



■ 本报记者 徐 森

据湖南省工商行政管理局日前公布的第三季度抽查检测报告显示,湖南啤酒抽检超三成酒瓶不合格,其中喜力、百威、雪津、金威等12家知名品牌啤酒样品的酒瓶不合格。啤酒瓶再次成为啤酒企业质量危机的“导火索”。

美国《纽约时报》此前发表分析文章称,去年,中国啤酒消费量达到450亿升,是美国市场的近两倍,并有望于未来数年以每年5%的速度增长。国内啤酒市场的快速发展,不仅为国内各巨头企业提供了纵横驰骋的空间,对外资品牌的吸引力也越来越强。

当下,中国啤酒市场鱼目混杂,竞争极其激烈。这时候,本土企业如果不能严把质量关,赢得消费者的信任,日后,分到的“蛋糕”将越来越小。

抽检不合格 品牌信誉受损

就在不久前,国家质检总局通报了37类产品质量国家监督抽查结果,其中啤酒瓶产品的合格率为81%,有11种产品不符合标准的规定。而湖南省此次的啤酒瓶抽

检,在长沙、衡阳、郴州3地市的16家企业共抽取了40组样品,分别对抗冲击、耐内压力、瓶口内径等主要项目进行了检验。结果显示,27组样品合格,合格率为67.5%。

“中国啤酒瓶生产企业生产技术和工艺都相对落后,导致啤酒瓶的厚薄不均,造成耐压能力项目检测不合格。”中投顾问食品行业研究员周思然对记者说,“但最为关键的是,中国市场上流通的许多啤酒瓶都是超期使用,频繁重复使用对啤酒瓶质量造成极大影响。”

据了解,目前,中国啤酒瓶市场是个新旧瓶共存的特殊市场。各啤酒厂家的新瓶和回收瓶比率不一。从全国范围来看,回收瓶的使用率在70%左右,个别啤酒企业为了降低成本会更多甚至全部使用回收瓶。

周思然认为,提高啤酒瓶质量,最重要的是遏制啤酒瓶超期使用的行为,即到两年的使用期限就将其回收。另外,可将啤酒瓶的材料换成高强度耐压玻璃,或在啤酒瓶外表加一层涂层等。但是值得注意的是,上述这些措施虽然能提高啤酒瓶的质量,却大大增加了企业的成本。

当趋利心理与产品质量产生矛盾时,商家必然十分纠结。但是,信誉和产品质量安全是企业维持固定消费群体、不断获得新客户的先决条件。对于现如今的中国食品行业来说,要想舞好品牌这把双刃剑,赢得市场,就必须改变只注重市场销售而忽视企业诚信的做法。

啤酒瓶合格率仅为67.5%

高端市场难觅国啤芳踪

“低端”徘徊 本土啤酒应“向上看”

有数据显示,目前,高端的生啤产品消费仅占中国整体啤酒市场的5%,而法国、德国等发达国家的这一比例高达50%,美国的消费比例为30%。记者走访北京几家超市发现,听装国产啤酒的售价大多停留在个位数,但洋啤酒的售价却大多突破了个位数“大关”,高出本土啤酒一倍不止。而国产啤酒与洋啤酒的售价差距,在餐饮业中更为明显。

周思然表示,中国啤酒多集中在中低端市场的原因很多。近年来,随着中国居民收入水平的提高及消费结构的升级,高端市场才呈现出巨大的发展空间,而国产啤酒在起步阶段时,考虑到当时的经济和消费环境,中低端的定位是准确的。同时,由于啤酒消费具有区域性,因此中低端的定位更为合理有效。

“当然,产品售价升不上去与啤酒企业之间的激烈竞争、外资的正面进攻、其他酒类行业的冲击、消费者对价格的敏感度等因素都有关。要改变啤酒企业薄利的现状,产品结构的优化是未来发展趋势。”周思然说。

发力“高端”市场 洋品牌或尝“苦酒”

有分析指出,2012年将是啤酒行业的拐点。近年来,洋啤酒品牌大举进攻被誉为“世界啤酒市场最后一方乐土”的中国啤酒市场。随之带来的域外啤酒文化,对中国啤酒产业造成很大冲击,许多洋品牌如蓝带、百威、喜力已在中国啤酒市场深深扎根。尤其是在高端啤酒市场,以百威英博、嘉士伯

