



■ 本报记者 胡心媛

自国家提出实施“一带一路”战略以来,各行各业都搭上了这趟“专列”,其中农副产品的出口也不例外。在不久前闭幕的第十二届东盟博览会上,商务部副部长高燕表示,在新的形势下,要围绕“一带一路”的重点领域,结合中国-东盟自贸区升级建设,挖掘贸易潜力,扩大相互投资规模,在国际产能合作、产业园区合作、跨境经济合作等方面,推动一批重大项目落地。

据了解,“一带一路”战略的实施持续推动了福建漳州对东盟的进出口贸易。为此,漳州农产品出口业在东盟市场打了一场漂亮的翻身仗。据福建省漳州检验检疫局近日披露的相关数据显示,今年上半年,漳州农产品出口东盟6874批、2.15亿美元,同比分别增长6.5%和5.9%,保持稳定增长态势。

东盟一直是漳州农产品的出口重地,尤其是2010年中国-东盟自贸区启动后,东盟已超越欧盟成为漳州最大的果蔬出口市场。

日前,第十一届平和蜜柚节暨白芽奇兰茶会在福建漳州平和县开幕。本届平和蜜柚节由漳州市人民政府主办,平和县人民政府承办,活动将持续到11月。与往届不同的是,今年平和县把蜜柚节和白芽奇兰茶会合二为一,两节合办,同时引入“互联网+节会”的新理

“一带一路”带来利好 助推福建蜜柚产品出口

念,依托媒体资源、网络资源,首次采用PC+移动端直播。

平和琯溪蜜柚是平和县地方名果,乾隆年间曾被列为朝廷贡品,至今栽培历史已有500多年。上世纪90年代以来,平和县蜜柚产业不断发展壮大,先后获“中国琯溪蜜柚之乡”、“全国最大的柚类生产基地县和出口基地县”等称号,被誉为“世界柚乡”和“中国柚都”。

中共和平县委常委、统战部副部长蔡绿璇在接受《中国贸易报》记者采访时表示,漳州平和是保鲜水果出口大县,其中,以蜜柚与芦柑为代表的柑橘类水果占比超90%。每年,漳州平和县出口蜜柚10余万吨,货值近亿美元,创下柚类品牌种植面积、产量、产值、品牌、市场份额和出口量六个全国第一,果品远销港澳、东南亚、欧美等40多个国家和地区。

稳定的背后也潜藏着危机。平和县琯溪蜜柚出口同业工会秘书长朱志毅道出无奈:“漳州的柚子卖价比别处低得多,上个产季一度低至每箱6.5欧元,亏损严重。”在他看来,个中症结在于市场饱和。十几万吨的量要在三四个月内走完,且约六成都集中在欧盟。

同质化竞争在所难免。南靖庄怡农业发展有限公司副总经理陈雪宝坦言,漳州蜜柚面临的外部竞争并不大,但内耗严重。做蜜柚出口的太多,产品都一样,甚至卖给同一个超市,相互压价在所难免。即使是走

差异化道路,也随时可能被“山寨”。

漳州检验检疫局动植科负责人马克争认为,内耗还源自行业协会未能发挥必要的协调和引导作用。他以漳州蜜柚在欧盟市场流行的寄售模式为例。所谓寄售,即出口企业在未事先约定价格的情况下,将产品寄存于进口商出售,事后再根据实际售价结算。“市场风险都转嫁到我们身上了,不少企业因此关停”,陈雪宝说。此外,在价格压力下,为了控制成本,漳州蜜柚也

出现了质量下滑、纤维化严重、个头越做越小的趋势,渐失城池。

尽管上个产季东盟市场形势大好,但全行业仍出现了下滑,其中蜜柚出口量下跌近20%。“一带一路”战略的实施,无疑为漳州保鲜水果出口业指明了新的方向。

马克争认为,在“一带一路”战略指引下,漳州农产品出口有着更强劲的增长潜力。



HTC转型:刚宣布专注高端 又跑去南亚售低端机

在刚刚宣布专注于高端手机市场的战略后,HTC日前却在南亚一些发展中国家出售低端手机,公司战略与举措的互相矛盾引发了广泛关注。业内人士表示,HTC的转型战略确实有点儿让人看不懂,目前HTC不管是在低端市场还是在高端市场,想要突围都是困难重重,留给HTC转型的时间已经不多。

消息称,HTC最近进入了孟加拉国、斯里兰卡等发展中国家,销售一些价格低廉的安卓手机。该公司最近和一家本地伙伴公司合作,进入了孟加拉国智能手机市场,销售6款中低端手机,其中包括“渴望”系列(比如 Desire 626G+、Desire

