

豪华车市场:降声一片 潜力仍在



■ 本报记者 范丽敏

豪华车今年真可谓让人“大跌眼镜”。自今年2月奔驰旗舰车型S级率先在 market 出现30万元左右的价格松动开始,豪华车价格就一路下跌。

然而,一位不愿具名的业内人士认为,尽管中国宏观经济增长整体趋缓,豪华车市场仍颇具潜力。

豪华车市场硝烟四起

豪华车曾一度是“加价”的代名词,路虎极光、保时捷卡宴、奥迪Q5都是加价的代表,然而,由于中国经济放缓,消费者购买能力下降,中国车市随之不断降温,豪华车也变成了价格战的重灾区,降声一片已经成为主旋律。

“以奥迪A6L为例,降价之后一辆车赔本2万元,但是不降也没办法,不降价,车卖不动,库存也会不断加大。”一位奥迪的经销商无奈地表示。

据统计,自2月份以来,豪华车市场乘用车价格指数(CAPI)持续下降,7月份下跌0.2%,传统豪华车品牌奥迪、宝马和奔驰在中国市场竞争日益激烈,促销力度也越来越大,如奔驰E级和宝马5系价格指数分别下降1%和1.5%,近期的降价幅度都在5万元至10万元,凯迪拉克SLS价格在7月下降0.38%。

经过这一轮价格战之后,宝马、奥迪、奔驰三大品牌均出现了20万元的车型,而在两年前,这几乎就是B级车的价格线。

从经销商价格战的惨烈不难看出,豪华品牌车企的利润滑坡已非常明显,并且拖累其全球销量增幅明显放缓。

各大豪华车品牌全球业绩半年报同样显示,虽然豪华车上半年的销量和利润均有不同程度的提升,但是增幅明显放缓,如宝马集团相对于去年12.7%的增长,今年上半年销量增幅回落4.4个百分点,同时,其汽车业务税前利润为38.99亿欧元,较去年同期的41.16亿欧元下降5.3%,净利润下滑更为

明显,从去年同期的29.17亿欧元降至26.26亿欧元,同比下降10%。

“这是由于中国豪华车市场对各大汽车集团的贡献率不断增大,且已经成为奥迪、宝马、宾利、兰博基尼、劳斯莱斯等众多顶级豪华车品牌的全球第一大市场。”业内人士认为,正是由于中国市场日趋重要,因此这一市场的任何风吹草动都影响到豪华车品牌的整体表现。

中国市场仍被看好

尽管没有以往的火热状态,豪华车经销商的迅速扩张仍预示着豪华车还是有利可图的。英菲尼迪中国事业总部南大区总监付涛表示,从经销商招商的情况来看,大家还是比较积极的,这说明业界还是比较看好豪华车。

“中国对摩根汽车公司来说是一个很关键的市场。”首次参展2012广州进口·豪华汽车展的英国摩根汽车公司运营总监史蒂夫·莫里斯说。

记者了解到,摩根汽车今年进入中国市场,先后参加了2012(第十二届)北京国际汽车展览会、2012北京国际顶级生活品牌(奢侈品)博览会和2012广州进口·豪华汽车展览会等。

摩根汽车有限公司董事总经理金宝(Jim James)告诉记者,对于摩根汽车来说,中国市场充满了机遇与挑战:中国拥有一批

强大的潜在客户群,但这些客户可能并不了解摩根汽车的特点和优势。正因为如此,公司将在北京工人体育场建立一个摩根汽车体验中心,同时发展4个区域经销商。

“今年下半年,摩根汽车还将通过在北京、广州和成都等地举行的一系列专业汽车展会和私人小型品鉴会来进行品牌推广活动。”金宝告诉记者,虽然摩根今年才进入中国市场,但是预计今年将销售18辆汽车。

“不久的将来,摩根汽车每年将在中国销售八九十辆汽车。”金宝表示,不仅仅是摩根汽车,豪华车的总体局面仍然持续看好。统计数据显示,上半年,豪华车市场增速仍在30%左右,仍为增速最快的细分市场之一。

“2009年起,中国汽车消费市场结构升级逐级加速。”上述业内人士说,2011年,中国豪华车市场销售总量约为100万辆,在中国汽车市场份额中占比低于10%。而在欧美成熟汽车市场,豪华车占全部汽车销量的28%至29%。目前来看,世界各大顶级豪华品牌在中国市场斩获颇丰,增长迅猛,中国已经逐渐成为豪华车品牌的必争之地。

特别报道

印度基建 浙商有机会

7月底,记者到达印度首都新德里,这里正好下了一场大雨。新德里的路边一片汪洋,很多棚户区的小孩就在暗绿色的河水里玩耍,路边的垃圾堆随处可见。

记者住宿在新德里一家三星级酒店,晚上被热醒了,一看,停电了。在印度,停电是家常便饭。当地一家中资企业的销售主管称,他们都自备发电机,一停电,马上用柴油发电,不至于影响生产。7月底,印度就发生了大面积停电,波及了6亿多人口。

