

# 埃及动乱推涨国际油价 国内成品油价破十不远

国际油价连涨 5 个月

埃及并不是中东主要石油生产国,但埃及是主要石油运输通道之一。分析人士称,埃及这个北非和亚洲交错的国家扼守着苏伊士运河这条重要的国际航道,其重要性远高于伊朗扼守波斯湾的霍尔木兹海峡。

有数据显示,每天大约有 200 万桶石油通过苏伊士运河运出,另有大约 100 万桶通过苏伊士地中海输油管道运出。因此,一旦苏伊士运河阻塞,国际石油市场格局将发生重大的改变。同时,投资者还担心骚乱可能波及中东产油国。

受此影响,国际油价被继续推高,布伦特原油近月期货突破每桶 100 美元。在埃及事件影响下,纽约轻质原油期货两个交易日累计暴涨 7.6%,而布伦特原油期货上涨了 3.7%。至此,国际油价已经连续 5 个月上涨。

欧佩克原油产量提升

供应方面,欧佩克秘书长巴德里表示,如果埃及危机升级,则可能出现石油供应短缺。但是他表示,若出现供应紧缺局面,欧佩克愿意提高石油产量。

同时,近期国际油价的暴涨也刺激欧佩克增加原油产量,2011 年 1 月份欧佩克原油产量上升到 2008 年 12 月份以来最高水平。据路透社调查显示,2011 年 1 月份欧佩克原油日均供应量 2949 万桶。此外,美国原油库存可能连续第三周增长。

市场上调油价预期

随着对经济复苏前景预测和需求增长预期上调,2011 年开年国际油价就延续涨势,并突破每桶 100 美元关口,今年年内国际油价走势将如何演绎呢?

对此,路透社发布的月度更新调查显示,分析师上调对今年油价预测,该机构调查的 30 多家银行和分析机构平均预测为今年原油价格超过每桶 90 美元,比上个月调查上调了 4 美元。这是分析师连续第 4 个月上调价格预测。上调油价预测的主要原因在于美国实行第二轮量化宽松政策,美元汇率下跌和预期需求强劲增长。

广东省油气商会油品部部长姚达明则对新快报记者表示,受寒冷天气、美元下跌的影响,预期国际油价近期将冲高回落,全年保持振荡调整格局,年内估计有机会冲击每桶 120 美元。

不过,也有分析人士认为,尽管布



伦特原油期货已经突破每桶 100 美元,但是一旦欧美气候回暖,石油需求季节性下降,埃及局势恢复正常,国际油价应该回落。

国内成品油价上涨趋势明显

随着国际油价的一路高歌猛进,国内成品油调价指标已远超“红线”。据息旺能源数据显示,早在 1 月 31 日,国内成品油调价标准——三地原油价格变化率已达 7.77%,远远突破

高于成品油变价机制中 4%的变动标准。

不过,时值春节,分析人士认为,在春节长假期间,国家发改委或基于 CPI 现状、春运和开年春节期间的物品供应和物价稳定等需求,而继续搁浅调价。同时,对春节后是否上调。广东省石油学会新闻发言人范小平认为,这还应看国际油价的走势、国内物价的稳定程度和国内资源供求平衡三方面的因素。“我估计国际油价还会往上走”。

范小平还称,“去年 12 月 22 日国

内成品油价格上调后,国内成品油价与国际油价仍存在 700 元/吨左右的差价。如果要上调到位,国内成品油价每升还要在现在的基础上加 0.7 元。”同时他认为,将来国内成品油价格突破每升 10 元的日子不会太远。

全年来说,姚达明认为,国内成品油受新调价机制即将出台的影响,调整间隙将缩短,每次调价理论上会减少。但由于国际油价大幅振荡,因此全年调整幅度和上年相近。

(摘自《新快报》文 / 张艺)

# 上海宅地拍卖价高过房价 开发商看高未来房价

春节之前,“新国八条”和沪版房产税纷纷落地,一时间,住宅成交量急转直下。

然而,出乎意料的是,新政出台十余天后的 2 月 11 日至 12 日,上海土地交易市场免年首批经营性地块正式开标,三幅纯住宅地块在众多开发商的竞标后被高价摘牌。溢价率最低的浦兴社区 Y000902 编制单元 19-04 地块,其成交楼面地价也高达 21323 元/平方米,接近周边部分住宅售价。另一幅地块的楼面地价超过周边房价,成为该区域单价地王。

