



康复用品有“钱景” 售后服务成“瓶颈”



■ 本报记者 郝星

中国残联近期开展的调查显示,我国城市残疾人辅助器具配置率为8.06%至12.37%,农村仅为1.51%至1.73%。据记者了解,目前,国内残疾人对辅助器具的需求约为30%,远远高于统计数据。如今,国内60岁以上的老年人口已达1.43亿,而老年产品和服务的市场需求,每年则高达6000亿元以上,而市场仅能提供1000亿元的商品。

“我身边有很多像我一样的人都需要康

复辅助用品。”在2013中国国际康复器材及老年用品展览会上,坐着电动轮椅逛展会的刘大爷对《中国贸易报》记者表示,不过,许多残疾人都不知道去哪里购买这些产品。看到记者对他的电动轮椅好奇,他向记者介绍道:“这个电动轮椅使用起来很方便,这为我们残疾人提供了极大便利。”

康复辅助用品“钱景”广阔

据北京鹤逸慈老年生活用品有限公司首席辅助器具评估师、高级医疗健康顾问

王女士介绍:“中国众多的残疾人和老年人已经成为使用康复辅助器具用品的主要群体。”

记者在北京市走访了多家残疾人、老年人康复辅助器具用品店发现,这些店大多都开在医院附近,如北京积水潭医院、安贞医院等,而且产品种类也比较局限,多数是轮椅,少部分店里销售助听器及假肢,不过诸如读屏软件等信息无障碍产品以及爬楼车都没有销售。王女士指出:“相对于发达国家而言,中国康复市场处于起步阶段。”

奥托博克(中国)工业有限公司康复产品事业部经理王彩霞告诉记者:“很多人一度认为康复产品一定与医院相关,这也是为什么康复用品是以医院为点向外拓展。其实,需求和供求是一个互动关系,最初很多老年人、残疾人没有意识到这种需求,随着人们生活水平的提高,这种需求被激发,促使越来越多的经销商和企业进入该市场。我们明显感到,现在购买康复器械的人群越来越多向康复手段、康复解决方案方面拓展。”

她还表示,中国残疾人、老年人康复用品需求量很大,不过,企业没有成熟的经验可以借鉴,很多新的产品需要和政府相关部门一起进行推介,不仅仅要把高端产品的信

息推广到市场还要传递给监管部门。

售后服务不给力

中国康复辅助器具用品市场有待发掘,那目前市场又存在哪些呢?刘大爷向记者讲述了他的亲身经历,两年前,他用的是广州产的电动轮椅,当时在厂家口头、网站及宣传资料中标明,电池可支持轮椅载人走40公里,但实际上只能走20公里,一段时间后,电池可支持的行走距离更短。在送去维修时,相关人员却说没有问题。为此,刘大爷亲自去和厂家核实,才给他换了新的。而且刘大爷还发现,厂家网站上标明的电池可支持公里数下降了20公里。

对此,王彩霞表示,产品的售后服务是企业的长期效益、短期效益和对品牌度把握的一种平衡。想得到消费者信任,公司对市场的承诺和赋予产品的质量一定是对等的。

她举例说:“我们在说明书中写轮椅的最大承载量是125公斤,而公司生产产品的标准是,在125公斤基础上提高20%的承重量,然后进行动态测试,测试合格后才算产品合格,但在产品说明书上对外宣传依旧是125公斤。这也是为什么消费者在采购了我们的产品后感觉比他想象的更耐用。这种做法极大地保护了公司的品牌。”

德国葡萄酒欲加速开拓中国市场

本报讯《德国之声》日前报道,2007年至2011年,中国葡萄酒市场增长140%,成为全球第5大葡萄酒消费国。其中法国葡萄酒在中国尤其受欢迎,2011年对华出口葡萄酒达1亿公升,占中国进口总量的50%强。而德国葡萄酒则尚未成功打开中国市场。

