



风向标

日钢铁巨头与丰田达成协议 钢板降价

新日铁住金等日本钢铁巨头与丰田汽车就下调汽车钢板价格达成了协议。由于铁矿石等原材料价格下跌,2014上半年财年(4月至9月)的价格将比2013下半年财年(2013年10月至2014年3月)每吨下调3000日元(约合人民币180元)左右。这是时隔1年半再次下调价格,降幅约为3%。

钢铁巨头与丰田的交易价格不仅对其他车商,也对造船、建筑等其他大量使用钢铁的行业造成很大影响。今后价格谈判中降价浪潮可能波及整个制造业。协议价格也适用于已经出货的部分。受中国和东南亚等地钢铁供应过剩的影响,铁矿石价格正在下跌。各大钢铁公司在这一背景下答应了丰田的降价要求。

哥斯达黎加预计咖啡将增产

根据哥斯达黎加咖啡协会(ICAFE)发布的报告,预计在明年10月至明年9月即将到来的咖啡收获季,哥咖啡产量同比增加4.5%,咖啡价格上涨将趋缓。

在最近的两个收获季,包括哥在内的中美洲国家由于受到咖啡锈菌严重影响,咖啡大量减产,导致阿拉比卡咖啡在国际市场价格上涨近80%。

毛里塔尼亚渔品滞销

由于传统买主——日本客户拒绝接受毛塔渔品销售公司的报价,毛塔约有8000吨渔品滞销仓库。首都努瓦肖特的冷库已经饱和,储存能力较强的努瓦迪布冷库也接近满仓,而上个月末休渔期开始后,还有部分渔船没有卸鱼。加上这部分渔货,努瓦迪布的冷库也将饱

和。8月18日,毛塔国家渔品销售公司召开董事会,决定维持报价。国家为支持公司的决定,已向公司提供贷款,以帮助企业渡过资金难关,但这仅能缓解暂时的困难。如果销售危机持续,渔品销售公司将采取停止手工捕鱼和要求渔业部宣布停止渔品交易的紧急措施。

(本报综合报道)

外贸风向天天有 报纸商情掌上看

扫描右边二维码 关注“外贸风向标”微信订阅号



贸易书讯



书名:《外贸参展全攻略——如何有效参加B2B贸易商展》

内容推荐:本书主要针对中小企业在各类商展中所面临的困惑、挑战,细致梳理了从展前的准备、展中的展示和沟通到展后的销售线索追踪管理等各个方面的知识及技巧,并运用实际的案例,图文并茂,通俗易懂,为你学习如何有效参加B2B商展提供一揽子参展解决方案及全

方位的实战指导,必将使你的参展技能获得大幅提升。

作者简介:钟景松,在贸易公司、跨国公司的外销团队管理、销售实战和出口营销方面拥有20年的经验。环球资源资深讲师,擅长课程:如何有效参加B2B商展、如何处理网上买家查询、外销团队管理、出口推广管理、客户管理、销售谈判和销售实战训练等。

供求信息

喀麦隆首都近郊

一块5公顷土地待租售

喀麦隆雅温得市郊有一块土地待租售,该土地距离雅温得体育场约5公里,面积约5公顷,可用于房地产、厂房、酒店等开发项目。

联系人:Belibi Lucas
电话:00237-77789836
邮箱:belibilucas@yahoo.fr
(信息来源:中国驻喀麦隆使馆经商参处)

卢旺达博格沙拉国际机场

寻求项目投资

项目名称:博格沙拉国际机场
地点:基加利市
投资额:6350万美元
联系方式:卢旺达投资发展局(RDB)
驻深圳代表处
联系人:Mr. Albert Rugaba
电话:86-755 2655 1953
传真:86-755 2655 1960
邮箱:info@rwandainvest.com.cn
(信息来源:中国驻卢旺达使馆经商参处)

俄公司希望从中国进口螺旋泵

俄罗斯公司ЗАО НИПИГОРМАШ的主要产品为生产工业炸药所需的填充搅拌机及其他矿产设备,现需从中国进口设备生产过程中使用的螺旋泵。

联系人:工程师Чушкин А.Г.
电话:007-343-2568767
007-909-020-11-33
邮箱:chushkin_ag@npgm.ru
地址:Россия,620024,Екатеринбург,ул.Сумская 1
(信息来源:中国驻叶卡捷琳堡总领馆经商参处)