宅地风头仍劲

2 月 11 日开标的重固食品站东侧住宅地块被凤溪房产以 1806 万元收入囊中,溢价率 131%,折合楼面地价约 4337 元/平方米;12 日,重头戏上演——当天土地交易市场有 5 块住宅、商、办用地同时亮相,其中两幅纯

住宅地块更是风头正劲。

崇明新城板块的城桥商品房基地 1、2 号地块(下称“城桥地块”)共有 6 家企业申请竞买。开标前,该幅地块网上报价已达 5.16 亿元,较底价 4.66 亿元高出一成。开标时,5 位竞买人表示愿意进入现场竞价环节,经过一轮“暗标”,最终上海佳富投资有限公司、上海保集(集团)有限公司联合以 10.0191 亿元的高价获胜,溢价率 115%,折合楼面地价约 6000 元/平方米,已刷新了区域楼面地价纪录,成为区域单价地王。

现场有开发商指出,考虑到城桥地块规定保障性住房 5%的比例以及一部分无偿提供的安置房面积,折算后其实际楼面地价更高。记者根据城桥地块《预申请出让须知》中规定的 5%的保障性住房比例,以及该地块《答疑纪要》中提及的 3 万平方米无偿提供的安置房源粗略估算,折算后的楼面地价已逾 7000 元/平方米。

开发商调低预期

上海中原研究咨询部经理龚敏向表示,上述宅地基础素质良好,且具有一定的区域稀缺性。因此在历史土地储备并不丰富的情况下,新推出的地块面临的需求局面更为看好。“调控背景之下,宅地价格居高不下折射出房企对未来房价继续乐观的预期。”龚敏认为,虽然今年调控从紧的氛围已上升到历史最高点,二三级商品住宅市场在新政出台后重新进入观望,但似乎房企对未来市场走势仍坚持自我判断。并且,一些实力开发商在开发及资金运营方面的充分经验对其判断也提供了一定支撑。

不过,也有人持有反对意见。中国房产信息集团高级分析师付琦近日在接受采访时指出,目前上海住宅用地出让的现场竞价方式为“暗标”,即一次性报价。在这一背景下,最终成交结



果并不完全能代表大多数开发商的态度。“只要有一家企业报了高价,就算其他企业的报价都很低,那么,这块地最终的成交价格也是高的,但这不代表其他开发商也能接受这个价格。”

回顾 12 日在土地交易市场现场,城桥地块现场竞价时,5 位开发商的开价价差确实相当大——竞买人最低的报价为 5.1888 亿元,仅高出现场竞价前网上挂牌最高报价 288 万元,而

最高的报价达到了 10 亿元,之间差距甚大。

付琦认为,目前多数开发商都已经调低了其对宅地行情的预期。“在接下来一段时间内,这种情况还会继续延续。即多数开发商看低后市,但土地市场偶尔还会因为个别开发商的拿地热情而出现高价地。”

(摘自《新民网》文 / 徐健)

# 奢侈品下乡潮兴起 跨国巨头挺进二三线城市

2010 年,奢侈品界一个重要现象是高端品牌纷纷告别“北上广”,开始挺进内陆,疯狂“下乡”。小到化妆品、手袋、电子产品,大到私人飞机、名画、古堡豪宅,中国游客强大的消费能力屡屡震惊世界,以至于英国刚刚统计出 2010 年圣诞打折促销季中,中国游客消费奢侈品金额高达 10 亿英镑(约 105 亿元人民币)。于是,酸溜溜的英国媒体基于“英镑”的概念创造了一个新名词——“北京镑”,称持有“北京镑”的中国人愈来愈富有,中国富豪正在“买天下大不列颠”。

“我们为了迎接春节前来购物的中国顾客,已经雇用了会说普通话的店员,帮助顾客挑选商品、付款。”伦敦知名的百货公司之一哈洛斯(Harrods)百货公司对外宣布,为了迎接春节前去购物的中国游客,他们开通使用中国银联卡,使中国游客的消费更为便捷。

1 月,高盛咨询公司发给《中国经济周刊》的《奢侈品市场调查报告》认为,中国市场将在 5 至 7 年内成为全球最大的奢侈品消费市场,到 2025 年将达到 328 亿美元的消费能力。

