



■ 本报记者 徐 森

库存增加50%，还要募集资金扩张，据媒体报道，刚上市两年的潮宏基近期在股东大会上通过了定向增发方案，定增募集资金9.5亿元，投资销售网络扩建项目。

近两年，国际金价连创新高，持续高位运行激发了投资者对金银珠宝的投资热情，也为国内珠宝行业企业引资扩营提供了条件。2011年9月，深创投联合其他机构向昭仪新天地珠宝注资1.87亿元的交易，成为中国内地传统渠道珠宝

PE 爱珠宝 投资不心疼

企业融资规模最大的一起交易；2011年2月，方源资本、联创策源对中国首家钻石电商企业钻石小鸟的5000万美元投资，成为为数不多的钻石电商企业融资规模最大的一笔。据投中集团(ChinaVenture)日前发布的统计数据显示，过去5年间，国内有14家珠宝行业相关企业获得PE(私募股权投资)，融资总规模近18亿元。投中集团分析认为，铂金、K金首饰依托金属的高硬度，造型和颜色的多样性日趋受到消费者青睐，细分领域投资价值凸显，然而，珠宝行业高昂的铺货成本与存货金额、一流设计师与品牌文化的匮乏等，都将成为影响企业长远发展的主要瓶颈，PE投资者需适当关注。

珠宝业高速发展引PE关注

随着国民可支配收入不断增加，人们的消费理念也在逐渐转变，具备一定消费能力的时尚人群对精致、奢华、富含品牌文化的珠宝首饰需求也与日俱增，同时来自婚庆、保值收藏的需求也是促使珠宝行业近几年快速发展的主要动力。而随着全国各地陆续开办珠宝展览会，众多珠宝参展商与交易商不断迎来新的商机。

据中国珠宝玉石首饰行业协会数据显示，截至2011年，中国珠宝首饰行业销售总额发展到3800亿元，同比增长40%；珠宝首饰出口达275亿美元，同比增长123.5%。在中投顾问高级研究员薛胜文看来，PE投资国内珠宝行业，首先是受到其高增长及高附加值的吸引。

但薛胜文同时指出，珠宝行业设计水平较低，设计人才不足、设计工艺与国外差距较大也是其受到PE青睐的原因之一。因为，通过参与竞逐，PE有望在珠宝行业细分领域获得更大的利润空间。

“当然，珠宝行业稀缺性价值较高与PE资本逐利内生属性存较大相关。”薛胜文分析道，“在宏观经济波动不大的情况下，珠宝行业中黄金、白银等期货价格也处于较高的价位，PE加快对珠宝行业的掠夺也理所应当。此外，中国珠宝产业政策面临

调整，也给PE大举进军国内珠宝行业提供了良好的契机。”

