



2012年6月26日
编辑:郭亮亮
95013812345-1016

星期二
制版:何欣
mybjzz@163.com

产业资讯

09

中国(葫芦岛·兴城)国际沙滩·泳装文化博览会 打造北方海上传奇

■ 本报记者 周明喜 马希明 于晶波

近日,第二届中国(葫芦岛·兴城)国际沙滩·泳装文化博览会新闻发布会在京举行。中国纺织工业联合会、中国体育用品业联合会、中国服装协会、中国针织工业协会、中国国际贸易促进会纺织分会等行业管理部门,辽宁省经济和信息化委员会,葫芦岛市政府及相关部门领导,国内外经销商代表,泳装企业代表出席了新闻发布会。

第二届中国(葫芦岛·兴城)国际沙滩·泳装文化博览会在首届成功举办的基础上,继续以“美丽引领时尚,梦想点亮生活”为主题,展示“梦想、激情、坚持”的城市精神。

本届盛会由中国纺织工业联合会指导,中国服装协会、中国体育用品业联合会、葫芦岛市人民政府以及辽宁省经济和信息化委员会主办,辽宁省服装协会、辽宁省服装设计师协会、葫芦岛市泳装行业协会、兴城市人民政府、兴城市泳装行业协会承办。

本次博览会在组委会的精心组织、协调下,在各主办单位的共同努力下,在国家有关部门、海内外宾朋的热情关注和支持下,各项工作筹备就绪,将于8月16日至19日在葫芦岛举办。这是国内泳装行业的盛会,是葫芦岛对外展示形象和进行经济信息交流的平台,是魅力葫芦岛的盛大节日。

葫芦岛是中国泳装三大生产基地之一,2010年9月5日,兴城市被中国纺织工业协会、中国服装协会授予“中国泳装名城”称号。目前,全市泳装生产企业达427户,从业人员5万多人,年产泳装1.5亿多件(套),年产值超100亿元,年出口创汇2亿美元。产品远销俄、美、东南亚等20多个国家和地区,注册商标89个,产品销量占国内市场份额的38.7%,占国际市场份额达20%以上。兴城泳装产业基地被评为“2011年度辽宁省新型工业化产业示范基地”。

“十二五”期间,葫芦岛泳装产业以调整产业结构、转变发展方式为目标,以发展泳装产业集群为重点,以提升科技含



量、打造龙头企业、培育自主品牌为抓手,以泳装为纽带将产业元素、文化元素和城市元素有机结合起来,加快资源整合,开拓发展思路,打破行业界限,实现强强联手,规划发展一个销售收入超千亿元的大产业。到2015年,葫芦岛市泳装年总产量将达到2.5亿件(套),产值超150亿元,出口创汇将达到5亿美元,带动8万人就业。国内市场占有率达到50%,国际市场占有率达到30%,驰名品牌分割世界泳装份额的30%。

2011年8月16日至17日,葫芦岛市成功举办了首届中国(葫芦岛·兴城)国际泳

装文化节,有效推动了葫芦岛泳装产业的发展,同时赋予了葫芦岛这座城市巨大的发展机遇。

文化搭台,经贸唱戏,首届中国(葫芦岛·兴城)国际泳装文化节打造了集产业、经贸、文化、旅游为一体的综合性交流平台。活动期间,成功举办了泳装及相关产业投资贸易洽谈会,签署24个购销贸易协议,协议额1.7亿美元;签署23个投资项目协议,投资额203亿元。2012年虽受欧债危机影响,兴城泳装产业情况总体向好,产品订单稳定,部分企业生产形势好于往年同期。一季度出口外资额3167万美元,同比增长

36.7%。实现了泳装产业与国际市场的有效对接,实现了以会扩影响、以会育品牌、以会促发展的目标。

8月的滨城骄阳似火,8月的滨城热情好客。时尚,从滨城出发;商机,在盛会聚集。

第二届中国(葫芦岛·兴城)国际沙滩·泳装文化博览会活动将在葫芦岛和兴城展开。本届博览会创新办展,突破形式,基于泳装,同时向创意经济和城市形象延伸。届时将举行开幕式、比基尼阔步巡游、2012中国国际泳装展、北方创意经济峰会、泳装及相关产业投资贸易洽谈会、文化创意周、沙

滩音乐会和闭幕式八大主体活动。

第二届中国(葫芦岛·兴城)国际沙滩·泳装文化博览会紧紧围绕前沿,力求彰显品牌最新时尚。在以上主体项目之下,将举办2012至2013中国泳装流行趋势发布会、2012至2013中国温泉泳装流行趋势发布会、品牌推介会等;博览会加大展示力度,力推文化性和艺术性,届时将有海边人体彩绘、儿童环保创意展、微沙雕艺术展、醇美青田石文化展等与观众见面。同时博览会还融入了广受群众喜爱的体育活动,有花样游泳表演、中华太极操表演、第二届全国市沙滩排球联赛和首届全市沙滩足球比赛等。届时,将有40余个国家的客商和选手参加博览会。

