



■ 本报记者 徐 淼

4月30日,世界最大啤酒制造商百威英博(BUD)宣布,得益于融资成本和税务开支的下降以及啤酒销量的增长,该公司第一季度净盈利增长7%。百威英博方面表示,公司第一季度营收增长3.7%,至93.3亿美元,拉美与亚洲地区的强劲销售抵消了欧洲销量的下滑。其中,得益于中国、加拿大、俄罗斯与英国市场销量的增长,该公司的百威(Budweiser)啤酒第一季度全球销量增长7.3%。

早在上世纪90年代,外资就已看好中国啤酒市场,多家洋啤酒厂商潮涌而至。2011年,中国啤酒市场仍然呈现稳定的增长态势,全年啤酒产量为4899万吨,同比增长10.67%,市场总产量实现连续13年的增长,并且连续10年居于世界首位。在全球经济复苏无力、需求萎缩的同时,中国正进入消费结构全面转型升级时期。各品牌视中国为全球最大终端市场之一,争相来华。

“三杯酒”挑大梁 中国啤酒行业集中度不断提高

如今,世界几大啤酒巨头均已在中国安家落户,面对新一轮来势汹汹的国际投资浪潮,摆在中国啤酒业面前的是鲜花还是荆棘?可以肯定的是,在与国外品牌的竞争中,国内啤酒行业内各大品牌的自身实力也得以提高,取得了不错的业绩。当然,在这一行业中,仍有一些问题值得业界注意。

行业集中度迅速提高

啤酒是中国酿酒业集中化程度最高的行业之一。通过近十几年来的集约化产业整合,啤酒企业数量逐年减少,行业资源逐渐向优势企业集中,华润雪花、青岛啤酒和燕京啤酒成为中国啤酒行业的三大巨头。中投顾问发布的《2012年至2016年中国啤酒行业投资分析及前景预测报告》指出,2011年年报显示,华润雪花实现营业收入266亿余港元,实现归属母公司所有者净利润7.85亿港元,同比增长14.6%;青岛啤酒实现营业收入231.58亿元,同比增长16.38%,实现归属母公司所有者净利润17.38亿元,同比增长14.3%;燕京啤酒实现营业总收入121.37亿元,同比增长17.85%,实现归属于母公司所有者净利润8.17亿元,同比增长6.15%。

中投顾问食品行业研究员周思然对记者表示,啤酒行业三大巨头业绩表明,2011年,三者均实现了一定的增长,而这主要得益于不断扩张的发展路线和结构优化战略。据他分析,扩张战略极大地推动了啤酒企业规模的迅速扩大,为三大龙头企业打破区域统治、拓展区域市场提供了便利快捷的方法。随着扩张步伐的进一步推动,啤酒企业的综合实力得到大大提升,行业集中度也迅速提高。

当然,扩张往往是企业发展的第一步,其后,如何进一

步利用好新老资源,发挥出“1+1≥2”的作用,是中国啤酒行业企业共同关注的问题。

扩张之后关注整合

在啤酒行业里有句俗话:低档添销量,高档添利润。随着市场竞争日趋激烈,产品需求日趋多样化,国内啤酒厂商正开始不断向利润更大的中高端产品探索。

据周思然分析,结构优化战略推动了三大巨头在中高端啤酒市场的耕耘,一定程度上提高了产品的毛利率,增加企业的利润空间。

但值得注意的是,相对而言,三大龙头企业中,华润雪花销量虽连续几年位居第一,但净利润表现并不佳。数据显示,2011年,华润雪花、青岛和燕京啤酒的销量分别为1023.5万千升、715万千升和550.6万千升,分别占全年啤酒行业总销量的20.89%、14.59%和11.24%。而根据各公司2011年净利润表现,华润雪花净利润却位居三者之末位。

周思然表示,对啤酒企业而言,扩张之后最重要的是整合,是否让企业与被并购资源发挥最大程度的协同作用是企业扩张的关键,如果处理不善则容易对企业本身发展起到反面作用。纵观2011年二三线啤酒企业的表现,企业利润空间正在被压缩,未来生存压力不断加剧。随着行业可并购的优质资源的不断减少和行业竞争的不断加剧,未来啤酒企业扩张力度将继续增大,行业集中度将进一步提高。

