

中国厨电品牌国际化要摆脱OEM

■ 本报记者 孙允广

近日,美国《消费者报告》对89种款式微波炉进行测评,共涉及25种主流品牌,但其中并没有中国品牌的身影。

众所周知,中国是微波炉第一生产大国,美的、格兰仕等公司微波炉产能占全球的70%。但调查数据显示,2016年和2017年入选美国微波炉品牌偏好前五名的有GE、LG、百得、三星、cuisinart,2016年英国微波炉品牌用户数量前五名为:松下、夏普、三星、建伍、大宇。

这些品牌早已败走中国市场,为何在发达国家市场风生水起?海外市场又为何难觅中国微波炉品牌踪影?

单从产能的角度而言,美的和格兰仕在微波炉业界都是数一数二的,但目前中国企业多以OEM或者ODM形式出口为主,即业界所说的“贴牌生产”。资深产业经济观察家梁振鹏在接受《中国贸易报》记者采访时认为,相比日本、欧美等国家品牌,中国品牌在发达国家市场缺乏知名度,是导致海外市场难觅中国品牌的主要原因。

实际情况是,LG微波炉于2006年在中国市场就已亏损,并逐步退出中国市场,退出低端机销售。之后,LG在海外特别是北美市场加大了高端机的投放力度,过去3年,LG微波炉均价持续提升,其品牌也持续升级。行业数据显示,在高端微波炉领域,美的、格兰仕的出货价普遍低于LG,特别是在供应

北美市场的大容量、吊挂式微波炉方面,差距更加明显。

业内人士指出,欧美等发达国家消费者更看重微波炉产品外观,喜欢简洁、富有艺术感的产品,以配合家居装修。一些高端消费者还会考虑产品的营养因素,以保证维生素、微量元素及蛋白质不受更大程度的破坏。中国产品如果想在国际市场上取得席位,单凭价格手段进行竞争已不能适应需要,提高产品附加值才是微波炉竞争的焦点。

梁振鹏认为,随着国内消费的升级,海外市场与中国市场的消费需求差距越来越小,中国企业完全有能力设计并制造出满足高端消费者需求的微波炉产品。

欧美消费者不选择中国品牌与其对中国品牌的整体印象相关。中国传媒大学广告学院副教授赵新利在接受《中国贸易报》记者采访时表示,微波炉在西方发达国家的普及率高达80%~90%,早已成为成熟的大众消费品。消费者对这类产品拥有强大的消费惯性,尽管中国产品已十分成熟,但消费者更倾向于选择既定认知品牌的产品。欧美

日韩品牌先于中国品牌发力,拥有明显优势。

赵新利认为,中国品牌的国际地位与中国产品质量和中国经济实力不相称。他举例说,2017年入围财富500强的中国企业有115家,但同年入围世界品牌500强的中国品牌仅有37家,差距悬殊。

中国品牌正处于崛起的关键阶段,日韩等国家品牌同样经历过这个过程。赵新利说,当前,中企面临的核心问题是如何妥善解决OEM的短期生存需要与自身品牌长期发展之间的关系。中国微波炉品牌必须跨过OEM阶段,向品牌化运营阶段迈进。

记者了解到,近年来,中国微波炉企业正加快推进品牌化战略。以格兰仕为例,在新一轮的欧洲市场扩张中,该公司正努力摆脱过去偏OEM、规模优势取胜的模式。在为跨国家电公司做高级OEM的同时,格兰仕活跃在世界一流展会现场,每年都会组团参加全球各地有影响力的家电展、电子展,并积极与跨国零售集团接触,使产品得以直接进入跨国零售集

团的全球采购网。

近年来,格兰仕加快欧洲本土仓储、物流配送体系建设,以高端产品、渠道搭建、属地化经营等为核心,推开了技术、品牌、全球性销售渠道的市场“三重门”,正走在从产品与规模到品牌与创新的出海新通道上。

除了格兰仕,海尔、美的等厨电企业也都在加速提升品牌国际化,打造高端品牌形象。提升品牌溢价能力就是提升品牌的利润空间。梁振鹏表示,最终要转换到以自主品牌出口为主,这才是中国企业理想的状态。