620G、Desire 526G+),价格最低者为150美元左右;此外,就在两周之前,HTC的低端手机也进入了另外一个南亚发展中国家斯里兰卡。

HTC仍然不希望外界将它视为一个低端手机制造商,该公司负责南亚市场的一名高管曾表示:“我们不会销售价格低于100美元的手机。”

记者就这个消息联系到HTC相关负责人,截至发稿,该负责人并没有做出相关回应。

其实这一举措与此前该公司的转型战略是自相矛盾的。今年8月,HTC高管宣布将通过停产低端智能手机削减成本,

专注于高端手机市场。有业内人士分析,既可能是在清理库存,也可能有开拓新市场的考虑。

据了解,今年以来,HTC一直深陷泥潭。由于业绩惨淡,8月,HTC官方宣布将会在全球范围内裁员15%,以减少35%运营费用。随后又有消息称,为了节约成本,HTC正筹划出售上海工厂。

据了解,HTC选择在南亚国家售卖低端机,不外乎是随了今年的“南亚热”潮流。由于中国手机市场需求开始疲软,众手机厂商都开始寻找新的销售市场,而南亚成了炙手可热的目标市场,尤其以印度为主。

业内人士认为,即使是在南亚这个新的目标市场,HTC的“渴望”产品也不占据优势,其他品牌已经“先入为主”,而且HTC的产品性价比并不高,没有竞争力。

而对于HTC押宝高端市场的转型战略,业内专家刘启诚表示,已经没有多大意义。“HTC产品亮点不够,消费者不认可,所以在高端手机市场根本无法与苹果和三星匹敌,且目前智能手机市场增速已经放缓,高端机市场份额也在下滑,发展前景并不乐观。在中国市场,HTC已经沦落为一个市场份额在十多名开外的边缘化品牌,未来恐难逃被收购的命运。”刘启诚如是说。(朗月)

奥利奥不行了 它的“兄弟”和中国豆浆油条抢市场

在一片唱衰奥利奥的声音中,该品牌所属食品制造商亿滋终于亮招。

10月13日,亿滋中国宣布,将其另一个同属于“十亿俱乐部”的产品——“belVita 焙朗早餐饼”正式引入中国市场,试图要和售卖豆浆、油条和包子的点心铺抢生意。

据介绍,这一早餐饼主要是由谷物制成,并加入水果和坚果颗粒。去年7月刚刚接过亿滋中国总裁之位的快速消费品界“中国通”马儒超称,如今,追求健康和营养的均衡饮食已经成为食品消费的新

潮流,奥利奥则不属于这一行列。

对于奥利奥的唱衰之声已经持续一段时间。

今年8月,英国金融时报发表了一篇文章为“在中国‘瘦身’的奥利奥”文章,提到亿滋在上海关闭了一些生产线;与此同时,“奥利奥饼干的中国市场份额缩小了三分之一,从2012年的近9%下降至现在的6%”。

去年年初,华尔街日报也报道称,喜欢不断尝新的中国人对奥利奥夹心饼干的偏好下降导致分销商的饼干库存过剩,

随着更多品牌进入中国市场,分散了消费者对奥利奥的兴趣。

事实上,自2014年以来,亿滋就展开了一系列调整。除了在传统销售团队上实施“喜马拉雅项目”、裁撤销售人员,调整经销商队伍外,还发展了电子商务渠道。

不过,即便是口味的调整,也不能改变奥利奥的趋势。据咨询公司英敏特称,奥利奥的失宠也受到整个夹心饼干受欢迎程度下降的影响,这种下降不仅体现在奥利奥的销售情况上,还包括康师傅3+2系列等。

为此,亿滋把希望寄托在健康零食焙朗。他们认为,年轻一代的消费者喜欢更为便捷、现代的营养早餐,而焙朗在此时非常有机会,此外这一产品据称已经在全球50多个国家取得了成功。

焙朗的售价也不便宜,300克的网络售价为17.5元,高于奥利奥及趣多多,且不能享受后者更优惠的促销。当然,作为早餐,至少还需要搭配一杯牛奶。在五块钱就能搞定的包子、豆浆面前,你该如何选择呢?(欣然)

全球啤酒老大终于买到老二 中国市场或遭血洗

一波几折之后,全球第二大啤酒公司SAB米勒终于同意与全球第一大啤酒公司百威英博“联姻”,这场豪门婚姻意味着,未来全球销售三罐啤酒中就有一罐属于同一家公司。

10月13日,SAB米勒与百威英博联合披露,双方就收购的核心问题达成了协议,SAB米勒股东将以每股44英镑的价格出售持有的股权,这个价格是2015年9月14日SAB米勒收盘价29.34英镑溢价50%。