报道称,德国葡萄酒在华不受青睐的主要原因是,中国消费者偏爱红葡萄酒,而德国主要生产白葡萄酒。尽管如此,中国仍将是德国未来最重要的新兴市场之一。德国酒商正通过展会和品酒活动,积极向中国消费者推介雷司令(Riesling)和米勒-土高

(Müller-Thurgau)白葡萄酒。德国葡萄酒协会称,德国葡萄酒拥有独特的质地和果香,偏向于清淡型,比较适合亚洲菜色。

报道评论称,中国市场仍普遍缺少葡萄酒文化,消费者习惯一口干杯而非细细品味,这样的饮酒方式能给外国酒商创造更大商机。但与此同时,消费者葡萄酒知识匮乏也致使造假更为容易。未来数年,欧洲葡萄酒在华销量增速可能有所放缓,一是因为中国将严厉打击铺张浪费行为;二是欧洲葡萄酒商正面临越来越多来自本土的竞争。(尚武)

国内高级定制依然缺乏话语权



■ 本报记者 袁远

国内新一轮高级定制的热潮,始于近日彭丽媛以一身深蓝色大衣搭配粉蓝丝巾、手提简约皮包走出外访专机的舱门。经多方消息证实:“第一夫人”此行的服饰多来自我国本土的定制服装品牌。早在数年前,高级定制概念已在国际各大城市间兴起,而跟国外一线品牌动辄六七位数的定制价格相比,本土的设计和更为“平易近人”。

大批非名人是高级定制客户

著名时尚杂志服装总监邵佳告诉《中国贸易报》记者,高级定制是艺术与时尚的完美结合,每件产品都融合了设计师独特的设计理念,是为顾客而做的独一无二的艺术作品。由于高级定制的过程需经过精准的量体和多次试装,制作过程采用了大量的纯手工缝制工艺,具有很高的专业价值。而在定制过程中,设计师创造的欲望、先进的技术、个性化和人性化的品质与内涵都融入到服装中,人们也通过高级定制来获取一种新的表达方式。

在中国,高级定制的消费市场呈现出强劲的发展潜力,顾客越来越注重服装的“个性化”、“唯一性”,希望自己所购买的服装具有独特的设计,不仅能够弥补自身性格、气质和穿着场合的需求。在国内,高级定制的最重要消费群体就是明星,“大牌一线明星就那么几个,而很多国际大牌和中国的名设计师,都愿意把自己的成衣给他们穿,甚至在一些场合,明星们按照合约只能穿合作品牌的衣服;而二三线的明星,偶尔会做定制,但有些礼服只能穿一次,如果太贵,又显得不划算。”邵佳对记者说。

还有一部分高级定制的消费者是大批非名人客户,“比如父母为了女儿的婚礼或者孩子的毕业典礼也可能专门定一套衣服。不过,非名人这部分顾客的总体需求,并不高。”有“中国高级定制第一人”美誉的郭培表示。

金融危机激发爱美之心

据邵佳介绍,国际奢侈品界早已悄然兴起“定制风”。不过,西方高级定制近年已出现了衰退局面。在高级定制最多的法国,受金融危机影响,目前,其高级时装定

制的年销售额已不足2000万美元,据业内人士估计,这种情形还将延续数年。

高级定制设计师马艳丽认为,经济环境对中国的高级定制影响甚微,中国作为奢侈品消费的新兴市场,已成为国际定制品牌争夺的焦点,从金融危机开始,马艳丽所经营的高级定制公司MARYMA的业务量不但没有减少,反而增长的速度非常快。“现在,我们的订单已经安排到两个月以后。很多时候,我自己要参加活动,想做一件衣服,都不好意思提出来,因为我们的同事们已经在满负荷工作了。”马艳丽感慨地说。

