



户外运动产品的春天来了

内外销市场实现“双丰收”

■ 本报记者 静 安

随着天气转暖,外出旅游和体育锻炼的市民多了起来,酷爱户外运动的“驴友”们,也迫不及待地背起行囊。户外运动的兴起,同时也刺激了户外用品的热销。

近年来,户外消费逐渐成为时尚,由此带动了中国户外时尚运动用品市场的快速发展,商品销售增长迅速。据中国户外行业工作委员会日前发布的数据显示,从2001年到2010年,中国户外用品市场的复合年均增长率为25%至35%。2010年,中国户外用品年零售总额近50亿元,零售额年平均增长率接近50%,未来还将继续保持年平均30%以上的增长速度。



而在国外,中国户外用品也收获颇丰。有统计显示,2009年,全球户外家具及休闲用品(涉及到户外家具、运动及滑雪装备、帐篷、遮阳用品、睡袋、烧烤炉、人造花、转动坐具等)的出口金额达到1631亿美元,中国户外家具及休闲用品出口金额达到395亿美元,占比为24.2%,成为世界上主要的户外家具及休闲用品的生产国。

如此看来,中国户外用品在国内外市场,取得了“双丰收”。

境外参展是条道

美国、欧盟和日本是世界上户外家具及休闲用品的主要消费市场。随着金融危机阴云的消散,这些市场开始逐渐恢复生机。然而,人民币汇率动荡、原材料价格上涨、招工难等问题却令中国户外用品出口受阻,使得一直保持较高利润的中国户外行业的经营者开始寻找外销突围之道。温州乐清意嘉旅游用品公司董事长陈建兵对此表示,为了应对各种不利因素,企业应扩充产品线,从之前单一的沙滩椅等产品扩展到户外家具、野营产品等的生产。

而义乌户外用品行业协会会长王辉平指出,借力境外展会开拓海外市场是最便捷的路径。去年,义乌户外用品企业参加了多场境外展览市场。在马来西亚、中国香港等地的知名展会上也首次出现了义乌企业的影子。“义乌户外用品的主要客源国在中东地区。去年,随着俄罗斯、韩



国、日本等邻国户外运动热潮的兴起,中国产品的外销市场容量继续扩大,发展势头还是挺乐观的。”

目前,义乌的出价和俄罗斯的销售价相差10倍左右,销量依然很大。“外国人对户外产品的喜爱源于一种具有文化支撑力的消费观。”王辉平说,“户外用品连续3年涨幅超过3成,外销产品在款式设计、材料选择等方面改进很多,让原本沉寂的内销市场也逐渐发展起来。这体现出外国公众在这方面的消费观念较为超前,愿意为价值不菲的产品掏腰包。”

户外运动兴起带动内销

近几年,户外运动热潮也逐渐从国外流入国内,从而带动了国内户外运动产品市场的大发展。据统计,中国户外用品市场拥有独立品牌总数超过400家,拥有广义户外运动爱好者6000万,专业、半专业户外俱乐部超过1000家,户外产品的生产企业

涉及大小十十几个行业,企业数量达到1万余家。据中华全国商业信息中心发布的《2010年中国户外时尚运动用品市场发展报告》显示,2010年,中国户外时尚运动用品在全国重点大型零售企业中销售同比增长30.2%,比普通体育用品的零售额15.6%的增速高出14.6个百分点。相对于增速放缓的传统体育用品行业,户外用品市场可谓风头正劲。

然而,潜力巨大的中国户外市场也存在着产品定位同质化、专业化渠道受到大众化渠道的冲击、产品线上与线下冲突等问题。同时,与国外相比,中国户外用品内销市场仍“捉襟见肘”。王辉平表示,去年初步统计显示,义乌采购量中,来自杭州地区的订单增加超过3成,总量却不大。相比于境外订单而言,国内市场的所占比例不足10%。

特别报道

中国成为波尔多葡萄酒主力市场

■ 本报记者 徐 淼

根据波尔多葡萄酒行业协会(CIVB)最新市场报告显示,截至去年12月,中国对波尔多葡萄酒进口量和交易额均名列前茅,已成为名副其实的波尔多葡萄酒第一大进口国。

波尔多葡萄酒行业协会(CIVB)亚太区总监托马斯(Thomas JULLIEN)在日前举办的“随时随意波尔多2011”新闻发布会上表示,波尔多葡萄酒行业预计,将在5年至8年内,实现46亿欧元年交易额与6.3亿升年销售量目标,中国是波尔多葡萄酒最具战略意义的市场。

