

◆ 行业观察

中国电商市场引无数品牌竞折腰

■ 本报记者 姜业宏



“在人类历史上,科技和数据从未这样高度满足过人们的无穷欲望,只需轻轻点击一下,每一件商品、每一种全新体验都触手可得。在这个新纪元,品牌的重要性比往日愈加彰显。”奥美中国在近期发布的电商白皮书——《品牌在中国电商的突围战》(下称白皮书)中这样描述中国电商市场和品牌的重要地位。

转战线上成为普遍之选

去年,线下零售商首次经历了

负增长,越来越多的企业为寻求发展,开始转向电子商务。从理论上来说,电子商务具有无尽的货架空间来容纳所有的品牌。但真正的挑战在于,如何在浩如烟海的店铺森林中吸引潜在消费者光临。

白皮书指出,对于想在中国市场上有所作为的品牌来说,能够驾驭风云变幻的电商市场已经成为一大挑战。据统计,已有超过1000万家店铺入驻了中国的电商平台或建立了自己的线上商店,在线经营的商品超过10亿种,交易额将有望在今年突破1万亿美元。这意味着,消费者需从数以千计的商品中进行实时比价,挑选出心仪的品牌。正因如此,以长期策略为基础,树立旗帜鲜明的差异化路线,成为品牌制胜的诀窍。

“高速迭代的电商环境,往往让品牌营销更加侧重短期销量的

增长,而忽视了品牌的建设。”奥美亚太区联席首席执行官兼奥美中国首席执行官韦棠梦说,“随着品牌不断加大在电商平台上的投入,产生了巨额的销售比重,品牌更要在这样的市场环境找出精准的方向。越来越多的品牌在中国如雨后春笋般崛起,而以社交媒体及电商平台为重的营销活动将是进一步发展的目标。”

品牌力量决定可持续发展

白皮书认为,品牌不可能依赖无止境的市场资金投入来获取客户,也不可能依赖价格折扣招徕客户。BrandZ咨询公司的研究表明,品牌力作为知名度的来源,才是在电子商务中保持持久竞争力的唯一途径。

以耐克品牌为例,“Just Do It”这个品牌的平台已经持续了几十

年,深入人心,为耐克烙上了鲜明的印记。与此同时,耐克与消费者的每次互动都紧追当下的潮流热点,最明显的就是不同运动员的代言。最近的“追求无止境”营销活动就是针对女性消费者,聚焦那些取得卓越成就的女性运动员,与女性产品联系紧密。随着电商的崛起,耐克电商通过提供个性化的购物体验去满足消费者最为迫切的需求——如在线定制,在确保始终满足消费者短期需求的同时,也在消费者生活中产生了长期品牌影响力。

“在这个拥挤的市场上,数百万店铺都在竭力获取顾客的注意力,强大的知名度是在电子商务平台上吸引消费者的一个前提。同时,品牌力还可以从根本上实现差异化。”

白皮书也同时指出了一些电商市场策略中的偏差,比如快消品牌常见的价格战。最精明的品牌,往往不满足于在电商平台追求销售数字,而是同时要从电商市场中收获净利润。

“中国电商市场机制尽管是独特且富于变化的,但并不是完全的不解之谜。”此白皮书的主要作者、上海奥美电商和数据分析师朱浩认为:“我们相信,品牌稳操胜券的关键,是以完整的品牌策略,塑造全渠道的客户体验方案,以及尝试新的电商及传播渠道,以应对日新月异消费者的需求。”



安永近日发布的《“一带一路”拓展宏图 海外投资稳步前行》指出,2017年,中国海外投资规模整体出现下滑,由高速增长长期进入稳步调整期,投资结构不断优化。“一带一路”建设顺利推进,其中中国对东盟地区并购投资创历史新高,有望引领“一带一路”发展。

汽车与运输行业最受投资者欢迎

安永中国海外投资业务部全球主管周昭媚指出,2017年中国企业海外投资呈现三大特征:第一,行业结构持续优化,主要投向实体经济领域;第二,投资形势趋稳,年底海外投资企稳回升;第三,“一带一路”沿线投资合作逆市增长。“这显示中企海外投资正由高速增长期进入稳步调整期。”

海外并购方面,2017年中国企业宣布海外并购投资总额1448亿美元,同比下降32%。虽然同比有所下降,但与实体经济密切相关领域的投资依旧保持稳定。在整体投资放缓的情况下,汽车与运输行业表现亮眼,成为2017年最受投资者欢迎的行业,其与电力和公用事业、科技、媒体和电信业(TMT)成为2017年并购投资额最多的三大行业。

预计2018年随着中国进一步完善投资政策环境,中企海外投资将保持健康平稳发展,促进实体经济发展将成为海外投资重点考量,其中对基建工程、医疗健康等领域有望保持积极的投资态势。同时,“一带一路”投资将保持发展动能,持续带动区域经济发展。

东盟并购投资创历史新高

东盟国家是中国推进“一带一路”建设的优先方向和重要伙伴。2017年,中国对欧美并购出现下滑,但对亚洲尤其是东盟国

中企海外并购投资稳步前行

家以及大洋洲并购投资总额创历史新高,同比增长268%,达341亿美元,占2017年宣布的中企海外并购交易总额近1/4。

报告指出,2017年中企在新加坡的并购活动快速增长,让新加坡成为2017中国海外并购第一大目的地,其中运输、科技、电信以及生命科学行业最受中国投资者青睐。蔡伟年指出,新加坡具备高机会、低风险、开放性、创新力几大优势,在当地政府的强力支持下,新加坡有望扮演关键角色推动“一带一路”在东盟国家的实施,包括作为区域融资枢纽、区域物流和基础设施建设中心、企业国际/区域总部所在地,以及高端人力资源平台等角色。