缺乏标准制约发展

尽管国际品牌在国内拥有众多追随者,但本土设计师并没有因此感到气馁,刘洋、马艳丽、郭培等国内知名设计师纷纷规划起自己的高级定制梦想。时尚观察者陆名指出,国际高级定制品牌陆续进入中国对他们来说是一个很大的挑战,“高级定制已不能单纯依靠设计师的个人魅力来运营,它需要一个健全的品牌管理团队。”设计师刘洋认为,真正意义上的高级定制是一个漫长的过程。目前,中国高级定制的最大挑战,不是技术,也不是面料,而是中国没有高级定制的话语权。高级定制目前还是以西方为主导,绝大多数消费者都有“崇洋”心理,西方高级定制所流行的元素、概念、风格必然是全球最热门的,而中国在高级定制在这方面却无话语权。不过,据刘洋预测,未来10年,这种局面将会得到改善。

邵佳告诉记者,制约高级定制在中国发展的另一个重要因素是,中国市场对高级定制缺乏标准,“高级定制概念在中国已经被用滥了,现在随便一个设计师搞个发布秀就叫高级定制,高级定制成了商家炒作的噱头。”据记者了解,法国对于高级定制有相当严格的标准——必须由高级时装设计师主持的工作室为顾客个别量身,并用手工定做的极具独创性的时装作品;设计师及其时装店必须经法国高级时装协会认定;设计师的工作室至少雇佣20名全职员工,其作品的高级定制称号受到法律保护。

马恩岛经贸团欲与中国企业合作

■ 本报记者 邢梦宇

近日,英属马恩岛经济发展部部长约翰·施明率商务代表团访问中国,欲在华寻找合作机会,其中包括了电影、制造业等各行业众多经贸界人士。约翰·施明以及部分经贸官员在北京举办了记者见面会,向中国商界人士近距离介绍马恩岛经营环境。

据悉,马恩岛位于不列颠岛中心,为英国皇室管辖下的一个独立的自治属地,面积为572平方公里(约等于新加坡),人口为85000人,每天有超过80个航班来往于英国和爱尔兰的15个主要机场。虽然不属于欧盟成员,但马恩岛享有所有产成品和农副产品进入欧盟的市场准入权。

“马恩岛是欧洲经济增长最快的地区之一,在过去的10年内,实际国内生产总值年均增长率超过6%,人均国内生产总值超过欧盟平均水平的135%。马恩岛能够向企业提供良好的经营环境,无论对现有的欧洲进出口企业还是希望在欧洲开设进口业务的商家,马恩岛都是值得考虑的辖区。”约翰·施明表示。

现阶段,马恩岛与英国有特殊的海关联盟,这为企业提供了低税率的环境,简化了进入英国以及欧洲其他地区的手续。

此外,马恩岛政府建立了简便完善的电子入境系统(e-EPU),为企业间的商贸往来提供高标准服务,进口商、出口商以及它们的代理商都能通过马恩岛和英国的进

口/出口主机系统(又称海关进出口货物处理系统)电子申报马恩岛与非欧盟国家之间的进出口货物,商贸企业都能得到由系统生成的清关手续,在马恩岛设立基地的企业能够更直接有效地在全欧洲开展贸易活动。

目前,在美国和欧洲国家创办公司,费用都相对较高,但据马恩岛经济发展部特别项目主管斯蒂文·比弗斯介绍,在马恩岛设立公司成本会大大降低,这得益于该岛具灵活的税收政策:在岛设立企业所得税为零,个人所得税为10%,最高税率为20%。对于很多快速成长,希望在伦敦证券交易所上市的非英属公司,尤其是中国和印度公司落户马恩岛更是不二选择。从1995年AIM(伦敦证券交易所成立替代投资市场Alternative Investment Market)成立至今,马恩岛拥有将近6%的AIM上市公司。

“实际上,任何国籍的公民都可以在马恩岛注册成立企业,如果企业主选择在马恩岛上雇佣员工还可以享受政府给予的补贴,并享有和岛内企业同样的权利。”斯蒂文·比弗斯说。

马恩岛政府经济发展部国际业务开发执行总监乔麦克对《中国贸易报》记者表示:“马恩岛产业架构十分完备,拥有19个经济分支,岛内的人口不多,这就为国外企业提供了更多广阔的发展空间,我们欢迎各类企业赴马恩岛投资,包括金融业、电子商务、电影业、航空航天、旅游业等。”