品牌建设没有捷径。赵新利表示,企业在产品设计、品质、功能等方面下足功夫后,应从中抽出便于传播的象征性元素,持之以恒地宣传推广,让消费者记忆中产生长久的好印象。

赵新利还提醒,商品品牌与国家品牌有正相关关系,中国国家形象的改善对中国品牌走出去大有裨益。未来,希望在宣传国家形象的同时,更多地选择有代表性的中国品牌与之共舞。



上半年中国对巴西投资额同比大幅增长

本报讯 根据巴西规划、预算和管理部(以下简称规划部)近日发布的报告显示,上半年中国对巴西累计投资金额及投资项目数量与去年同期相比均有大幅增长。

报告称,上半年中国对巴西累计投资金额为15.4亿美元,比去年同期的5.89亿美元增长161%。

根据规划部的报告,今年5月和6月期间三个主要投资项目包括:三峡巴西公司对圣保罗朱比亚和伊利亚水电站设施进行升级改造,投资金额1.99亿美元。三峡巴西公司表示,未来10年对这两座水电站拟投入8.47亿美元。此外,

中国国家电网旗下控股公司中标巴西输变电服务项目,中标金额约为202万美元。葛洲坝巴西有限公司收购巴西圣若埃索供水项目,5月底正式完成股权交割,投资金额尚未公布。

报告显示,从2003年至2018年6月,中国对巴西投资项目共263个,涉及投资金额约1254亿美元。其中绿地项目30项,涉及投资金额约50.95亿美元。

巴西规划部国际事务秘书处于2017年开始发布中国对巴西投资双月刊报告,就中国公司对巴西的投资情况进行跟踪。(彭彬)

保险公司仍要防范低长期利率风险

本报讯 中保基金公司近日发布的《中国保险业风险评估报告2018》指出,2017年保险行业加快回归本源,发展稳中向好,产品保障功能凸显,服务能力明显提升,行业风险总体可控,但面临的形势依然十分严峻。

报告认为,从长期看,保险公司仍然要防范低长期利率的风险。相比于2017年,2018年无风险利率呈下行趋势,市场缺乏高收益的投资机会,人身险公司负债久期较长、成本较高且有一定刚性,面临投资资产到期后再投资的风险。

具体来看,一是部分公司出现较大的流动性压力。报告指出,虽然行业2017年现金流整体较为充裕,但个体分化明显,局部流动性风险隐患显现。部分人身险公司在业务结构调整期保费流入下降,同时退保金大幅增长,满期给付总量仍处于高位,现金流压力持续上升。部分公司过去高度依赖中短存续期业务,资产负债错配严重,现金流面临严峻考验。

二是资产负债管理能力面对利率风险挑战。报告认为,利率市场波动对保险公司资产端与负债端均有较大影响。一方面利率市场波动加剧,保险公司配置固定收

益类资产的难度增加。同时,当未来利率进入下行通道时,保险资金将面临较大的再投资风险。另一方面,市场竞争激烈使得保单成本始终处于高位。保单高成本的压力传导到资产端,倒逼部分保险公司提升资产端风险偏好,增加权益资产、低信用等级债券等的投资,加大了市场风险和信用风险。

三是保险资金投资债券面临的信用风险增加。报告显示,当前,债券市场主体评级下调与违约事件增加,风险企业性质、违约券种范围不断扩大,信用风险需持续关注。随着保险资金投资非标资产占比提升,信用风险敞口有所扩大。一方面,地方政府债务风险的攀升带来保险资金投资信托、债权计划等非标准产品的潜在信用风险提升。另一方面,部分非标产品蕴含违约风险,投资相对稳健的保险债权计划的信用风险也值得关注。

四是公司治理及规范经营方面存在较多问题。报告指出,公司治理薄弱,部分公司股东股权存在重大风险隐患,公司治理有效性不足,关联交易风险突出,内部管控机制缺失。违规经营问题突出,2017年监管机构对机构罚款金额达1357万元,行政处罚力度前所未有。

(程竹)



中国电池制造商宁德时代将在德国建造第一个欧洲生产基地,与宝马汽车(BMW)达成供应锂离子电池合约。欧洲欠缺生产用于电动车的锂离子电池的能力。外界警告,这可能让其汽车产业有过于依赖他人的风险。

(参考)