“当我们(英国人)在为是否购买一条披肩犹豫的时候,就像政治和金融购买力发生转移一样,时尚界已经扭转向了东方。”英国哈洛斯百货一名

销售人员感慨说。

杭州消费奢侈品最多

奢侈品(Luxury)源于拉丁文的“光”(Lux),奢侈品牌产品要求必须是“最高级”的,才能为主人带来荣耀。很多奢侈品牌在开店时严格遵守自己的开店原则,比如 Gucci 公司 1997 年进入北京市首先选择了北京王府饭店,2001 年在上海时代广场又开了一家店。但是,奢侈品牌对中国市场越来越熟悉以后,它们发现,大都市已经不再是“富裕”的代名词。

根据世界奢侈品协会《2010-2011 年中国奢侈品消费城市调查报告》,中国奢侈品消费能力前三分别是杭州、温州和青岛。2010 年,奢侈品牌纷纷告别“北上广”,开始挺进内陆,疯狂“下乡”。

杭州一位品牌代理商告诉记者,杭州大厦一层的品牌,几乎 60%以上都是全国的单店销售冠军,很多国际品牌把进入杭州大厦作为大幅开拓销量的最佳途径。“别看很多品牌在杭州只有一家专卖店,但是月销售额都在 3000 万元以上,黄金周可以破 5000 万。”他告诉记者,“会员来店里一次花几万元买包包、衣服都很正常,尤其是限量版的款式,别看价格很贵,但最抢手。去年,有个常州女士出手非常阔



绰。3 个月的时间里刷了 500 万元,最多一次购买了 8 个包。”

在这种情况下,很多奢侈品牌开始加大力度挺进中国内陆和二线城市,比如,2010 年,国际奢侈品牌巨头卡地亚就将郑州作为其中国区巡展线路图上的一个重要城市。记者采访的一些箱包、珠宝品牌代理商,也表示有进军重庆、武汉、西安、太原、大连等地市场的计划。

北京、上海、广州等一线城市的门店成本之高也是奢侈品牌转战他乡的重要原因之一。不仅是二三线城市,甚至有人把奢侈品专卖店开到了网络上。呼哈网 CEO 连庭凯就是其中之一。

“在中国进行奢侈品牌的营销和经营,是一个烧钱的狂热运动。”连庭

凯告诉记者,现在抢占中国一二线城市的旺铺越来越难。他告诉记者,通过分析发现奢侈品消费人群主要是 25 岁至 45 岁的年轻人。于是,他通过大宗购买的方式,整合了多个奢侈品牌的销售商和供货商,使其商品常年折扣保持在 20%至 80%,把奢侈品品牌搬到网上直营。

春节期间,白领犒劳自己、企业年终答谢活动团购、朋友间送礼等需求集中爆发,而在物价压力、关税新政等多重因素的影响下,今年不少消费者开始放弃前往香港或海外“血拼”奢侈品,转投同样销售大牌正品、价格却更低一筹的专业奢侈品网站。

你懂奢侈品吗

中国消费者如今已经是全球“最给力、最敢消费”的人群,但他们也是一群让人“颇为伤脑筋”的消费者。

“一瓶 1869 年的‘拉菲’以超过 13 万英镑的价格被中国买家买走,但他还是用于请客喝掉它而不是珍藏。”法国一位葡萄酒酿酒师告诉记者,在巴黎,中国富豪与阿拉伯和俄罗斯富豪有一个显著区别,那就是中国富豪不爱炫富。他们不会像卡塔尔和沙特游客那样开着玛莎拉蒂跑车到处转,也不会像年轻的莫斯科富豪在夜店挥金如土,但是中国富豪不懂得生活,“衣

衫不整就冲进专卖店,大声吆喝,像在大卖场一样选购商品,举止不雅。”这位酿酒师说。

同样,瑞士某手表品牌中国区经理 Peter 也告诉记者,虽然他们 2011 年的计划是把店铺开满中国所有的省会城市,“但我还是想说,在欧洲卖掉一块表最快也需要 4 小时,人们把购物当作一种享受,要精心挑选一块最适合自己的表,要知道一块最便宜的入门表也要 10 万元人民币以上,而面对中国客人,我曾经创下一小时卖 8 块手表的纪录,我真的希望他能慢一点,再看看适不适合。”

