

市场走势 | ShichangZoushi

第112届广交会成交量下降

美的吉之美 创新领衔逆势飘红

何适文 / 图

今年广交会的“晴雨表”作用似乎比以往更加明显：在全球经济寒潮的大背景下，第112届广交会到会采购商比上届下降11.4%；欧洲市场的成交额更下降了23.1%。就在很多参展企业感到失望的同时，美的、青岛吉之美等一些在品牌和产品创新方面具有优势的企业却收获颇丰。

青岛吉之美是第一次参加广交会。和其他展位冷清场面形成鲜明对照的是，吉之美展位前人头攒动，许多国外客商对吉之美展出的吧台冰热水吧、吧台开水器、壁挂冷热一体开水器等新产品表现出浓厚兴趣。作为国内开水器行业的龙头企业，吉之美在本次展会上推出了一系列具有世界领先水平的自主创新产品。这些在功能和外观上都与众不同的产品受到了全球客商的追捧，吉之美的展



吉之美在广交会上推出了一系列具有世界领先水平的自主创新产品，收获全球客商的大量订单。图为吉之美生产线正加班加点赶订单。

位也成为电子产品展区的成交热点，订单不断。在展会现场，吉之美就接

到了来自欧盟、中东、东南亚、南美、非洲等多个国家和地区的订单。除了明显感觉到参展的采购商偏少以外，本届展会上，许多客户还“砍”你没商量。由于压价很厉害，导致许多参展企业无法成交。主要原因是许多出口企业卖的还都是大路货，基本是模仿的，没有升级产品。在全球经济寒流的大势下，同质化竞争从来没有出路。

对于这种情况，美的相关负责人表示，调整产品结构是应对目前困局的法宝。据这位负责人介绍，在美的展位上，展出的是美的在新能源应用、变频技术和节能科技方面的最新成果，这些技术创新显著地提高了家电产品的性能和品质，捕获了不少客商的“芳心”。

吉之美销售总监赵建伟说：“中国企业要想占居高档的品牌市场，就必须摆脱外贸市场低价竞争的恶性循环怪圈，在全球经济的寒流中，打

造温暖的小气候。只有通过全球化的技术合作，拿出适合当地需求的产品，树立起全球化的品牌形象，才能够真正赢得客户和市场。”

近年来，吉之美通过不断深化拓展国际化合作平台，始终保持着开水器行业的全球领先地位。从2004年首创步进式(STEP-WATER)逐层沸腾技术，保持了开水器出水温度的稳定，还成倍提高了开水加热效率，较传统开水器节能50%。而且彻底杜绝了传统浮球阀开水器的“混合水”问题和多箱式沸腾开水器的“千沸水”问题。

最近，通过与意大利 COFRIMELL 公司的技术合作，吉之美开创了制冷系列商用产品，拓展了冷风机、雪泥机及现调机等系列制冷产品。据赵建伟透露，通过与 COFRIMELL 合资，吉之美将逐步发展成为餐饮行业液体加热与制冷的国际化制造龙头企业。

劲牌亮相糖酒会，倡导“健康饮酒”

2012年10月18日至21日，第87届全国糖酒商品交易会在福州海峡国际会展中心隆重举办。劲牌公司在主会场2号馆以144平方米特装参展。劲牌劲酒、特制劲酒、参茸劲酒、中国劲酒、金眠酒等形象产品及常规保健酒产品，全阵容盛装亮相，受到参展客商的热情关注，进一步彰显了劲牌公司专业健康食

品企业的品牌形象和企业实力。

据大会主办方介绍，本届糖酒会展览总面积11.7万平米，共有来自海内外的3000余家企业参展。开幕当天，劲牌展位前宾客云集，大气新颖的展位造型、设计独特的产品包装，更有免费发放的纪念装产品让众多与会客商惊喜连连。劲牌公司创建于1953年，历经

