



洋货当头 法国波尔多葡萄酒对华出口量价齐创新高

# 国货“丢脸” 质量不高怎能“灿烂”

■ 本报记者 徐森

法国波尔多葡萄酒行业协会(CIVB)最新市场报告日前出炉,自去年7月至今年6月,波尔多葡萄酒出口增长趋势稳健,量价齐升。其中,中国大陆和香港两大市场保持活力,对波尔多葡萄酒在全球市场上的销量稳步上升起到了决定性作用。

据悉,中国的波尔多葡萄酒进口量及交易额保持稳健增幅,再创历史新高,进口总量高达4040万升,交易额增长至5.57亿欧元,蝉联波尔多葡萄酒第一大进口国的冠军宝座,并以高出第二大进口国德国49%的总量在国际市场上遥遥领先。

与此同时,广东省工商局近日公布了2011年第三季度流通环节酒类质量抽检结果,总体合格率为78%,与今年前两个季度相比,略有提升。值得关注的是,葡萄酒的质量状况不容乐观,合格率只有53.3%,为酒类中最低。

随着中国葡萄酒市场的发展,不仅国际卖家纷纷把目光投向“东方”,越来越多的中国本土企业也投入到了葡萄酒的生产和销售中。可惜,中国企业的盲目扩张造成了市场的混乱,使本土葡萄酒深受假冒伪劣产品的困扰。在与洋品牌的竞争中,势单力薄的中国葡萄酒节节败退,怎么也“灿烂”不起来。

以文化促销售 洋酒来华大展拳脚

截止到2011年6月为止的一年内,法国波尔多葡萄酒的总出口量达19660万升,同比增幅达23%;交易额总数高达17.5亿欧元,同比增长34%。数据显示,波尔多葡萄酒出口量价齐升的主要推动力来自非欧盟国家,其中中国市场的贡献最大。

据了解,中国大陆进口波尔多葡萄酒总量在此期间上涨了85%,达到3140万升,位居全球第一,总交易额达2.31亿欧元,与同期相比增幅高达125%。而除此之外,阿根廷、西班牙、智利等国也都在积极扩大对华葡萄酒出口。

波尔多葡萄酒行业协会亚太区总监朱力安(Thomas JULLIEN)对记者表示,中国市场快速稳健的发展使其成为全球葡萄酒行业最具影响力的市场之一,也是波尔多葡萄酒最具战略意义的市场。与2009年同期数据相比,波尔多葡萄酒进口总量在

两年内迅速上升并实现成倍增长,中国市场所展现的蓬勃活力和巨大潜力让外国酒商信心十足。波尔多葡萄酒行业协会将进一步致力于波尔多葡萄酒文化在中国的传播,满足中国消费者对优质葡萄酒的需求。

实力不足 本土葡萄酒质量有待提高

数据显示,近年来,中国葡萄酒市场以每年20%的速度迅速增长,而同期,国际市场增速仅为1%至2%。与此同时,中国进口的葡萄酒数量更是以惊人的速度增加,每年增速在40%至50%以上。

中国葡萄酒市场的强大“实力”同样吸引了本土企业纷纷涌入,但其中部分企业并未建立成熟的生产销售系统,急功近利的投入并没有带来好的收益。随着年终酒类销售旺季的临近,中国葡萄酒企业的不足逐渐凸显,广东省工商局的质检结果就是有力的证明。

中投顾问食品行业研究员周思然指出,葡萄酒市场急剧的扩张导致目前葡萄酒市场乱象丛生,“傍名牌”、“山寨”现象频出,更有甚者,将售价几十元的国产酒贴上

洋商标变身世界名酒,售价动辄成百上千元,这种暴利助推各种黑色产业链逐渐形成,促使葡萄酒市场上制假售假现象更加严重。而中国消费者对葡萄酒的认知程度不高,辨识能力较弱,因此葡萄酒市场的这种混乱局面让大多数消费者难以招架。

在如此环境下,关系消费者身体健康的葡萄酒质量更是引起广泛关注。就葡萄酒质量抽检结果来看,虽然葡萄酒整体质量已经有所提高,但各种问题仍然不断出现。如一些企业为了追求葡萄酒鲜艳的色泽,在葡萄酒的酿造过程中添加柠檬黄、苋菜红、胭脂红等人工合成的色素;有些企业产品包装不合格,标签中所标注的内容也不完整。