特别报道

日本服装业加速摆脱依赖中国

据日经中文网报道,日本各综合商社(贸易公司)正在竞相扩大东南亚的服装生产和采购。三井物产在缅甸等国敲定合作工厂计划,将把东南亚所占海外生产比率从2成提高到4成。而住友商事则计划在越南成立制衣公司。业界分析,日本服装业担心中国人工成本上涨引起收益恶化,很想扩大对人工费较低的新兴经济体的采购,而日本商社开拓新的承接方,将使日企加快摆脱依赖中国的步伐。

据报道,日本的服装业和服装专卖店大多不在日本国内设工厂,而主要通过贸易公司在海外生产。因人工费低廉,这些业务都在向中国集中,从中国进口的比率已经高达8成。但近5年,中国人工费暴涨了约1倍,为满足日本国内

低价位产品需求,日本商家不得不另辟可确保盈利的生产渠道。

具体来看,三井物产与越南和缅甸的工厂签署协定,获取了年产能总计100万件的专属制衣生产线,年内位于柬埔寨的年产50万件的工厂也将开工。住友商事制衣子公司在越南当地法人中配置了约50名包括日本人在内的技术指导人员,希望借此扩大则在越南的生产,提高柬埔寨和老挝合作工厂的产品质量。

此外,丸红计划到2014年3月末时,将现在约15%的东南亚生产比率提高至3成以上。伊藤忠商事则将派日本技术人员常驻缅甸工厂,扩大衬衫的生产。三菱商事也准备在印尼和柬埔寨设置基地,增加采购渠道。(尚武)

全球逾1/4航空乘客将来自中国

近期,南非航空、瑞士航空、新加坡航空、德国航空、北欧航空等多家外国航空公司纷纷聚焦中国市场,开辟多条直航及包机线路,为中国游客出行带来了更多便利。

外国航空公司越来越重视在中国的发展,这与中国巨大的市场空间是分不开的。有外国航空公司预测,在未来3年内,全球航空业预期乘客人数约为8亿,而其中的2.14亿人次的乘客来自中国,中国将对全球航空运输量的增长作出最大贡献。

据悉,除了北京、上海、广州等一线城市外,

外国航空公司开始将目光转向了二线城市。目前,像武汉、西安、沈阳、厦门、青岛等不少二线城市已经拥有庞大的航空出入境客流,需要增设国际航线满足客源增长。

此外,外国航空公司在进入中国市场时,都有其不同的定位和特色服务。为了给中国乘客提供更好的服务,南非航空的北京至约翰内斯堡直飞航班配备了至少1名可以说普通话的乘务员。瑞士航空北京至苏黎世的每趟航班都配备有中国籍乘务员。(赵珊李奕凝)

澳大利亚“两税”今夏开征 中国企业将受影响

从今年7月1日开始,澳大利亚吉拉德政府力推的两项新税赋——“碳税”和“矿产资源租赁税”将正式开始实施。“碳税”和“矿产税”的主要征收对象集中在澳大利亚矿产和能源领域,而这些领域也是中国对澳贸易与投资的重点。“两税”的开征将对中国企业产生什么影响?

“碳税”和“矿产资源租赁税”的有关立法,自提出之日起就在澳大利亚饱受争议,并导致了工党陆克文政府的倒台。吉拉德政府上台后,在绿党和独立派议员的支持下,终于推动这两项税法法案分别于去年11月和今年3月在议会获得通过。

根据有关法案,“碳税”的主要征收对象是澳大利亚排名前500位的碳排放大户。从今年7月1日开始,这些企业将按照每吨23澳元的价格,向政府交纳碳排放税。据测算,在应税企业中,涉及煤矿开采和其他矿业的企业有约100家,涉及天然气供应的企业有约40家。“矿产资源租赁税”的征收对象则是年利润在7500万澳元以上的煤和铁矿企业,税率经核减后为应税