出海记

中远海控收购东方海外 获美CFIUS放行

本报讯 外媒称,中远海运控股股份有限公司(中远海控)收购竞争对手东方海外(国际)有限公司(东方海外国际)的交易获得美国外国投资委员会(CFIUS)批准,为这桩规模63亿美元的收购交易扫清一大障碍。

报道称,中远海控全资子公司Faulkner Global,东方海外7月6日已与美国国土安全部和司法部签订了《国家安全协议》,承诺出售持有及运营长滩集装箱码头的实体,并在出售完成前把长滩港集装箱码头的实体由东方海外为受益人的美国信托托管。

基于该协议的签署,CFIUS已发出信函,指CFIUS确定目前本次要约收购不存在未解决的美国国家安全事宜。

(参考)

南通建行多措并举 助推企业走出去

本报讯 中国建行南通分行不断创新举措,助推建筑企业走出去,目前已有多项成果落地。

该行大力发展传统保函业务,先后为龙信、苏通建设、南通三建、南通二建等多家建筑企业开出了预付款退款保函、投标保证金、反担保保函、履约保函等多类国际保函,折合人民币超亿元。与此同时,强化国际业务创新,通过制定综合金融服务方案,以及出具贷款条件清单、融资兴趣函、设计方案、海外项目支持函等,服务企业海外项目做大做强。该行先后参与了南通三建马尔代夫保障房项目、鹏飞哈萨克斯坦水泥厂项目、天楹海外并购等的一批重要项目,有的是当地的重要客户,有的服务于“一带一路”建设。

值得一提的是,服务南通三建马尔代夫保障房项目方案堪称经典,该方案包含2.74亿美元银团业务,以及对项目的融资担保措施、融资结构合理性等方面的服务计划。此外,该行为海门龙信总价3.51亿元人民币的佛得角援建项目办理“建单通”,为项目建设的投入提供资金,系江苏省成功办理的首笔“建单通”业务。

(陈新兵)

今年,村里枇杷产量近150吨,我们有40%的优质枇杷通过网上枇杷节卖出去了。四川省仁寿县文宫镇跃村64岁的村民徐友坤高兴地说。

徐友坤所说的网上枇杷节,是仁寿县近年来探索的“互联网+农业”农产品销售新业态。今年在枇杷上市时节,当地举办的第十八届枇杷节暨第四届京东网上枇杷节,让农民尝到了互联网带来的甜头。

随着电子商务进农村综合示范和电商扶贫等政策的实施,近年来我国农业农村电子商务发展迅

速,呈现东中西部竞相迸发、工业品下行和农产品上行双向流通的格局。据统计,截至2017年底,全国农村网络零售额达1.2万亿元,农产品网络零售额达2400亿元,同比增长53.3%。

农业电子商务的迅猛发展,有效带动了生产与市场需求精准对接、重塑了农产品流通渠道,同时还突破了时空限制,带动了偏远贫困地区优质绿色农产品走出深山、走向市场。农业农村部副部长屈冬玉说。

在大力发展乡村振兴和脱贫攻坚的背景下,农产品出村成为社会

关注的热点。屈冬玉告诉记者,传统的电商是通过互联网把工业品、消费品送到农村,而对乡村振兴大业来说,更重要的是帮助农民把优质特色农产品卖到城市。

为此,日前召开的国务院常务会议提出,要实施“互联网+农产品出村工程”,强化电商企业与小农户、家庭农场、农民合作社产销对接,加强农村网络宽带、冷链物流等设施建设,推动解决农产品“卖难”问题,实现优质优价带动农民增收。

业内专家表示,我国较为分散的小农生产方式导致农产品标准化和商品化程度不足,以及生鲜产品

对物流要求高,在一定程度上影响了农产品出村的效率。当前各地通过互联网,尤其是积极发展产业电商,有效带动更多农产品出村。

发展产业电商,就是将电商的产业链向前延伸到农产品生产端,通过与农民专业合作社等合作,把小农生产方式引入现代农业生产轨道,从耕地、播种、施肥、打药、收割等环节就开始介入,实现农产品标准化,从而更有效地管控农产品质量风险。也可以将农产品产业链向后延伸,通过农产品深加工等方式增加产品附加值。如果能够实现农产品品牌化经营,则会获得更大收益。