近六十年的稳步发展，现已成为一家专业化的健康食品企业。产品从单一的白酒发展成为以保健酒为主，健康白酒、生物医药为辅的健康产业结构。六十年来，劲牌专注健康产业，致力成为世界一流的健康食品企业，不断追求技术创新，对品质精益求精，让消费者享受到更健康的产品和服务。劲牌率先倡导

“健康饮酒、健康生活”的理念，使更多的人以更健康的饮酒方式，享受到更健康的生活品质。

“专注健康六十年”，劲牌公司一贯坚持以“按做药的标准生产保健酒”为技术理念，不断进行产品升级，坚持不懈地探索更健康的饮酒文化，传播更健康的生活方式，致力于让大众“为健康而饮酒、让

饮酒更健康”。通过本次福州糖酒会的宣传推广，对劲牌全线保健酒产品和深厚的专业实力进行了有效展示。同时，也将“饮酒之道、适度而为”、“健康饮酒、健康生活”等健康理念传播给更多的人，从而进一步提升了劲牌公司健康食品专家的品牌形象。

(许强 韩亮亮)

茅台葡萄酒华丽亮相 2012 福州糖酒会

本报记者 樊瑛

2012年10月18日至21日，为期4天的第87届全国秋季糖酒商品交易会在福州隆重开幕。为此，茅台葡萄酒公司提前准备携系列产品前往参展。茅台葡萄酒公司总经理冯云桃、党支部书记陈支勇，以及来自全国各地的众多经销商前来展厅进行市场交流和合作洽谈。

据悉，在此次近3000家企业中，位于世纪金源大饭店的茅台葡萄酒展厅以其鲜明的形象、诱人的

葡萄酒吸引了众多游客，给参展企业和观众留下了深刻印象。

借此次秋交会盛大召开之机，众多经销商云集展会现场，这是茅台葡萄酒对于上半年市场工作的一个总结，也是一次对众多经销理念和市场情况进行交汇碰撞、倡导2012茅台葡萄酒新营销理念的时机。同时，也是对整个葡萄酒行业产区、质量、品牌的战略思考。

茅台葡萄酒市场工作人员表示，从此次参展的酒水企业中，可以发现，消费者对葡萄酒的认知度和兴



趣度都在不断提高。尤其是在福建这个有着良好葡萄酒消费氛围的市场里，百姓对葡萄酒的关注度远远超过白酒。而随着市场的理性回归和消费者红酒知识的提升，盲目追逐进口酒的现象有所改变，反而国

产葡萄酒成为了许多消费者的首选。对于茅台葡萄酒市场工作人员判断，来自广州的红酒经销商杜先生非常赞同，他表示，经销商特别关注消费者的需求，近期他的公司已开始考虑提高国内葡萄酒进货比例。同时，他表示，在此次秋交会上，他品尝了许多葡萄酒，其中茅台葡萄酒给他的印象尤为深刻。杜先生表示，他所品尝的茅台干红品鉴用酒，酒体呈现华丽的宝石红色，具有成熟的黑色浆果及橡木桶赋予的香草气息，入口丰满均衡，细腻优

雅，在他品尝过的葡萄酒中这次品鉴是非常让人满意的。

据悉，茅台葡萄酒在此次参展中还展示了国外合作进口酒产品，其中凯堡2010干红葡萄酒、伯莱尼奥2009干红葡萄酒、佳依2009干红葡萄酒、皇家橡树冰酒等集体亮相福州糖酒会，而据介绍，一期投资32亿的国内精品庄园建设也将于明年末后年初与大家见面。茅台葡萄酒对未来的系列市场规划和战略构想展现了其饱满的信心和良好的市场前景。

前三季度财报显示

超五成上市百货公司净利下滑

宏观经济形势对终端零售业的冲击还在继续。记者近日调查发现，在国内已经发布前三季度财报的百货上市公司中，在销售额增长趋缓的情况下，超过半数企业的净利处于下行状态。作为传统旺季，四季度将是决定企业全年走势的关键阶段。