印度地区间发展不平衡,在孟买的富人区,最贵的地价达每平方米8万美元,但一条街之外就是连片的棚户区。在新德里的LV专卖店不远处,就是一个个推着小车沿街叫卖的小商贩。印度的高速公路上,既有奔驰和宝马,也有驴车、拖拉机。

“印度的基础设施建设和消费品是目前最大的投资机会。”环球市场运营总经理潘建岳表示,印度虽作为金砖国家之一,但机场、高速

公路、城市道路等基建没有跟上经济增长步伐,而浙江企业在工程机械、园林工程、卫浴、建材、五金等行业很有竞争力,可以重点开拓印度基础建设市场。

针对在印度销售的中国货价廉物不美的现象,潘建岳认为,日本和韩国企业的成功值得中国企业借鉴。在印度的电视节目中,到处可见韩国的三星和日本松下电视广告,机场边的黄金广告位,除了印度的塔塔集团外,也都是日韩企业的广告。“日韩企业通过在印度本地设厂,展开广告轰炸,配合渠道营销,保证产品高质量,在印度打开了市场。”潘建岳称,印度人口众多,中产阶级的消费力很强,这块市场值得中国快速消费品行业去开拓。

(张云山)

市场商机

世界泳装七成来自中国

“俄罗斯市场上的泳装90%来自中国,德国市场上的泳装80%来自中国,中国泳装在国际市场上的份额在不断扩大。”中国纺织建设规划院高级工程师郭宏钧等有关专家在第二届中国(葫芦岛兴城)国际沙滩泳装文化博览会上表示,国际市场对中国产泳装需求十分强劲。

据介绍,近年来,许多国家和地区都加大了中国泳装的进口量。西班牙是世界泳装消费大国之一,2007年以来,中国成为西班牙泳装市场五大主要供应国之一,市场占有率为36.4%,约相当于4500万欧元。中国泳装由于质量上乘、价格合理,深受国际市场欢迎。去年,中国生产泳装4.2亿件,约有50%以上出口。

葫芦岛市市长都本伟表示,葫芦岛素有“中国泳装名城”之称,世界泳装70%来自中国,而中国的泳装三分之一以上来自葫芦岛

市,目前,全市泳装出口已占世界游泳市场份额的五分之一。

都本伟介绍,今年以来,葫芦岛市克服外需不振等不利因素影响,积极抢占国际泳装市场,上半年出口泳装批次、件数、货值同比均增长40%以上,实现了逆市突围,泳装产业国际竞争力得到进一步提高。但他同时表示,虽然当地泳装产业集聚度较高,出口量较大,但缺乏高端国际化品牌,产品附加值较低,平均每件泳衣出厂售价仅在50元人民币左右,今后将支持企业提高研发设计和创意水平,加强品牌建设,提高产品附加值和市场竞争能力。

(石庆伟)

出口警示

商情聚焦

日本服装企业扩大在东南亚生产规模

本报讯 据《日本经济新闻》报道,日本服装企业调整海外生产体制,把至今集中在中国的生产向东南亚国家转移。

根据贸易统计显示,2012年上半年,日本从东盟国家进口服装量同比增长22%,而从中国进口量同比减少4%,形成鲜明对比。

报道称,2012年上半年,日本从缅甸和柬埔寨进口休闲衬衫、毛衣等针织类服装的数量明显增长,进口量同比激增50%。

(钟尚)

阿根廷将推广新型转基因大豆种子

本报讯 据阿根廷《民族报》日前报道,农作物种子企业孟山度公司拟向阿根廷销售其研发的新型转基因大豆种子。

据介绍,孟山度公司通过Intacta RR2 Pro技术培育的新型转基因大豆种子具有防治虫害和抵抗除草剂功能,有利于提高大豆单产。

阿根廷作为世界上率先推广转基因大豆的国家,目前其约90%的大豆种植已经采用了转基因技术,并因此使得大豆成为该国第一大农作物。

(中国驻阿根廷使馆经商参处编译)

进口提醒

美国农业部下调新年度中国大豆进口数据



本报讯 据美国农业部发布的最新油料展望报告显示,由于中国港口库存充足,因而下调2012至2013年度中国的大豆进口数据。

美国农业部称,目前,中国港口有数百万吨大豆储备。另外,中国采购的美豆已经到了2012至2013年度所需美豆的一半左右。到2013年年初,这些合同大豆价值可能高企(相对国内库存),一些合同可能回售给国际市场用于盈利。

因而,美国农业部将2012至2013年度中国大豆进口数据下调了150万吨,为5950万吨,而2011至2012年度,该数据为5750万吨。

美国农业部指出,2012至2013年度,中国的大豆期末库存将会从去年的1450万吨降至1180万吨。最终,来自南美的低价新豆将有助于补充中国的大豆库存。中国政府可能通过竞价出售大豆储备来推进这一过程。