作为农村电商的“国家队”,供销社总社下属的中国供销电子商务有限公司依托在农村地区的优势资源,尤其是农业生产服务,大力发展产业电商。公司总经理丁璐介绍说,随着土地、种植、采摘、初加工、运输等每一个环节的标准建立、控制和不断优化,能够打造出一套完整的、可复制的、能够广泛应用于农产品上行供应链体系的解决方案。今年该公司重点围绕农特产品中心、仓储物流中心、批发市场、线下体验店等供应链的关键节点,在重点地区投资具有资源掌控能力、品牌打造能力、盈利前景好的重点项目。

在华美资企业期待改善营商环境

■ 本报记者 张海粟

近日,美国宣布正式对中国340亿美元输美商品加征25%的关税。其中有约200多亿美元,占比约59%是在华投资企业的产品,而美国企业占有相当比例。商务部新闻发言人高峰在近日举办的例行新闻发布会上说。

外资政策环境总体向好

近年来,在华美资企业享受中国改革开放的红利,不断发展壮大。根据日前中国美国商会发布的2018年度《美国企业在中国白皮书》(以下简称《白皮书》),2017年,外资企业在华业务经营收入总体呈增长趋势,超过3/4的公司收入有所增加,其中工业和资源行业、消费行业增长明显。企业数据也显示,美资企业在华销售额增速在2016年至2017年间高于全球水平。中

国美国商会会长毕艾伦在拜访中国贸促会时说,中国推动全球自由贸易,加大国内改革力度,向外资企业释放了积极信号。

随着中国对外开放的大门越开越大,营造公平透明的投资营商环境已成为中国的政策重点。《白皮书》指出,2017年,国务院连续发布关于促进外商投资的两套政策,中国政府决定进一步向外资企业开放金融市场,全国两会出台大规模政府改革计划等,表明中国政府致力于提高监管效力和效率,营造公平和互惠的竞争环境,促进外商在华投资增长。

外资企业对中国政府的相关承诺感到鼓舞,但认为这些承诺能否落地实施还有待观察。中国的一些政策措施在实施过程中缺乏一致性,这使不少企业感觉无所适从。

毕艾伦指出,在全球经济持续向好之时,在华美资企业将能够稳定盈利,但其对作为世界第二大经济体的中国有着更高的期望。

当前,中国不断提升的技术和资源禀赋,也成为外资企业发展的重要推动力。调查显示,2018年,保持最乐观态度的是科技和研发密集型行业。超过3/4的企业预计行业市场增长率将达到5%或更多。专家表示,随着中国经济步入新常态,重点任务转变为创新与经济结构调整,环境保护、数字技术、电子商务等行业的未来发展前景广阔。

外资营商环境仍有挑战

由于中美贸易摩擦升级,今年商业环境的不确定性似乎有所增加。《白皮书》指出,对许多在华美国公司来说,今年对中国商业环境面

临三大挑战:一是监管解释不一致。约46%的公司认为,与本地公司相比,外国公司更有可能受到税务审计、工作许可或签证的审查。监管环境的透明度、可预见性和公平性将是吸引新投资非常重要的动力。二是法律和执法不明确。执法的不均衡和给予中国公司过多的优惠待遇可能会导致外国公司承担过多责任,国内商业竞争失衡,对在华外资企业的业绩有一定的消极影响。三是劳动力成本不断上升。人口红利消失,劳动力短缺,造成传统的经济增长动力缺失,劳动力价格攀升。今年,监管合规风险、知识产权保护局限、行业标准制定缺乏参与等因素同样被企业视为较大的商业挑战。

一直以来,中国行业标准的制定,外资企业一般不能参与或仅允

许外资企业作为观察员身份聆听会议。然而全球市场上的技术及其应用的复杂性和多样化,使得政府、个人或标准制定机构中的任何一方都无法独立承担全球市场的标准制定任务。毕艾伦认为,外资企业人员参与中国标准的制定工作,能够更好地引进国外经验等。随着法律法规的日益健全,特别是近年来对专利法、商标法、著作权法等知识产权法律法规的多次修订,中国的知识产权保护水平持续提升,但与国际标准相比尚有空间。

《白皮书》建议,中国应尽量精简负面清单,同时把协定中的条款最大程度地在国内市场落实到位。此外,要确保国家安全审查和“安全”可控,技术要求得到正确和有限的应用,而不是出于经济保护主义或实施产业政策的目的。