质量是推动行业发展的基础,质量一旦出现问题,引起消费者的反感和质疑,那么必将严重影响这一行业的发展,而且这种负面影响短期内难以消除。周思然指出,本土葡萄酒企业不可一味地追求高利润,应提高产品质量安全意识,最大限度地保障产品质量,大中型企业更应如此。此外,政府有关部门也应加大对葡萄酒市场的规范、监督和整治力度,逐渐改善葡萄酒市场这一混乱局面。

特别报道

出口警示

日本黄油供应不足 进口量不断增长

本报讯 据日本《读卖新闻》近日报道,由于去年夏天的酷暑天气和东日本大地震,日本生乳生产量大幅减少。尽管日本农林水产省出台了紧急进口政策,但是供需改善的实现尚需一定时间。目前,蛋糕需求巨大的圣诞节在望,但市场上黄油供应不足,“巧妇难为无米之炊”的日本西点店叫苦不迭。

据悉,日本三大乳制品企业此前已纷纷将家庭装黄油提价。森永乳业表示,10月份的黄油供应量比去年同期下降一成。不二家也采取紧急措施,从海外进口部分黄油,改变了一直以来本土黄油独占日本市场的局面。

另据报道,日本农林水产省原本预计进口1.17万吨工业黄油,但在此情况下,其又增加了2000吨的工业黄油进口量。由于增加的进口部分主要供应大型制造商,日本西点店的需求并没有得到满足。

(尚武)

欧洲玩具市场总需求 超过30亿欧元



本报讯 据法国《论坛报》近日报道,尽管国际经济环境复杂严峻,但欧洲玩具市场发展却欣欣向荣,德国和法国的玩具销售收入自2011年年初以来分别增长8%和7%,成为拉动欧洲玩具市场较快增长的主要力量。

据分析,时尚造型、广泛宣传和在线销售是推动玩具市场较快发展的重要因素。临近圣诞节,欧洲玩具市场有望掀起新一波销售热潮,据初步估算,欧洲玩具市场总需求超过30亿欧元。

中国现在已经是全球最大的玩具生产国和出口国,欧盟是全球第二大玩具消费市场,中国内地出口的玩具占欧盟超过80%的市场份额。但自今年7月,欧盟开始实施史上最严格的《欧盟玩具安全新指令》之后,中国玩具出口企业的日子越发艰难。

业内人士指出,欧盟高筑的贸易技术壁垒,不仅提高了出口企业的检测费用和成本,也倒逼企业加大自主研发力度,提升产品的附加值和核心竞争力,并在传统的欧美市场之外开辟新兴市场。

(毛雯)

供求信息

波兰公司出售 观赏鱼、水族箱等

公司名称:Tropical Tadeusz Ogrodnik  
出售物品:观赏鱼、鱼食、水族箱、水族箱设备等

联系人:Magdalena Ciszewska  
电话:0048-32-2499210 ext. 127  
传真:0048-32-2499458  
公司网址:www.tropical.com.pl  
(信息来源:中国驻波兰使馆经商参处)

叙利亚公司出售橄榄油

公司名称:Near East Olive Products  
出售物品:各种品质和包装的橄榄油  
联系人:Kamal Adi

电话:00963-33-4488509  
电子邮箱:hama@neop.biz  
(信息来源:中国驻叙利亚使馆经商参处)

(以上信息仅供参考)



风向标

海外彩电企业齐陷困境

当公众还在对松下“断臂”关停多家面板厂的消息进行消化之际,另一家日企巨头索尼也交出了一份亏损成绩单,不得不通过下调销售目标等举措力争在2013财年实现电视业务盈利。而包括飞利浦在内的欧美企业虽已无心在电视业务上耗费“心力”,但由于环境不好,剥离都变得异常艰难。

古巴房产交易50多年首次解禁

古巴近日发布了一项新法规,允许私人买卖房屋,让一些需要买房或先前以非法交换方式获取房屋的人“释然”。这是古巴50多年来首次放行房产交易。据悉,该项法规日前由古巴政府以公报形式发布,定于11月10日生效。新法规将允许古巴公民和永久居留古巴的外国人买卖、交换、捐赠和继承房产。