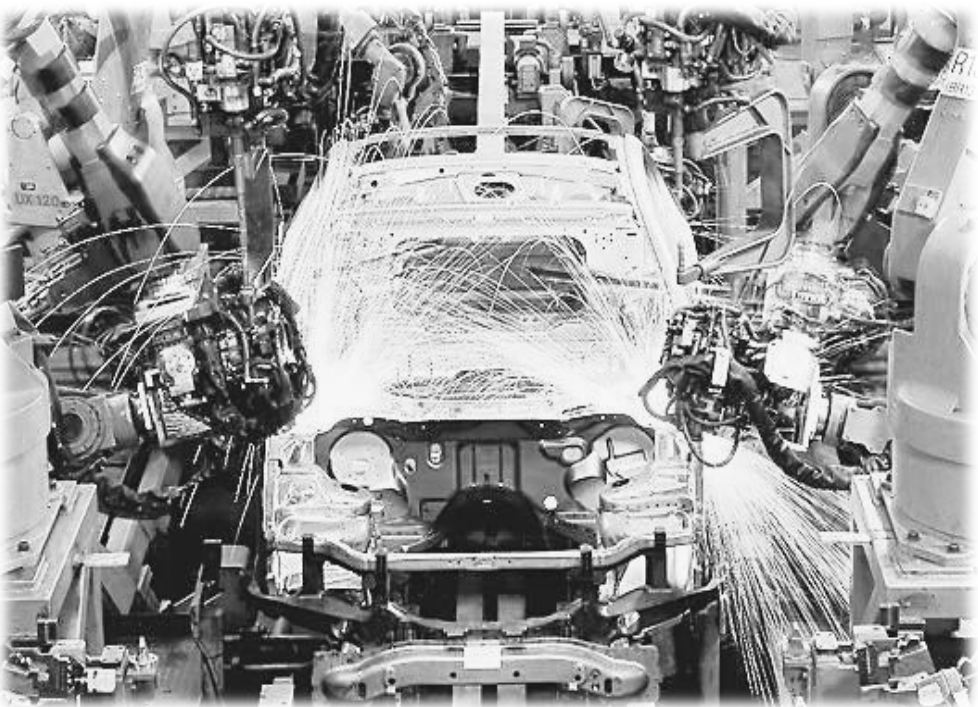
珠宝企业催生国际品牌

巨大的中国市场引得各珠宝首饰企业垂涎，无论是国际珠宝巨头，还是国内珠宝品牌都希望在中国珠宝市场占有一席之地。目前，一些国际顶尖珠宝品牌，如卡地亚(Cartier)、蒂芙尼(Tiffany)、宝格丽(Bulgari)等，凭借百余年的悠久历史、丰富的品牌文化、时尚创新的设计理念、完美的做工、优良的售后服务在中国市场上取得了出色业绩。而周大福、周生生、谢瑞麟、潮宏基等本土品牌虽然已初具规模，并占据本土市场大部分市场份额，但与国际大牌相比，仍欠些火候。“PE机构的介入在为国内珠宝行业带来充分资金支持的同时，也将改变其竞争格局，催生国内品牌走向国际。”投中集团分析师万格认为。

“国内珠宝企业获得PE资金后，首先会扩充现有全国连锁珠宝店的规模，加强全国各个省市、乡镇地区的布点，其次会在人才建设、渠道供应、促销手段、售后服务上加强建设，强化消费者购买欲望，提高珠宝成交量，提升各分店营业额，最后，还会对珠宝产业链条中珠宝原材料供应与交易、产品展示、销售等渠道加以延伸和拓展，在设计理念及做工、服务差异化上加以提高，并渐渐脱离原有传统文化，构筑珠宝核心文化品牌。”薛胜文告诉记者，“国内珠宝企业可通过品牌效应迅速占领中国市场，拉动珠宝产业的发展。在获得PE资金后，国内珠宝企业可以从高纯度的产品、精湛的工艺、良好的口碑效应这三方面加以推广，逐步建立属于自己的珠宝品牌，但要同步推进售后服务与人才队伍建设，才能确保品牌建设不流于形式。”

特别报道

澳大利亚制造业酝酿变局



在日前举行的“2012《制造业者月刊》奋进奖”颁奖典礼上，澳大利亚制造业协会主席迪克·瓦波顿(Dick Warburton)指出，目前，澳大利亚制造业饱受本币汇率高、用工成本高、行业合规成本高的“三高”困扰，已到生死存亡时刻。

对澳大利亚某些制造业部门而言，瓦波顿的话并非耸人听闻。当下，澳大利亚仍为双速经济所主导，矿业独大的格局短期不会结束，由此带来的澳元汇率偏高、部分行业技术工人匮乏等问题仍会持续。这对制造业尤其是势单力薄的中小企业而言不是好消息。

面对记者的问询，一些中小制造业者没有掩饰内心焦虑。谈到制造业发展的话题，澳大利亚机械零件制造商WASCA公司销售主管丹尼尔·柯恩坦言，近10年来，澳大利亚制造业只是萎缩，没有发展可言。目前，制造业产值占澳大利亚经济总量不足10%，雇员仅占全澳劳动力的8%，国际竞争力显著下滑。

柯恩以自家公司为例指出，作为传统制造业者，公司急需技术创新，然而资金缺乏成为创新的显著瓶颈，公司也曾根据相关政策申请政府资助，却连连碰壁。另外，工会组织过于强势，也不限制企业发展。

澳大利亚繁复的行业监管制度同样令人头痛，据老牌热水器制造商瑞姆公司首席执行官马修·萨克斯顿透露，公司目前雇佣90名工程师，一半的工作时间用于确保企业合规，而数年前，工程师花费在这方面的时间仅为10%至15%。萨克斯顿认为，某些监管措施已经构成扼杀企业创新和投资的高门槛。

制造业全行业，尤其是某些中小企业，实际已经陷入边缘化境地，一些业内人士担忧工党政府即将实施的碳税将增加成本，对中

小企业的生存构成新威胁。

尽管遭遇生存危机，澳大利亚制造业却远非一片萧条，行业内部加速分化态势值得关注。其主要特点为，大型企业易受补贴，中小企业常受忽视；传统制造业消亡，新兴制造业兴起；善于搭建贸易平台及与中国等新兴国家商贸关系密切的企业逐步做大，与新兴国家缺少互补性及存在明显竞争关系的企业不断萎缩。