中国公司供应脱油机

公司:诸城市大洋食品机械厂
地址:山东省潍坊市诸城市北环路514号
邮政编码:262233
联系人:刘红娟
电话:0536-6019298
手机:13864688773
传真:0536-6010106
电子邮箱:dyspjx@126.com
(信息来源:商务部中国商品网)

中国公司求购钢板

公司:江苏泰隆减速机股份有限公司
地址:江苏省泰州市泰兴市大庆东路88号
邮政编码:225400
联系人:孔冬峰
电话:0523-89505353
手机:13961081922
(信息来源:商务部中国商品网)

(以上信息仅供参考)

供求信息

商事平台

风向标

越南纺织服装出口增幅全球第一

荷兰外交部发展中国家对欧盟出口促进组织顾问专家Dhyana Van der Pols日前表示,2005年至2011年,越南纺织服装出口增幅达32%,为全球最高,中国为15%、印度10%、土耳其、马来西亚和泰国为7%。越南的主要优势在于政治稳定和劳动生产率,劳动成本虽有所增长但仍低于中国、印尼和印度等竞争国。

越南纺织服装种类丰富,可以满足各国进口商的需求,只要到越南,进口商便可找到所有想要购买的商品。尽管目前越南还不是对欧盟纺织服装前10大出口国家,但正在商签的越南-欧盟自贸协定将为越扩大对欧盟这个纺织品第一大消费市场出口提供新机会。

秘鲁今年前两个月纺织品和服装出口下降20.5%

秘鲁生产部长格拉迪斯·特雷维尼奥宣称,今年前两个月秘纺织品和服装出口额为24.66亿美元,同比下降20.5%。其主要原因为向委内瑞拉、巴西和美国的出口量下降,降幅分别达到了60%、43.8%和10.4%。其中,在前20家向委出口最多的生产商中,只有5家有生意。

秘出口商协会主席爱德华多·阿莫罗图表示,纺织和服装业前景堪忧,这主要归咎于经济危机对秘纺织品主要出口国的影响。

澳财长鼓励澳企业使用人民币贸易结算

澳大利亚财长斯旺在悉尼召开的《澳洲——香港人民币贸易及投资对话》中鼓励澳大利亚企业在贸易交易中领先广泛地使用人民币。

斯旺称,用人民币支付的交易现约占中国对外贸易的12%。但预计到2015年,将增加至50%,以此推动人民币成为全球继美元及欧元后第三大贸易货币。澳元与人民币4月10日已开始直接兑换,这是一个好的开始,将令企业在未来10年有所收益。

斯旺还指出,澳大利亚希望能充分利用全球经济力量由西方转移至东方的机遇,并且占据最好的位置。斯旺还公布了一项由澳大利亚储备银行和澳财政部共同参与的关于人民币国际化的联合研究项目。

(本报综合报道)

记者证遗失声明

我社记者黄妹影记者证(记者证编号:B11001501500015)于近日不慎遗失,原证自今日起作废,特此声明。
中国贸易报社

2013年4月18日

专利拍卖招商公告

受权利所有人委托,北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对下述专利(申请)权进行拍卖。欢迎报名参与竞买。详情可查阅我公司网站www.jcbcpm.com,或致电010-57110083索取详细资料。

1.智能局部充气床垫

(ZL201220395709.2)

该床垫通过控制鼓风机与电磁阀,让空气经过连接器、充放气管道向安装在床垫凹槽内的底部的充气垫充气,提高填充体高度,达到调节局部高度的目的。可广泛用于家庭、医疗、按摩等领域。

2.内燃发电式双充电动自行车

(ZL201220185652.3)

该自行车使用者可随时随地对其进行充电,操作、使用方便、灵活,增加了自行车行驶路程,满足长距离行驶的需求,与摩托车相比,行驶相同路程耗油量极少,更经济、更实惠。