等为首的外资品牌已经占据了绝大部分市场,中国本土产品已经被洋品牌逼得毫无退路。但是,危机即是转机,无论是迫于形势的压力,还是市场巨大的发展潜力,中国啤酒产业开始集中力量冲击高端市场,珠江啤酒、青岛啤酒等相继推出高端产品。

得益于巨大的销售网络、全国普及率和成本优势,有分析乐观地认为,中国本土高端啤酒的成长速度很可能超过国际品牌,国际品牌很有可能会因此而尝到“苦酒”。但就目前看来,中国啤酒产品大多活跃在中低端市场,而获利较高的高端啤酒市场仍是洋啤酒的天下。

周思然认为,提高产品质量,研发出口味优良、质量高的产品是国产啤酒进军高端市场和培养消费者忠诚度的基础。

当然,要在高端啤酒市场上有所表现,单靠优质的产品质量和强大的品牌是不够的,最重要的还是在于渠道的建设。据周思然介绍,高端啤酒不同于普通啤酒,它不会全渠道进入类似超市、便利店、小卖部这些场所,主要活跃于高档夜店、西餐厅、KTV、酒吧、会所等特定消费市场。因此,对国产啤酒企业而言,建设独有的销售渠道是拓展高端啤酒市场的必要保证。

此外,周思然认为,本土啤酒企业还应提高自身品牌价值,同时增大中高端市场投入比例,使产品结构逐渐优化。

特别报道

韩国企业纷纷裁员 造船流通钢铁三大产业幸免

据韩国亚洲经济网日前报道,全球经济不景气的负面影响已波及韩国,众多企业为减少开支纷纷裁减冗员。韩研究机构近期发现,信息技术、建筑、金融、航空等领域不少企业正在进行裁员或者计划裁员。市场担心,明年经济情况将进一步恶化,企业不得不减少设备开支,还有更多企业可能会裁员。但在这股裁员潮中,韩国造船、流通和钢铁产业得以幸免。

越南证券市场危机重重

据越南《经济时报》近日报道,今年以来,受国内外宏观经济不稳定影响,越南证券市场出现较大波动,股票成交量大幅下降,不少上市公司出现亏损。年初以来,越南证券市场股指已下降16%至17%,不少上市公司出现亏损。第三季度,亏损企业数量已达到100家。前三季度,越南市场上市公司亏损总额达2万亿越盾(约合9500万美元)。

欧洲地区黄金投资需求暴涨

据奥地利《新闻报》日前报道,世界黄金协会(WGC)发布的最新报告显示,受通胀水平持续上升、欧债危机带来的不确定性与日俱增等因素影响,作为避险工具的黄金投资需求急剧上升。2011年第三季度,欧洲购买金币和金条达118吨,同比上涨135%。从全球来看,全年黄金投资需求上涨33%,达1202吨。其中,468吨用于投资,465吨用于首饰加工和制造,120吨用于工业领域。此外,全球央行继续加大总储备资产中的黄金配置比例,其净购入总量达到148吨,需求上涨超过550%。

(本报综合报道)

风向标

日本市场水果价格上升

今年,日本市场苹果、柿子、桔子等水果价格呈上升趋势。据东京大田批发市场统计显示,苹果售价比去年高两倍,柿子售价同比上涨20%。据悉,产量下降是造成日本水果价格上升的主要原因。

德国铁路货运面临亏损

据《金融时报》近日报道,德国联邦铁路公司在德国本土市场面临困境,其分公司辛克铁路货运公司利润持续缩水,据估计,年内,德国境内业务损失将达1410万欧元甚至更多。但该公司国外业务业绩良好,暂时弥补了国内业务损失。为了应对能源、人工等费用上涨,10月,铁路公司宣布将提高价格。

澳大利亚网购风日渐盛行

据澳大利亚通信及媒体管理局日前发布的一份关于电子商务的报告显示,截至2011年4月的半年内,59%的澳大利亚成年人选择在网上购买商品和服务,比两年前53%的比率增加不少。尽管澳大利亚人现在多从本土网站上购物,但外国网站也逐渐受到追捧。业内人士表示,澳大利亚的网购业仍处于萌芽期,规模及质量仍不及英美等国的相关产业。预计在未来5年至10年内,澳大利亚的网购业将蓬勃发展,届时,传统的实体店有可能从现在的仅销售产品转变为销售一种“购物体验”。

美报:

美国大量住宅用地重归农用

美国房地产市场经历了5年的急剧衰退,住宅用地价格大幅下跌,以至于全国成千上万顷土地被重新用于农业生产。

据悉,在房地产市场火爆时期,加利福尼亚、亚利桑那和佛罗里达等州的房地产投机商出高价从农民手里购买土地,打算把橘子林和棉花地变成潜在的住宅小区。如今,由于农作物的价格高涨、住房价格暴跌,土地投资的经济情况颠倒过来了。农民和投资商正在购买曾指定用于住宅开发的土地,转而用于农业生产。他们花的钱比房地产开发商在衰退前买地所付的钱要少得多。这种趋势如果持续下去,就可能给大城市偏远地带的发展带来历史性转变。这些地方的房地产过去10年曾助长了房地产泡沫。

林肯土地政策研究所最近公布报告称,自2006年第二季度达到峰值后,美国全国范围住宅用地价格下跌了近70%。与此同时,据美国农业部说,2007年至2011年间,美国(除阿拉斯加州和夏威夷州外)的农田价格上涨了近20%。从玉米到棉花,所有农作物价格都在上涨,这刺激了农田需求。美国农业部表示,预计今年农场净收入将增长31%,达到1036亿美元,这是去除通胀因素后自1973年以来的最高水平。荷兰合作银行的经济学家弗农·克劳德说:“眼下,人们不管地价多少都在买地自己种或是卖给农民。”这种新动态把农民变成了土地投机商以及房地产泡沫破裂的受益者,他们现在出钱购买的土地有时正是他们之前卖出去的土地。

(馨 华)

海外传真

进口提醒

阿根廷牛肉重回中国餐桌

本报讯 阿根廷牛肉推广协会日前宣布,阿根廷牛肉出口商向中国出口的鲜牛肉已经抵达中国,这是阿根廷牛肉制品向中国出口中断多年之后首次恢复在中国市场销售。

据悉,阿根廷牛肉推广协会和阿根廷驻华外交机构目前正在北京和上海等城市举行一系列推广活动,向当地的潜在进口商和中高档餐厅推介阿根廷牛肉。

阿根廷牛肉推广协会副主席米勒尔·斯奇阿里蒂认为,中国消费市场潜力巨大,阿根廷牛肉获准重新进入中国市场,将促进阿根廷畜牧业和肉制品加工业的长期发展。

阿根廷肉制品企业表示,阿根廷牛肉进入中国市场后,在价格上无法和中国牛肉制品竞争,因此将着眼于开发中国的中高端市场。

阿根廷是最早向中国出口牛肉的国家之一,但是由于阿根廷在2006年发生口蹄疫情,使得该国向中国出口牛肉被叫停。今年7月,中阿两国签署了允许阿根廷恢复向中国出口牛肉的协议。

(冯俊扬 宋洁云)

中国首次整船进口活鱼 成本更低还能保证质量

本报讯 日前,20吨来自马来西亚的整船活鱼在厦门东渡口岸登陆。这是中国首次采用活鱼船运输形式从国外整船进口活鱼。业内人士指出,比之此前的空运进口方式,整船海运成本更低,亦能保证活鱼的质量。

据进口商负责人介绍,以前此类活鱼进口都采用空运方式,成本高、成活率低,而且麻醉运输对鱼肉的鲜美也有所影响。而通过这种活鱼船运输的方式,不但鱼的品质有保证,而且成本可以降低10%到20%。

进口商也表示,进口得到厦门海关、边检等部门大力支持,通关顺畅,提货便捷,不到半小时就顺利完成通关手续,充分证明了此种进口方式的可行性,以后将大力开展此项业务,预计每个月的进口量可以达到150吨。

(叶明亮 刘 频)

供求信息

智利公司出售李子等果品

公司名称: Comercial Y
Deshidratadora Graneros
出售产品: 李子、核桃、杏仁
税号: 79.504.820-0
法人代表: Moises Yudelvich
电话: 0056-2-2236395
0056-2-2230970
0056-2-2235510
传真: 0056-2-2237457
电子邮箱: daromi@entelchile.net
通信地址: Fidel Oteiza 1921 Of
1201, Santiago, Chile
公司网址: www.
comercialgraneros.cl

智利公司求购无绳电话机

公司名称: IT BROKERS S.A.
统一税号: 76.010.899-5
法人代表: Loreto Mira Huentemil
电话: 0056-2-2368533
传真: 0056-2-2368533
电子邮箱: amuller@itbrokers.cl
通信地址: AV. PROVIDENCIA
1614 OF. 3A
公司网址: www.itbrokers.cl
(信息来源: 中国驻智利使馆经商参处)

(以上信息仅供参考)