“住便宜的酒店,吃唐人街的中国菜,把商场变成大卖场”,这是近几年中国游客留在外国人脑海中的印象。原本购物只是旅游过程中的一个节目,但如今不少中国游客却有些本末倒置。“在欧美,购买奢侈品一般是夕阳西下时分,穿着体面的顾客在店里浏览商品的同时也享受着平静和属于自己的高级定制服务,一件华美的、属于自己的奢侈品应该带来温情脉脉的喜悦而不是狂热的躁动。”经常出差国外的 Selina 女士说。

“毫无疑问,中国一定是世界上最大的奢侈品市场,但真的理解奢侈品文化、能让时尚扭转方向需要 10 至 20 年。”连庭凯这样认为。

(摘自《中国经济周刊》文 / 侯隽)

## “蓝色妖姬” 旅行十天 身价翻了十几倍

从荷兰鹿特丹机场起飞前,一枝蓝色妖姬的身价只有几元人民币,经过经销商们的预订、出口、转机,情人节前夕,这批鲜花到达重庆各大鲜花市场,摇身变成了每枝 90-100 元不等的价码。

十天时间,一枝荷兰蓝色妖姬来到中国,身价增长了十几倍。经过多天的调查采访,我们发现了它们的增值路。

几经中转 身价倍增

上午 10 点,重庆张老板这批荷兰蓝色妖姬的一部分,便来到了解放碑鲁祖庙红太阳花行。红太阳花行老板彭明春是个精明的鲜花老板,早在 10 天前,春节刚过,他就向云南斗南鲜花批发商预订了 5 扎荷兰进口蓝色妖姬,每扎 12 枝,专门供情人节销售。

彭明春说,鲜花运输损耗大,进口的荷兰蓝色妖姬,几经中转,价格自然就抬高了。

“荷兰有 4 大全球闻名的鲜花专业批发市场,从国内预订到到达,差不多要 10 天时间。”在云南斗南从事进口荷兰鲜花的杨老板证实,一扎荷兰蓝色妖姬,在荷兰鹿特丹机场登机前,价格在 50-60 元左右,相当于一枝 5 元多,大约 0.5 欧元。经过空运及损耗,到了昆明,基本上就变成了每扎 300-400 元,每枝价 25-33 元。

再转机空运到重庆机场,加上配送、再损耗等环节,到达鲜花零售商手里,一扎蓝色妖姬就飙升到了每扎 700-800 元,每枝 58-66 元。最后,经过当地零售商们的修枝、打叶、剥刺、装饰等加工,一枝进口蓝色妖姬就摇身变成了 90-100 元。

特殊技术种出蓝色妖姬

据了解,这种进口的蓝色妖姬主要产自荷兰,是经过特殊的人工培植技术加工而成的,在变色前,蓝色妖姬玫瑰一般都是红玫瑰或者月季花。在云南斗南从事多年进口鲜花批发代理的杨老板告诉记者,荷兰蓝色妖姬的培植技术比较精细,需要特殊的环境和土壤,当玫瑰花还生长在土壤里的时候,就要把事先调好的无毒染色剂营养液喷洒在花朵上,让植物充分吸收,这样连续重复一个星期左右,花瓣的颜色就会长成蓝色,花朵看上去会非常的自然和鲜活,染色剂也不会掉落。

蓝色妖姬也有山寨版

记者在鲁祖庙、江北望海、龙湖等花市看到,花市基本上已经变成了玫瑰的海洋。

不过,同样是蓝色妖姬,记者却发现有的卖价 90 元一枝,有的卖价 20 元一枝,身价差别很大。记者看到,进口蓝色妖姬花瓣鲜活,而国产的蓝色妖姬花瓣和茎叶都显得有些枯,用手一摸,一些白色的粉末就掉了下来。鲁祖庙的鲜花销售老板们介绍,国产蓝色妖姬有的是种子从荷兰进口,当鲜花还是花骨朵时,就剪摘下来,经过晒干后,再浸泡到蓝色的无毒染色剂里让花吸收染色剂,然后再上一层白色的亮粉,因此,整个花看起来就没有进口蓝色妖姬那么鲜艳。

(摘自《重庆晨报》文 / 徐菊)