澳大利亚第二大奶羊场待售

物产:商业奶羊场+2处房产
面积:约407英亩(165公顷)
地址:昆士兰Darling Downs
价格:250万澳元(包含全部的机械、1400头羊、植被和2处房屋)
联系人:Jenna McGilvery
邮箱:apws@harboursat.com.au
(信息来源:中国贸促会官网)
(以上信息仅供参考)

商情聚焦

政治动荡致泰国手机配件市场跌入低谷

由于政治动荡进一步挫伤了民众的购买欲望和购买能力,泰国智能型手机市场销售状况跌入谷底。泰国国内的移动设备市场见证了这场4年来前所未有的市场重度萎靡。消费者对智能型手机现有功能没有改进需求,从而导致设备市场销售下降,新旧货品更替周期延长。

目前,泰国民众减少开支,泰国的手机配件市场销售额减少,今年第一季度销量下降30%,而智能型手机市场上升到3万台至4万台,总计金额约5000万泰铢。由于各种时尚配饰并不适用于所有智能型手机,使此类产品的进口商和经销商在困难的条件下销量下降,特别是厂商的授权产品。

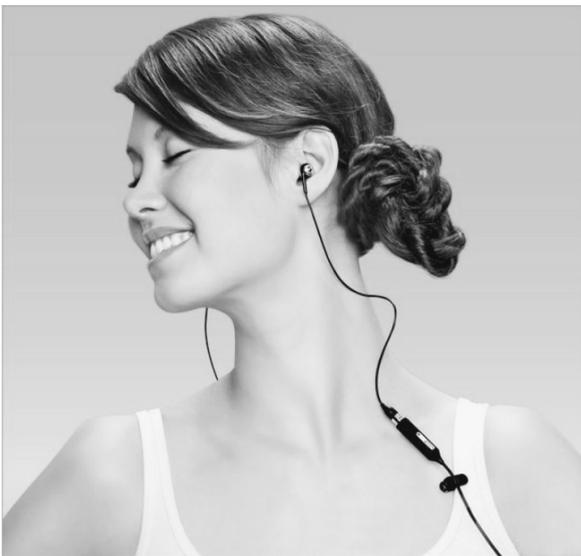
去年,因为智能型手机迅速普及,连带使配件市场成倍增长。今年,泰国民众压缩开支,还有一些消费者在第一季度时等待新产品上市,使得市场销量惨淡。到目前为止,情况并没有改善。

在林林总总的配件中,只有移动电源或备用电池市场继续保持增长,不过,预计增速会在明年放缓。其他产品,如手机壳、手机屏幕膜和手机线的销售量显著下降。

智能型手机的电池时效不能支持全天使用,人们使用智能型手机时,大多需要购买另外一个备用电池。这些电池的价格范围从几百泰铢到1000泰铢不等。

在过去一年,泰国手机配件市场总收入为400亿泰铢,较2012年同比下降15%。有些公司推出了40%至50%的降价策略。但今年看来,销量还是较去年同期下降50%,使企业不得不调整计划以控制成本。

长期的政治问题,很可能是让配件市场从去年到今年收缩50%的原因。不过,从第一季度恶劣的市场情况较难猜测未来的销售走势,这还要看iPhone 6和三星Galaxy S5这些新品发布能否带动手机配件销售显著增长。



里岛拥有4家实体专卖店,在马来西亚、泰国等也纷纷开设实体店。此外,产品远销欧美50多个国家,拥有上千万名海外用户。

2.台湾华硕

泰国地区经理Jeff Lo受访时表示,今年,泰国智能型手机销量目标为140万台至200万台,营收贡献将升至40%,超越平板电脑成第二大产品线。目前,华硕手机Zenfone已在东南亚多国开卖或预售,将砸400万美元(接近新台币1.2亿元)进行市场营销,志在取得泰国智能手机市场10%的占有率。

3.台湾Dapad

Dapad公司员工人数为200人,于新北市三重区设有营运总部及仓储区,主要营业项目为手机配件,例如保护壳类、耳机类、充电器类、电池类产品,以自有品牌Dapad直接经营市场,也有外销加工。2009年6月,Dapad公司生产手机屏幕保护膜,与泰国Samsung手机部门合作,进行了一系列的企划营销,提升了消费者对Dapad品牌的肯定。2010年1月,Dapad公司取得Sony Ericsson泰国蓝牙耳机独家代理权,年销售至少5万组蓝牙耳机。

本栏目稿件由合作媒体
《国际商情双周刊》提供

进口提醒

日本经济产业省建议着力开拓亚洲时尚市场

近日,日本经济产业省就日本时尚界的海外营销策略这一课题进行了调查。调查结果显示,预计日本时尚业市场的需求量将从2013年的18兆日元微增至2020年的18.9兆日元。与此相对,中国时尚业市场规模到2020年将增加60兆日元,总额达113兆日元,成为世界最大的