近期，澳大利亚工党政府为本土汽车制造商霍顿有限公司提供了2.75亿澳元(约合2.7亿美元)的资金支持，此举立即促使霍顿赢得了一份为中国市场设计新车的合同。对此，柯恩分析认为，大企业雇员众多，澳大利亚工党政府对它们慷慨解囊的背后是慑于资方裁员；而中小企业雇员少，游说能力弱，自然乏人问津。

在绿色经济施政思路主导下，澳大利亚工党政府以“清洁21世纪”战略为抓手，试图促进制造业走上创新和可持续发展之路。政府推出包括12亿澳元(约合11.8亿美元)清洁技术计划在内的系列政策，为研发和应用清洁能源技术的企业提供税收优惠和资助。据市场咨询商纳米市场估算，到2016年，澳大利亚建筑物用光伏产品市场预计将达到64亿澳元(约合63亿美元)。

有困难不代表缺乏机会，在触碰转机之前，澳大利亚制造业可能需要经历一场痛苦的转型。在此过程中，有人会崛起，有人会倒下。可以预见，科技化、集约化、国际化、集团化将是澳大利亚制造业今后演进的整体走向。

(傅文威)

商情聚焦

出口警示

10年间墨西哥从中国进口额增长960%

本报讯 墨西哥《改革报》日前报道，今年第一季度，墨西哥从中国的进口额与2002年同期相比增长了960%，2002年第一季度，墨西哥从中国进口额为11.95亿美元，而今年同期，墨西哥从中国的进口额已达126.68亿美元。

同时，墨西哥对中国出口额也增长了789%，达到目前的13.12亿美元。但有分析人士指出，中墨之间的经贸关系很不平衡，墨西哥每向中国卖1美元的产品，中国就要向墨西哥卖9.7美元的产品。(尚武)

进口提醒

第一季度中国医保产品进口强劲

本报讯 据中国医药保健品进出口商会(下简称医保商会)日前发布的医保产品进口数据显示，2012年第一季度，中国医保产品进口总额为75.26亿美元，同比增长23.27%，高于出口增幅14.31个百分点，反映了国内医药市场的蓬勃发展和国家鼓励进口政策在逐步显效。

医保商会数据显示，今年第一季度，中国三大类医保药品进口强劲增长，中西药进口额增幅均超过20%，医疗器械进口额增长也接近20%。西药类和医疗器械类产品是中国进口的主要产品，比重高达97.75%。其中，医疗器械和中药类产品进口量价齐升，医疗器械类商品进口数量增长近15%，中药类和西药类产品进口数量一增一减，但变动幅度都在2%左右。西药类产品进口均价大幅上涨近29%。

医保商会方面认为，以上数据说明国内医药市场需求明显增长，进口产品的档次在提升，尤其是高端产品进口迅猛增长。

而从进口产品结构来看，西药制剂类药物的进口仍为中国最主要进口产品。企业人士认为，中国在西成药和高端医疗设备方面与发达国家还存在不小差距，高端市场对高端医药产品的需求并未减弱，跨国公司在加强对中国市场的重视程度；本土企业首先要在保证药品质量和疗效的前提下，提高各类医药高端产品的研发、生产和销售能力，以应对跨国公司全面进军中国医药市场所带来的激烈竞争。

从进口来源来看，欧洲、北美洲是中国医保产品进口主要来源地，比重高达73.67%。医保商会方面分析指出，这种增长主要是进口价格增长较大所致，在国内医药市场稳定增长的情况下，主流进口来源市场量减价升，反映了中国进口产品结构在优化，国内配套供应能力在增强。

目前，中国医保产品进口前10国的进口额占进口总额的比重高达74.64%，反映了中国医药保健品进口来源地集中度较高，主要来自发达国家。(杨俊坚 谈圣采)

供求信息

阿根廷安全部更换直升机发动机(第二次)公开招标

招标内容: 更换BK-117 H-9直升机发动机的(第二次)国际和国内公开招标
开标时间: 2012年7月11日上午10:30
电子邮箱: contrataciones2@policiafederal.gov.ar
通信地址: Av.Rivadavia 1330, piso 4o, Ciudad de Buenos Aires, Argentina
(感兴趣的企业可通过上网浏览阿根廷政府采购网www.argentinacompra.gov.ar了解招标项目具体内容)
(信息来源: 中国驻阿根廷使馆经商处)

俄罗斯客商求购筑路设备备件

联系人: Мезенцев Леонид Вал
(希望与中国徐工、中国重汽、东风、陕西汽车等品牌筑路设备生产企业建立直接联系)
联系语言: 俄语或英语
传真: 007-8212-318357
电子邮箱: Leonid-mezencev@yandex.ru
lledinn@gmail.com
(信息来源: 中国驻俄罗斯圣彼得堡总领馆经商室)
(以上信息仅供参考)