中国市场日趋成熟 “双料冠军”轻松到手

2010年,中国对波尔多葡萄酒进口量高达3000万升,首次超过德国居榜首。与此同时,在中国市场上,波尔多葡萄酒的成交额达到4.15亿欧元,是交易额第二大英国的近两倍。2010年,中国市场成为波尔多葡萄酒进口量与交易额“双料冠军”。虽然法国本地仍是波尔多葡萄酒最大的市场,但托马斯指出,中国市场按照这种趋势发展下去,将会取代法国本土,成为波尔多葡萄酒最大的消费市场。

报告显示,2015年,中国将有7600万户家庭年收入达到10万元至20万元,这些中产消费者将是未来中国葡萄酒市场长足稳健发展的重要力量。在采访中,托马斯一直强调,中国市场正在不断成熟。“大约在5年前,白葡萄酒还没进入中国市场,但如今,中国消费者已经开始在不同场合和时间段分别饮用白葡萄酒和红葡萄酒。2010年,波尔多干白葡萄酒在中国市场的销售量出现大幅上升,这就是中国市场成熟的标志。”托马斯说,“此外,整个波尔多有63个产区,今年已经有超过40多个产区的葡萄酒入选‘随时随意波尔多’葡萄酒,这也是市场成熟的表现。”

海外收购也“疯狂”

如今,一些扎在股市、房地产和矿产市场里的老板发现了新的“黄金地”。面对国内快速攀升的葡萄酒需求,尤其是在进口红酒的价格大幅攀升的刺激下,中国投资者们都“坐不住了”。而在以“三分看工艺,七分看原料”为规律的葡萄酒行业,酒的出身极为重要。因此,澳大利亚、美国、南非那些不可复制的产地资源自然就都成了中国投资者的“香饽饽”。而法国波尔多,由于出产的葡萄酒更富盛名,其酒庄也就成了投资者的首选。

从2008年中国公司或个人开始到波尔多收购酒庄至今,才短短3个年头。那时,中国对波尔多葡萄酒的进口还排在三甲之外,如今,中国已经成为波尔多葡萄酒的第一大客户。不久前,中粮集团更是以千万欧元将国波尔多雷沃堡(Viaud)酒庄“收入囊中”,再一次印证了中国公司对收购波尔多酒庄的热情。对此,法国波尔多葡萄酒行业协会经销商联盟主席、西谢尔家族酒庄董事长阿兰·西谢尔对记者表示:“这是相当积极的(现象),中国公司购买波尔多酒庄也是对波尔多葡萄酒的认可。对于酒庄来说,其自身发展需要资金,而很多中国葡萄酒公司购买波尔多酒庄,除了金融投资,还有在波尔多提高自身酿酒技术的目的。因此,这是双方互利的行为。令我们高兴的是,中国公司通过购买波尔多酒庄,也把这些酒庄生产的葡萄酒卖到了中国,这有助于波尔多葡萄酒在中国的销售。”

此外,从收购价格来看,对于中国公司来说,购买葡萄酒酒庄算得上是“高消费”,但这却并不影响其投资热情。在谈到如何看待中国企业收购波尔多酒庄的价格时,阿兰·西谢尔则认为:“应该说,波尔多酒庄本身的价值就在那里,购买酒庄的中国公司可以通过自己的方法衡量是不是物有所值,我们认为这其中的价格很合理。”

商情聚焦

市场动态

意大利葡萄酒 “国内开花国外香”

本报讯 意大利农业种植者协会的数据显示,2010年,意大利国内葡萄酒销售额为38.9亿欧元,同比下滑4.8%,但意大利葡萄酒国外销售却呈现上扬趋势。2010年,葡萄酒国外销售额达到39.3亿欧元,同比上涨12%。

此外,2010年,意大利人均葡萄酒消费量也出现下滑,仅为每年40升,较之30年前年均100升的消费量而言,跌幅超50%。

总体而言,2010年,意大利葡萄酒销售额仍呈现小幅上涨。出口对葡萄酒行业的增长功不可没。就进口数量而言,美国依然是意大利葡萄酒最大进口国,2010年美国进口意大利葡萄酒的数量达3.3亿箱。法国紧随其后,进口量为3.21亿箱。(仲 商)

“涨价风”吹到体育用品行业



本报讯 棉价涨了、招工难了、运费升了,随着各种成本的不断攀升,国内外一些体育用品巨头感到压力太大,最近纷纷表示不涨价难以维持经营,“涨价风”显然吹到了体育用品行业。