时尚市场。东南亚地区时尚业市场规模到2020年也将从2013年的4兆日元增加至8兆日元。经济产业省强烈提议日本不应把眼光仅仅局限于不断萎靡的国内市场,日本各时尚界企业应联合起来,通过创建吸引顾客的店铺等策略共同开拓中国和东南亚市场。(王宏进)

中国消费者成英国奢侈西服定制目标客户

英国伦敦的萨维尔街是世界最顶级西服的手工缝制圣地。过去,这里的裁缝为华尔街与伦敦的商业精英日夜赶制最低4000英镑(约合人民币4.07万元)的定制西服,但如今,中国消费者已成为其主要裁缝商的目标客户。

近年来,奢侈品在中国越来越流行,但中国客户对定制西服这一概念还相对陌生。定制西服裁缝店Richard James的联合创始人表示,中国市场有潜力,但其熟悉定制西服还需一定时间。

为打开市场,萨维尔街的裁缝店采取不同策略。Henry Poole & Co选择派送团队直接前往中国为客户量体裁衣,以满足客户对服装细节的要求;而Henry James则将视线先投向西服定制更为成熟的市场——中国香港,以期慢慢地将业务转向内地。然而,争取中国客户并非没有挑战。咨询公司Bain & Co的一份调查显示,中国本地市场的奢侈品消费上升缓慢。去年,中国内地整体奢侈品消费仅增长2%,低于2012年的7%。(郭贤)

第二十七届中国国际眼镜业展览会

主办单位:中国眼镜协会
中国轻工业对外经济技术合作公司
协办单位:香港东方国际展览有限公司
支持单位:中国轻工业联合会
赞助单位:香港贸易发展局
香港中华眼镜制造厂商会
展出地点:北京·中国国际展览中心1号馆一、二层和2、3、4、5、6、7、8号馆
北京皇家大饭店
展览中心办公楼会议室
展馆地址:北京市朝阳区北三环东路六号

★本次展览会展出面积50000多平方米,有22个国家和地区的700多家厂商参展,是亚洲最具影响的眼镜专业展览会之一。

展出时间:2014年9月3~5日
展 品:各种用途的眼镜、眼镜架、眼镜片及毛坯、角膜接触镜及其护理产品、眼镜零配件、原辅材料、眼镜制造设备、验光配镜仪器设备、眼镜专用工具、眼镜盒及其他与眼镜相关的产品
垂询单位:中国眼镜协会
垂询电话:010-83559070/9071/9072
E-mail:optics@public.bta.net.cn
Http://www.chinaoptics.com



我们热忱欢迎国内外眼镜业界同仁前来参观交流、洽谈生意!

海外传真

英国对华最佳出口商品是“优越感”

知道仍有一种英国产品令世界最大市场覬觎却不能据为己有是一件多么令人欣慰的事。这是一种精品,其他国家的人都未曾像英国人那样“深得精髓”。

中国企业或许正将控制一切的手伸向英国本土品牌,如维他麦、圣汐游艇甚至伦敦出租车,但中国民众对一种更值钱的英国“宝贝”垂涎欲滴并愿意为此花大钱。

这个产品就是优越感——斜视墙纸或鄙视错误的刀叉摆放方式的优越感。中国人并不满足于富得流油,还想自命不凡。

这至少是英国企业家詹姆斯·赫伯特的想法。他通过向中国名流传授礼仪发财。在他看来,如今,中国的暴发户希望学习同样富裕但更招摇的俄罗斯兄弟尚未掌握的技能:如何利用精明和品位把自己与凡

夫俗子区别开。赫伯特说:“从前,这些中国大富豪用仅能在国外买到的品牌使自己鹤立鸡群。但如今,这些品牌基本都能在国内买到,它作为社会地位象征的作用就减弱了。所以,他们要用‘非凡见识’和‘优雅举止’脱颖而出。”

因此,他正在培训这些人打蝶形领结,并解释温布尔登网球赛、爱斯科赛马会和亨利皇家赛船会的礼仪。

我曾以为优越感只是时髦的无知。非也:它是“学识”的粗野表现形式。如今,优越感无处不在,也就失去了它的那种讽刺感。如果你真的想追求正宗优越感,即那种醉金迷又天然的优越,最好去不接爱果岭费的北京顶尖高尔夫俱乐部,那里可没有“不三不四”的人。(作者格兰特·斐勒 丁雨晴译)