特别值得一提的是,博览会期间将推出中国国际泳装展,这是目前国内唯一的全产业链专业泳装展。

通过这些丰富多彩的活动,努力展现泳装的新设计、新产品、新技术,展现葫芦岛这座城市的新创意、新形象,使本届博览会成为集中展示泳装设计、泳装品牌和泳装产品的时尚舞台,成为葫芦岛开展经贸合作、创造无限商机的平台。

第二届中国(葫芦岛·兴城)国际沙滩·泳装文化博览会新闻发布会推陈出新,以访谈形式进行,被邀请的嘉宾现场接受主持人和记者的提问。中国纺织工业联合会副会长张莉、中国体育用品业联合会副主席彭晓、中国纺织工业联合会会长助理兼中国国际贸易促进会纺织行业分会常务副会长徐迎新、中国针织工业协会会长杨世斌、中国服装协会副会长冯德虎先后上台参与访谈。葫芦岛市市长都本伟、副市长石文光,兴城市委书记于学利,辽宁省经信委副主任蔺晓刚、中国贸促会辽宁省分会副会长郑毅现场回答了记者的提问。

新闻发布会上,与会者观看了本届博览会的主题曲,同时播放了《首届泳装节记忆》、《我们的历程,我们的视野》等短片。

让我们在激情的8月相约葫芦岛,在风光无限的渤海之滨共同欣赏时尚的意境,在碧海蓝天的滨城一同分享海上传奇的精彩,无限商机的欢乐。

“翻新”铅蓄电池损害了谁的利益

超威、天能两巨头一个说“无可奉告”,一个称“问题是存在的”

■ 本报记者 吴满珠

继去年记者跟踪调查报道铅蓄电池行业“血铅中毒”等问题后,对行业相关问题,记者近日继续跟踪报道。

去年受铅酸蓄电池行业整顿的影响,铅蓄企业受到很大冲击。去年5、6月份,全国铅蓄电池产量迅速下滑,直接导致了7、8、9月份市场产品的供不应求。当时,市场上有一股“以次充好”、“翻新”铅酸动力蓄电池的歪风随即刮向全国,席卷整个行业,最终导致出现该行业产品质量问题“潜规则”的乱象。

用经销商的话来讲,当时市场上的状况很疯狂,只要是助动车电池,没有好坏之分,“以次充好”、“翻新”的产品,都能卖掉,而且卖得比平时的价格还要高。

只要有市场就有利润,有利润企业就会趋之若鹜。但是,办企业还有一个必须遵守的定律——保障产品质量不仅是对企业负责,更是对消费者负责。

随着此类产品质量问题的投诉不断增多,记者特地来到位于浙江省长兴县的蓄电池产业基地,采访了在国内号称销售百亿元的两大铅酸动力蓄电池生产巨头——天能和超威,以及当地的一些企业。

超威:“以次充好”问题无可奉告

4月,有消费者向记者反映“超威在向用户售卖‘以次充好’的产品”。5月初,在实地采访前,记者先就此话题电话采访了超威集团副董事长周龙瑞。当他听到记者的提问时,语气很坚决地表示:“没有此事”;而当记者说这是消费者反映的事实后,他语气

放软地说:“是吗?那可能是下面个别的经销商所为,我们还不知道,公司会去了解。”

为了对这一产品质量问题有一个最终的“探底”,近日,记者特地来到长兴进行了实地采访。在超威公司,记者再次联系上了周龙瑞,因他有事就没有接受采访,但安排了其公司行政副总裁陈中华接受记者的采访。针对记者提出的产品“以次充好”的话题,陈中华表示:“我们这么大的企业,根本没有必要去做这种事情。”

但当记者说出这是消费者反映的情况时,他语气强硬地说:“无可奉告”,随后就保持沉默。采访僵持在那里,就在记者行将结束采访走出接待室时,他突然嘀咕了一句:“我们身在这个行业,大家如同在一个篮球场场内打球,你能让我们说什么?”