耐克最新发布的业绩报告称,由于石油、棉花价格以及人工成本和运费的上涨,公司的毛利率表现不佳。耐克高管表示,要缓解不断上涨的成本压力,只有靠提价了。阿迪达斯公司在此前公布的2010年第四季度财报显示,阿迪达斯净利润仅为700万欧元,较上年同期下滑64%。阿迪达斯对此解释称,主要原因是原料等成本大幅增长。而李宁公司表示,由于受到工资和原材料成本的影响,预计今年成本平均上涨20%,产品价格将有两位数增幅。

对于产品提价的市场接受程度,体育品牌分析师许云峰向记者表示,成本上涨这个理由对消费者来说过于苍白,如果公司进行提价,必须对应在产品上增添附加值,否则提价只会流失更多的消费者。“外资品牌的消费群体可能对价格不是太敏感,但是低端品牌一涨价,消费群可能就会选择其他产品。”

(沃 辩)

供求信息

秘鲁中央储备银行招标采购用于铸造货币的黄铜坯

招标序序列号:

AMC0014-2011-BCRPLIM

联系人:Luis Miguel Venegas

Cecilia Angulo

电话:0051-6132877

0051-6132893

电子邮箱:cecilia.angulo@bcpr.gob.pe

luismiguel.venegas@bcpr.gob.pe

相关信息查询网址:

www.seace.gob.pe/mon/docs/

procesos/2011/001926/

1057863181rad2A579.pdf

(信息来源:中国驻秘鲁使馆经商处)

智利公司求购压克力板

公司名称:MANUFACTURA

DE PLASTICOS POLYPLAS LTDA.

税号:78.844.390-0

法人代表:Fredy Arriagada Cuevas

电话:00562-5441315

00562-5441391

传真:00562-5513948

电子邮箱:farriagada@polyplas.cl

公司网址:w.w.w.polyplas.cl

通信地址:Santiago Concha 1525

(信息来源:中国驻智利使馆经商处)

(以上信息仅供参考)

风向标

莫斯科建筑行业中国工人工资最低

据俄房地产和建筑公司“维斯科”集团调查分析,目前,莫斯科建筑行业中国工人的月工资最低,约1.05万卢布(约合360美元),俄罗斯工人的月工资最高,约3.08万卢布(约合1060美元)。来自吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦等中亚国家的建筑工人工资相对也较低,而土耳其等欧洲国家的建筑工人工资与俄罗斯工人基本持平。

欧洲公司在华投资最青睐上海

据英国广播电视公司(BBC)日前报道,中国欧盟商会和罗兰贝格管理咨询公司联合做的一项调查显示,在华投资的欧洲公司更倾向于将上海作为其亚太总部所在地。根据该调查,在亚太地区15个城市的比较中,上海在对于欧洲公司的综合吸引力方面排名第一,中国香港和新加坡则分列第二和第三名。但调查结果也显示,上海在法律监管和政治环境等方面仍存在改善空间。该调查同时建议,为与纽约、伦敦等国际大都市竞争全球金融中心这一地位,上海必须实施更稳定可靠的法规和采用更透明的国际标准。

中国家具热销俄远东和西伯利亚地区

据俄罗斯“东方传媒”日前报道,俄罗斯家具生产企业面临中国和白俄罗斯企业的激烈竞争。“俄罗斯家具零售网和家具商城”研究中心数据显示,目前,俄罗斯进口家具在全俄家具销售中的占比从45%升至52%。对于生产中低价位家具的俄罗斯企业来说,来自中国和白俄罗斯的竞争最为激烈,中国家具的进口总额比危机前增长了30%,主要销往远东和西伯利亚地区。

德国电信寻求技术伙伴

看好中国网络科技企业

据德《商报》网站日前报道,德国电信为扩大业务范围正在寻找新的技术伙伴,成长速度快的中国企业在众多目标中较被看好。德国电信创新负责人科策尔(Edward Kozel)在接受采访时表示,中国业界在游戏、网络聊天和网络社区方面的表现尤为突出,因此,德国电信希望在这些领域与中国伙伴建立合作关系。此前德国电信主要在美国、以色列等国寻找新生科技企业作为合作伙伴。

土耳其拟加大有机纺织品出口

土耳其《每日新闻》日前报道,近日在伊兹密尔举办的首届有机纺织品交易会上,爱琴海地区服装制造商协会主席透露,土耳其将加大有机纺织品出口力度。2010年土耳其纺织品出口总额约为150亿美元,其中有有机纺织品为6000万美元,而世界有机纺织品市场总规模约为68亿美元。作为全球纺织品第四大出口国,土耳其将在今年加大有机纺织品出口力度,提高其在全球有机纺织品市场中的份额。

(本报综合报道)