韩国造船业业绩严重下滑

据韩国《朝鲜日报》报道,造船产业作为韩国最大的出口创汇产业之一,进入今年下半年以来业绩严重下滑。市场调查机构克拉克森公司指出,今年的船舶建造价格仅为造船业鼎盛时期(2007年至2008年)的70%至80%。即使韩国造船业今年拿下全球订单总量的一半,今后几年内的收益下滑情况也将很难得到改善。为此,专家指出,造船业只有努力打入高附加值产业——海洋设备领域才有希望。

菲律宾高电价迫使制造商向周边国家转移

据菲律宾《每日问询者报》近日报道,过高的能源价格抬升了菲律宾出口商品价格,降低了制造商的竞争力。据统计,电费支出一般占制造商运营支出的40%至50%。部分制造商开始寻求转移生产基地,最受欢迎的目的地是越南和中国等电价较低的国家。为解决能源问题,菲律宾政府此前提出一项中期计划,包括加强电力行业竞争力以及建造更多发电站等。

巴基斯坦水泥产业利润大增

据巴基斯坦《商业记录报》报道,本财年第一季度,巴基斯坦水泥业总利润突破16亿卢比(约合1900万美元),情况较去年同期10亿卢比的亏损大为改观。水泥价格上涨及企业产能放大是利润大幅增长的主要原因。有分析称,随着印巴经贸关系升温,巴基斯坦每年可向印度出口超过1000万吨水泥,经济效益可观。

亚洲文具冲击埃及市场

据《埃及公报》日前报道,自亚洲国家进口的文具大量充斥埃及市场,使得1928年诞生的埃及本土文具产业遭遇严重危机,超过280家埃及文具企业面临倒闭。以学生日常使用的作业本为例,埃及180万名在校生每学年需要4亿本作业本,而亚洲国家的文具出口商在新学年到来前就向埃及市场出口了1亿本以上,占作业本总需求量的四分之一以上。埃及商会联合会印刷产品分会主席哈立德指出,埃及及国产文具更为低廉的价格以及不法进口商逃税,是自亚洲国家进口文具市场竞争力强并且冲击埃及市场的主要原因。

(本报综合报道)

美报:

高档钢笔受中国新贵热捧

■ 卡梅伦·麦科威特 劳里·伯基特

高档钢笔正在中国谱写新篇章。虽然智能手机和手写电脑使世界许多地区的商界精英放弃了钢笔,但它们却越来越受到将之当作炫富工具的中国职业人士的热捧。

派克钢笔所属的美国纽威尔集团负责人彭妮·麦金泰尔表示,中国已成为派克笔最热销的市场。过去3年,中国境内许多派克笔柜台销量增长30%至50%。而像派克这样希望在中国市场“重获新生”的西方企业不胜枚举。

中国市场研究集团的雷小山表示,钢笔在华销路良好是因为它是消费者能够消费得起的商品,并且很适合在商业交往中被当做礼品。

法媒:

中国高端茶文化让人痴迷

15年前,林氏家族企业从一家倒闭的香港餐馆接收了一批陈年茶叶。这批茶叶的价值现在已经上涨了1万倍。

“简直就像一种魔力。”萨姆·林一边准备泡茶一边对法新社记者说。

这20年来,陈年普洱茶的价格猛涨,而中国也在鼓励可与红酒文化媲美的高端茶文化的再发展。

萨姆·林称,高端普洱茶的市场是从上世纪90年代中期开始迅速发

展的,现在,中等收入投资者也开始进入这个市场。

在香港繁忙的旺角地区一间安静的茶室中,衣着入时的年轻人正在跟茶艺师伊丽莎白·刘学习茶艺。21岁的学生颜甘兴(音)说:“通过茶艺我觉得自己更加了解了中国。”

有报道称,2002年,一批顶级的普洱茶在拍卖会上卖出了每克250美元的价格,而珍贵的大红袍乌龙茶也能卖到这个价钱。

不过伊丽莎白·刘等茶艺师却对一些茶卖出的天价表示质疑,他们更愿意强调茶在中国医学和思想中的重要地位。

在伦敦和悉尼陆续出现的高端茶室表明,中国在出口高端茶文化上可能会取得成功。而刘和她的学生们则认为,他们热衷的绝不仅仅是将茶文化打造成一种时尚。

颜甘兴非常热衷于宣传普洱茶。“在了解茶文化之前,我的很多朋友都认为茶是属于老年人的饮品。现在我想他们都改变了这种看法。”他说。

(馨华)