为此,百威英博将支付690亿英镑(约合1060亿美元)来完成这项交易。这项收购案也是英国历史上最大一宗交易。

一波三折折价还价

基于英国证券相关的法律,百威英博需要在本周三下午5点前提交正式的

申请,但双方已经同意,将这项申请延期至10月28日,给予百威英博足够的时间准备。同时,双方同意,如果交易由于监管部门或者百威英博的股东不被允许而告吹,百威英博同意支付30亿美元“分手费”。

双方的交易意向早在9月16日就已披露,当时双方承认正在就收购谈判。其间百威英博与SAB米勒之间就交易价格拉锯多次,目前达成的协议价格已经较之前高。此前,百威英博披露,曾经两次以书面形式向百威英博提出收购意见,第一次建议是每股38英镑,第二次为每股40英镑,之后发出了正式方案,给予42.15英镑的现金报价,收购价格已达1040亿美元。

但价格始终未能获得SAB米勒股东

们的青睐,SAB米勒CEO甚至明确表示,百威英博还是明显低估了公司价值,该公司的董事长认为,SAB米勒是全球酿酒产业“皇冠上的明珠”,即使单独发展,也能独一无二地在数十年内为股东从高度具有吸引力的市场中继续创造销量和价值。

直到10月12日,百威英博还在提价,将收购价格提高到43.5英镑,但依然没有获得对方的同意。

中国啤酒市场将迎“大爆炸”

全球两大啤酒巨头的合并,在中国及美国市场都面临着要通过反垄断竞争。

目前,SAB米勒持有中国最大的啤酒生产企业华润雪花49%的股权,而百威英博则是国内市场占有率第三的啤酒公

司,一旦两者合并,两者将会占有中国42%的市场份额,直接改变中国啤酒行业的游戏规则。

投行高盛的分析用“中国啤酒市场‘大爆炸’已在风口浪尖”来形容这种合并对中国市场的影响,认为进一步整合可能会导致更多的理性竞争,让中国啤酒行业在未来5年内,利润扩大5-7倍。

如果两者成功合并,高盛预计,华润雪花的运营利润率预期将从2015年的7%上升到2019年的19%,未来将是一片蓝海。(溢彩)

财经动态

中铁建中标黑山铁路项目 系中企在欧洲市场重大突破

据国务院国资委官网消息,国庆期间,中国铁建中土集团收到黑山铁路公司发来的黑山“Kolasin-Kos”段铁路修复改造项目中标通知书。项目成功中标,实现了中国公司在欧洲铁路市场的重大突破。

与去年通车的该公司修建的土耳其安伊高铁不同的是:土耳其位于亚欧交界处,黑山是完全意义上的欧洲国家,此次中标的黑山铁路项目对于中国企业进入欧洲铁路市场具有重要的标志性意义。

此项目的中标,是中国铁建进入黑山市场以及日后进入中东欧其它国家市场的很好契机。在中国“一带一路”发展战略和中国与中东欧国家合作框架下,将为中国企业今后更多、更好的参与欧盟更广阔的市场,为在欧洲的纵深发展奠定基础,积蓄能量。

创新与发展电动汽车论坛在京举行

主题为“更节能、更环保、更经济”的2015电动汽车创新与发展论坛,近日在京举行。来自电动汽车行业的相关专家学者、主流制造商、供应商等相关人士共聚一堂,探讨在国家“节能环保”大政方针下低速电动汽车面临市场机遇与挑战。

中国汽车工程学会理事长付于武认为,尽管相关的制造标准还未出台,中国低速电动汽车行业的兴起对国内经济将是件好事。

付于武在本次论坛作主题发言时重点介绍了这份“关于发展低速纯电动四轮机动车的政策建议”,这份历时四个月完成的政策建议由“国内低速电动车发展状况、发展电动车的必要性、发达国家低速电动车管理经验、符合我国国情的管理体系、主要建议”五部分组成。

中国在地域、气候、经济等方面的巨大差异催生了多层次型的汽车市场,从目前可选择的交通工具上看,低速电动汽车以其“购买及维护成本低廉,燃料获取简单”成为最佳选择,并更适宜衍生出智能实用的新型交通工具,因此,“出行机动化的需求越来越高,政府需要合理引导人民使用节能、环保的出行工具,尤其是广大的农村和小城镇镇地区。”付于武说。

河南沃隆车业董事长韩群山在接受记者采访时说:“需求决定市场,2-4万元的低速电动汽车,正是符合了中小城市的农村需求,只要严格按照汽车的相关标准生产,安全系数不会有问题。”

据了解,早在去年11月份,河南沃隆车业公司就曾发布了一款可以无限续航的电动汽车的投产上市,韩群山认为,这预示着该产业的“瓶颈”技术的突破,此举将会把电动汽车带进一个新的发展时期。