利润的22.5%。

工党政府一再强调,这两项税赋不会影响外国企业对澳大利亚的贸易和投资。澳大利亚资源、能源和旅游部部长马丁·弗格森日前表示,“两税”不会影响国际市场矿产品价格。“矿产品的国际市场价格由供需关系决定。就‘矿产资源税’而言,这是一项基于企业净利润的税赋,不应会传导到国际市场价格上。”他说。

但是,单以煤和铁矿石来看,澳大利亚是世界上最大的煤炭出口国、世界上第二大铁矿石出口国,其煤和铁矿石出口占国际市场的1/3以上。这赋予澳大利亚在煤和铁矿石国际贸易中相当的议价权。事实上,很多澳大利亚经济学家指出,不论是“碳税”还是“矿产资源税”,从长远看都将被企业转嫁到终端消费者身上。而矿产和能源是中国企业对澳贸易和投资的主要领域,澳大利亚精算师协会名誉主席郭生祥预测,在未来5年到10年左右的时间里,中国相关企业的生产成本必将因澳大利亚的这两项税赋而上升。(邓黎)

商情聚焦

东非三国证交所拟于年内推出创业板

肯尼亚、坦桑尼亚和乌干达三国证券交易所日前宣布,拟于今年推出创业板,为暂时无法在主板上市的中小企业和新兴公司提供更多融资渠道,增加市场流动性。

2012年第一季度泰国电子产业出口萎缩5%

据泰国《世界日报》近日报道,泰国电子及计算机产业雇主协会透露,2012年第一季度,泰国电子产业出口萎缩5%,原因是部分2011年受到水灾冲击的工业园区仍未完全复工。如果2012年不再发生特大水灾,预计泰国电子产业有望在第二季度至第三季度逐渐复苏。

菲律宾引领东南亚智能手机热销潮

据菲律宾《每日问询者报》日前报道,根据新加坡GfK市场研究公司调查结果,智能手机已经占到东南亚市场销售份额的2/3。菲律宾是智能手机销量增长最快的国家,2012年第一季度,该市场销量同比增长402%。报告指出,东南亚国家智能手机市场尚未充分开发,有望于未来数年保持高速增长。

埃及补贴牛肉供应不足引发不满

据《埃及公报》报道,近期,由于埃及部分地区爆发口蹄疫,导致市场上财政补贴类牛肉供应不足,一些供应补贴牛肉的合作社被迫关闭,埃及民众对此多有抱怨。统计数据显示,埃及居民牛肉消费的65%由本国供应,35%自他国进口。按照埃及食品补贴制度,财政补贴的牛肉价格较低,但进口牛肉价格较高,因此推高了市场上的牛肉价格。

巴西野生动物非法交易额每年达20亿美元

巴西南政府组织反野生动物走私组织(RENCTAS)发言人近日称,据估计,巴西每年有3800万野生动物被非法贩卖,总价值高达20亿美元,其中80%是鸟类。同时,在贩卖的运输过程中有90%死亡。据悉,在巴西,贩卖野生动物利润很高,其中不乏珍稀动物,甚至濒危物种,例如金刚鹦鹉、亚马逊鹦鹉、蟒蛇和美洲狮等都是走私者的首选。

越媒体称外资电子企业从中国向越南转移

据越南《西贡经济时报》杂志日前报道,目前,中国和东盟其他国家的外资电子生产企业正在向越南转移,日本的佳能、富士通、松下和索尼公司,韩国三星集团,美国英特尔公司和芬兰诺基亚公司都已斥巨资在越南投资,生产“越南制造”的电子产品,将越南视为面向本地区的主要生产基地之一。与其他国家相比,越南的竞争优势在于劳动力资源丰富且相对低廉,政府给外商提供税收和地租方面的优惠。