据相关人士表示,超威公司所反映出来的问题,在两个方面难辞其咎:

首先,放松了对经销商的管理和制度建设,造成很多管理漏洞,给不法商贩可乘之机,把回收上来的废旧电池转手其他商贩,然后经过其他商贩的重新“修饰、组合、包装”,换个公司名“以次充好”地又卖给了消费者。

其次,原本各中、小生产企业的产品质量就参差不齐,再加上个别企业在利益面前丧失道德底线,生产“以次充好”等问题产品搅局市场。超威在当下市场的特殊环境中,大量收购中、小企业,迅速扩张,从表面看是快速垄断市场,实质会造成很多“乱象”。而如果超威是为了快速发展、壮大自己,忽略了稳步发展,就会造成许多方面的管理不到位,最终不仅损害了所有消费者的利益,也扰乱了产品的市场环境。

天能:“翻新”是存在的

带着相同的话题,记者又采访了铅蓄动力电池另一大生产巨头天能集团,该集团董事局主席张天任接受了记者的采访。当记者问到“您如何看待目前市面上充斥的‘以次充好’、‘翻新’等存在质量问题的产品”时,张天任表示:“以前企业小,都可能存在这样、那样的问题,现在企业已有了一定规模,本着对社会负责、对消费者负责的态度,我们是不会这样去做的。”

最后在记者的一再追问下,并告知曾亲自到江苏沐阳实地调研采访,张天任才改口说:“‘翻新’是存在的”;紧接着他又表示:“小密(动力)电池的‘翻新’叫检测维护,是企业与消费者之间共同达成的需求。”

最后他又表示:“当然,有些企业和经销商是很坏的,‘翻新’后的电池确实存在质量问题。另外,还有一种‘翻新’后的电池没用(即没动力),这样的个案也存在。”事实上,就“翻新”电池这个问题,在行业中是普遍存在的事实,目前也成为了行业的一个“潜规则”。

据了解,目前市面上铅蓄电池的售后服务的保修期普遍采用“8+7”的模式:8指8个月,如用户在8个月内把电池拿来报修,经销商就要给他更换新电池;如超过了8个月,是在后面的7个月内拿来报修,则经销商给他更换的就是“翻新”的电池(行业内把翻新电池又叫备用电池、维护电池)。

“翻新”电池,就是把在使用一定时间后出现质量问题而退回来的那组电池(一组由3只至4只组成)经过检测重新配组;还有周转电池,就是产品在检测过程中,出现了许

多与其他产品性能不匹配的电池将其另行组合的产品。

前面那种“翻新电池”基本使用时间为5个月至7个月,后面那种“周转电池”基本使用时间更短。

“当然,由于铅蓄电池产品的属性(化学产品)和不特定性(电动车的使用状况因人的体重、道路的好坏等因素不同,影响到电池的使用寿命),导致企业的售后回收服务标准不统一,因而在‘翻新’电池上难免会出现这样或那样侵害消费者的问题”,张天任再次强调。

浙江振龙电源股份有限公司也是一家规模型企业,该公司总裁周雨方对于“以次充好”、“翻新”等问题有着独到见解,他表示:这个问题也可以这么说,市场、行业都叫“翻新和周转”电池,普遍用在消费者买了新产品并使用了一段时间后,出现了产品质量问题,需要退回,而企业也会考虑到产品成本问题,不可能给消费者新的产品,只有根据不同的使用时间(8+7模式),把“翻新”电池用于补充产品返回给消费者。

记者电话采访了江西、江苏等地一些电池企业,对于“以次充好”、“翻新”等产品质量问题,他们也普遍认为,这些事实已经到了影响行业健康发展的地步。目前,该行业正处于快速整顿过程中,大的企业通过快速收购发展、壮大自己,但应该加强管理,否则,不仅损害消费者的利益,对行业的长远发展也不利。

呼吁:规范铅蓄电池《产品质量标准》和《售后服务标准》

铅蓄电池产品质量“潜规则”的一系

列问题,最后损害的还是广大消费者的利益。天能和超威作为行业的标杆企业,又是参与各项行业标准起草的两大巨头,他们一边花费巨资邀请明星为自己的产品做形象代言、打品牌,并取得了各种荣誉,目的就是要取信于消费者,并占有更多的市场份额,为企业赢得更多的经济利益。而现实中,这些大中型企业用“翻新”等产品实实在在又“玩”了消费者“一把”。

产品质量是国家一直以来最为关注的问题,抓产品质量、讲诚信、把消费者当上帝、用良好的服务理念服务市场,这些都是大中型企业一直以来孜孜追求和努力的方向和宗旨,也是规模以上企业最终服务社会的体现,更是一份责任。

“品牌、质量”是企业花费了很大的心血所取得的“名誉、声誉”,来之不易。如今,这些企业的某些做法,对消费者而言是否正确,企业应该反醒,行业、企业都更应该用自己的真实行动来统一、规范自己的质量标准和服务标准。

特别是作为行业协会会长、理事单位以上的规模型企业更应该在质量方面实行自律,并针对市场上出现的诸多产品质量问题进行规范操作。可现实恰恰相反,其做法完全背离了社会和消费者的意愿,背离了国家赋予他们中国“驰名商标、著名商标”等各项名誉、声誉的初衷,违背了《消费者权益保护法》。

因此,规范铅蓄电池《产品质量标准》和《售后服务标准》,提高监管能力,净化市场,为消费者提供一个放心、良好的消费环境又将成为该行业的一个新课题。