美国税改或吸引更多中资

美国一直以来都是中国海外投资最重要的目的地之一,美国新的减税法案已于1月开始实施,赴美投资的中资企业将面对新的机遇与挑战。中国投资者应全面了解美国新税改方案的各项细节,从而有效管控潜在风险,并把握税改带来的投资新机遇。

安永国际税务主管蔡伟年表示:“总体而言,美国联邦企业所得税税率的大幅降低以及部分税制简化措施的实施,或将有助于吸引更多中资企业赴美投资,但企业在做投资决策时应谨慎评估税务影响,并兼顾商业上的考量。”报告指出,受相关税改政策的影响和刺激,在美已有投资或者投资计划的中资企业若增加在美国本地资本化支出的比例,也将享受资本化支出费用化所带来的节税效果。另一方面,受反税基侵蚀最低税措施的影响,中资企业在美国投资的超大型企业可能会在关联方利息、租金、特许权以及服务支付的美联邦税扣除方面受到新税法的限制。

中国贸促会首个副省级城市培训基地落户成都

本报讯 4月17日,中国贸促会(中国国际商会)第一个副省级城市培训基地——成都培训基地揭牌仪式在蓉城举行。中国贸促会(中国国际商会)培训中心主任凌凤杰、成都市人民政府副秘书长高建军等出席活动并为基地揭牌。成都市贸促会副会长毛艳主持揭牌仪式。

凌凤杰表示,建立中国贸促会地方培训基地得到了各地政府的积极响应和大力支持,希望成都培训基地能在中国贸促会深化改革背景下利用天府之国丰富的腹地资源,借助锦绣之城重大历史发展机遇,发挥好服务政府、服务社会、服务企业的功能作用,为增强成都市经济发展的韧性、活力和后劲贡献力量。

目前,培训中心已设立首批包括山东、天津、黑龙江、宁夏和成都5个培训基地。下一步,培训中心将与各培训基地共同制定培训计划,将更多高端培训资源和优质师资课程引入地方,助力地方企业开拓国际国内市场,更好地服务地方开放型经济发展。

揭牌仪式后,由中国贸促会(中国国际商会)培训中心主办的2018年全国贸促系统干部轮训班开班,吸引了来自北京等28家省级贸促会以及70余家地市县级贸促会代表近140人参加。(霍绪袍)

本报讯 中国汽车技术研究中心和上汽通用五菱公司共同发起成立的中国东盟汽车标准法规研究中心日前在印度尼西亚西爪哇省正式揭牌成立。中心将进一步推动中国与东盟各国在汽车标准法规领域的深入交流与合作,也是中国汽车产业推进标准走出去的一个重要内容。

据介绍,研究中心设立有专职标准法规研究团队,与整车产品专业工程师对接,秉承全球化法规研究成果确保为客户创造价值最大化的研究原则,共同推进汽车标准法

规发展,促进中国与东盟各国汽车产业的共同发展和技术进步,为进一步推动中国与东盟各国在汽车标准法规领域的深入交流与合作积极创造条件。

随着中国汽车产业的发展壮大,众多中国汽车企业依托拥有自主知识产权的产品和技术积极探索海外业务发展模式,并取得了不断进步。上汽通用五菱在印尼的汽车工厂已经投产运营,而且不仅是建设工厂,更是将供应商一同带到海外建厂配套,并发展建设当地经销

商网络,形成全价值链的海外输出。

上汽通用五菱印尼汽车公司总经理徐飞云表示,研究中心的成立将使中国与东盟各国在汽车标准法规领域的交流与合作更加深入,共同推进汽车标准和法规的研究和建立。

中国汽车技术研究中心有限公司董事长于凯说,研究中心已经和包括印尼、菲律宾、泰国等国达成了在汽车标准和法规方面的合作,未来将进一步拓展合作范围,细化合作内容,在未来一两年内推动一大批成果落地。(李志勇)

中国汽车产业加速标准走出去

标准化问题制约中药走出去

本报讯 自党的十八大以来,我国中医药事业迎来了黄金发展期。相关数据显示,2017年我国中医药大健康产业规模达1.75万亿元,同比增长21.1%。

但目前国际天然药物市场仍被欧美日韩垄断,同属于天然药物的中药市场现状不容乐观,距离迈向全球药品高端市场仍有很大的距离。据统计,近3年我国中药产品出口总额仅35亿美元,其中中

药材及饮片、植物提取物等原料类产品占比达85%以上,中成药产品占比不到7%,且主要以膳食补充剂的形式使用。对此,天津中新药业董事长李立群表示,除了中西医结合理论存在较大差异外,现有中药标准体系难以保证产品质量一致性是主要制约因素。“中医药要实现高质量发展,首先要解决标准化、稳定性的问题。”李立群说。

在整个中药产业链中,从药材

种植、产地加工,到饮片生产、提取物生产、成药生产等,秩序都比较混乱。对此,天津中新药业加强了对药品生产及经营全过程的质量监督管理。“通过细化质量管理、加强技术创新,开展中药智能制造、绿色制造的标准研究,构建国际领先的中成药全生命周期质量标准体系,从而保证中成药质量稳定均一、疗效稳定、使用安全。”李立群说。(秦海波)