虽然近来中国举行的竞价交易会上大豆价格创下历史最高纪录,但是仍比进口价格低了8%至到11%,使得国储大豆更有竞争力。中国政府与国内加工商达成协议,维持豆油价格稳定,作为交换,中国甚至将以更低的价格补贴大豆储备销售。

(盛易)

风向标

东非航空市场低价竞争加剧

随着短途廉价航班日益增多,东非航空市场低价竞争加剧,各大航空公司为保住市场份额不得不作好应对准备。肯尼亚国内航空管理局表示,在确保安全和服务质量的情况下,公平竞争加剧对市场有利。

前5个月阿曼房地产市场呈现局面热销

据《阿曼论坛报》报道,来自阿曼国家统计局信息中心的数据显示,2012年前5个月,阿曼房地产市场呈现旺销局面,销售合同数量和金额均大幅增长。业内专家表示,银行按揭利率较低和投资者信心增强是促进今年房地产市场回暖的主要因素。

日本公司出品世界最小迷你相机 可当手机挂饰

日本某公司出品的一款号称“世界最小”的迷你数码相机,其尺寸只比我们的大拇指略大一点,直径仅为1元硬币大小,重量仅为9克。据介绍,这款相机已不仅仅是一部相机,还可以作移动硬盘使用,甚至可以当手机挂饰或者钥匙扣。

埃及因缺电将增加石油产品进口

据埃及中东社报道,300多家埃及企业最近提交了一份备忘录,称未经预告的突然停电导致这些企业遭受了60亿埃镑(约合10亿美元)的经济损失,其中玻璃、水晶和钢铁企业的损失最为严重。埃及财政部部长赛义德日前宣布向埃及石油总公司追加1亿美元拨款,以便该公司增加石油产品进口以满足电力公司的燃油需要。

越南浮法玻璃面临国外商品的竞争压力

据越南《西贡经济时报》报道,越南玻璃协会主席称,越南国内一些玻璃生产企业因产品积压过多不得不减产。报道称,在建筑市场仍不景气的同时,已加工好的玻璃仍在不断地进口至越南,尤其是进口自中国的玻璃已对越南内生产企业造成很大损失。目前,越南国内企业库存玻璃已经达到39万吨,相当于全行业5个月的产量。

中国产品印度遇尴尬:贴当地品牌身价涨10倍

从衣服、鞋子、纽扣,到家用电器,再到泰姬陵前的纪念品,“中国制造”在印度几乎无处不在,但提起对“中国制造”的印象,多数印度人还是觉得质量欠佳。但经过印度当地品牌的“包装”之后,中国商品的价格却可以上涨。据了解,产自中国浙江的拖把,被印度客商采购后贴上印度品牌,在大型超市和商场出售,售价都在10美元以上,身价涨了10倍。

2012年布隆迪茶叶丰收

据布隆迪媒体报道,布隆迪茶行业管理局总局长日前表示,2012年,布隆迪茶叶丰收,茶叶产量将达9400吨,比2005年产量增加1倍,可为布隆迪创汇230亿美元。据悉,目前,布隆迪拥有9000公顷茶园,预计2015年茶园面积将扩大到1.4万公顷。

为拯救橡胶价格 东南亚三国减出口

据泰国《世界日报》报道,泰国农业部官员表示,泰国、印度尼西亚、马来西亚三国一致表示,将通过砍伐总共约1.6万公顷面积的橡胶树来减少橡胶供应,提高橡胶的整体价格,解决国际橡胶市价暴跌问题,呼吁橡胶种植户不必对此感到恐慌。据悉,三国总计将削减30万吨的橡胶出口,其中,泰国将为3个国家中降低橡胶出口量幅度最大的国家,将削减15万吨的橡胶出口,印尼和马来西亚将削减剩余的15万吨。

(本报综合报道)



俄罗斯公司出售废钢及天然气

公司名称: ЗАО "Стройтехнология"
出售物品: 废钢(钢管)、
天然气(丙烷-丁烷气)
联系人: Таганский Павел
电子邮箱: jeny@1977@yandex.ru
(信息来源:中国驻俄罗斯哈巴罗夫斯克总领馆经商室)

哥伦比亚公司求焦煤合作伙伴

公司名称: Carbones
Suramericanos S.A.

合作内容: 该公司为一家专门出口焦煤的私营公司,拟向中国出口焦煤。

联系人: David Nassar Moor
电话: 0057-1-6292838
0057-1-6295365
手机: 0057-311-4189238
电子邮箱: jgarcia@csa.com.co
公司网址: www.csa.com.co
通信地址: Calle 113 No.7-45
Torre B of. 905
(信息来源:中国驻哥伦比亚使馆经商参处)

(以上信息仅供参考)

供求信息