加拿大适度降低外籍劳工准入门槛遭抨击

据加拿大人力资源部网站报道,随着加拿大经济缓慢复苏,特别是阿尔伯塔等西部省份能源行业的迅速发展,该国境内对于外籍劳工的需求再次升温,政府对于某些技术含量较高的岗位放松准入限制。加拿大人力资源部近日宣布,将发放某些岗位工作许可的时间从4个月缩短至10个工作日,同时允许以低于本地平均工资15%的薪酬雇用外籍劳工。加拿大工会组织对此纷纷表示不满,认为此举将使本地人工工资下降,公司也会因此减少培训本地雇员。

(本报综合报道)

出口警示

中国动画片年出口20万分钟

本报讯 一批又一批中国动漫走出国门,已成为中国文化“走出去”的重要载体。记者在第八届中国国际动漫节上获悉,2011年,全国各影视机构共出口动画片20万分钟。

据悉,国内动画龙头企业浙江中南卡通从2005年开始走出国门,积极参加国外影视、授权展览,通过各种渠道宣传推广国产原创动画作品,累计出口值已达1300万美元。公司总经理沈玉良表示,卖一年动漫与出口3亿美元衣服利润相当。

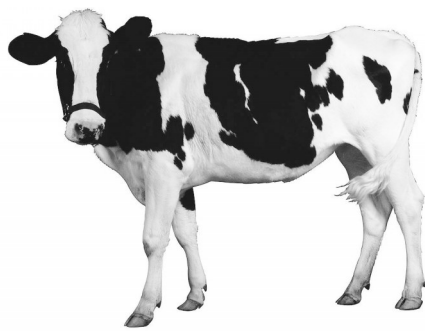
“动画出口稳定增长,提高了中华文化影响力和传播力。”动漫节组委会秘书长、国家广电总局副总编辑金德龙表示,海外市场日益青睐中国动画,国内动画机构也日益熟悉国际市场。2011年,全国各影视机构共出口动画片146部20万分钟,金额2800多万美元。2010年出口时长为17万分钟,而2006年只有4.5万分钟。

金德龙表示,经过近10年的发展,国产动画电视片质量不断提高,动画电影也不断取得新突破,动画片播出数量逐年上升,其在播出机构中的收入份额比例也不断增长。中国动画产业运营能力不断增强,产业效益凸显,产业结构已从外包加工服务为主,转变为以原创影视动画为主。

不过,金德龙也坦言,国产动画作品中思想性、艺术性和观赏性统一的力作偏少,平庸之作还占有相当比重,与国际先进水平仍有差距。而国产动画项目的盈利模式也有待进一步清晰完善,动画形象推广意识不强,动画品牌经营能力弱,利润增值体系割裂,没有形成完整动漫产业链。(冯源李凌娅)

进口提醒

中国成为世界最大的奶牛买家



本报讯 据阿根廷《财富网》日前报道,随着国内市场对奶制品需求的日益增加,以及近年乳品工业的不断发展,中国奶牛进口量日趋增加,并已成为全球最大的奶牛买家。上述情况不仅推动了国际市场奶牛价格一路攀升,而且也使之相关苜蓿饲料、良种牛以及牛胚胎和牛精液等价格随之走高。

根据全球贸易信息服务研究机构调查,去年,中国从乌拉圭、澳大利亚和新西兰进口了10万头小牛,总额约2.5亿美元。2012年,乌拉圭将对华出口近3.6万头牛,其均价也比2009年翻了一番。

(中国驻阿根廷使馆经商参处编译)

供求信息

毛里塔尼亚客商出售鲜龙虾并寻求鱼产品供应商

联系人: Abdourahmah Boudde
联系用语: 阿拉伯语和法语流利
电话: 00222-22010266
电子邮箱: abdr-iwik@hotmail.fr
联系人: Mohamed Banba
联系用语: 阿拉伯语和英语流利
电子邮箱: safety1sttransportationinc@yahoo.com

(信息来源: 中国驻毛里塔尼亚使馆经商参处)

伊朗公司寻求糖业经贸合作(寻找生产商和供应商)

公司名称: ASIA WATT Engineering Co.
电话: 009821-88778014 (6 lines)
传真: 009821-88870687
电子邮箱: info@asiawatt.com
公司网站: www.asiawatt.com
(信息来源: 中国驻伊朗使馆经商参处)
(以上信息仅供参考)