半数百货净利下滑

记者10月28日查看华联股份、翠微股份、银泰百货和首商股份等27

家已发布三季度报告的百货类上市公司发现，14家百货公司的净利出现下滑，比例达51.9%。其中，天虹商场1-9月的净利约4亿元，同比下降92.4%；首商股份前9个月净利润约3.25亿元，三季度实现净利润8770万元，同比减少6.02%。同为京籍上市公司的翠微百货，其三季度净利约2707万元，同比减少24.2%。

除了上述大型百货集团外，东百集团、南京新百、成商集团、广百股份等区域型老牌百货也普遍出现了净

利下降的情况。

遭业界看低

在净利下降的同时，多家投行及投资机构也冷眼看待百货板块，纷纷下调预估及买入评级。在投资人看来，除租金等费用上涨外，宏观经济环境震荡是造成今年百货板块整体低迷的主要原因。翠微方面也承认，报告期内因市场经营环境、超市促销让利及新店运营成本等因素影响了

企业经营利润的增长。

无独有偶，此前，高盛将银泰百货今年的同店增长预测从10.4%下调至8.3%，主要原因是银泰百货在日前公布的前三季度运营数据中披露，其前9月同店销售增长7.5%，意味着三季度同店销售增长3.8%，低于高盛此前预期水平。

低迷期远未过去

虽然四季度是百货零售业的传统销售旺季，但记者从多家零售商以及供应商处了解到，从10月的表现看来，百货零售企业仍处于一片低迷中，未见扭转之势。

作为新型零售方式，以低毛利换取大量销售额的电子商务，一直被认为是传统百货利润下降的原因之一，电商在下半年持续的大促销可能让百货店雪上加霜。记者近日获悉，在为期三天的“QQ网购疯抢节”期间，腾讯电商累计下单金额达6.5亿元，相当于北京“双节”期间，130家商业服务业企业单日总收入。

王府井百货集团董事长郑万河表示，百货业作为终端业态，会受到上游产业的制约，同时也会对上游产业有综合性的反映。乐观估计，百货业最早将在明年下半年有所提振。

(崇晓萌)

舒舒服服 享受海尔的服务

作为一名海尔的忠实用户，海尔产品过硬的质量及人性化的售后服务，使我对海尔产品有了一种深深的依赖和信任。

今年9月家中电视机更新淘汰，我又去商场购买了一台海尔电视机，售后服务人员在承诺的时间内准时来到，他们身穿整洁的工作服，礼貌地出示了上岗证后，脚穿鞋套进了门，进门后又递上一张温馨的服务监督卡，让我全程监督整个服务过程。他们一边安装一边给我讲解电视的使用方法以及日常保养常识和注意事项，安装好之后并让我亲自操作了一遍确认我学会了使用后，服务人员又开始对我家的其他海尔产品进行细致的检查和保养，并将安装位置的垃圾清扫干净，在离开的时候还把垃圾带走了。一系列周到、细心、超值的服务，更加深了我继续选择、使用海尔的决心，选海尔，就是舒舒服服的享受！ (文文)

绿达山茶油公司 全力备战山茶油营销

金秋时节，又是油茶丰收时，山茶油生产销售市场已经开始悄然升温。河南绿达山茶油股份有限公司抢抓机遇，深入新县周河乡开展野生山茶籽收购，积极备战新一季优质山茶油生产销售，以求在一年一度的营销战中取得漂亮的成绩。

时序刚刚进入秋天，地处豫南大别山腹地的河南省新县周河乡柳铺村村民徐吉朝就因采摘油茶籽而忙得不可开交。据了解，徐吉朝家100亩油茶园，今年可产300公斤山茶油，至少能收入15000元。目前，山茶油已成为当地群众致富的一个支柱产业，而此前破土动工兴建的河南绿达山茶油加工及油脂储备项目，也将为该生态经济发展增添新的动力。

作为一家新兴“绿色企业”，河南

绿达山茶油股份有限公司是一家以山茶油加工及油脂储备为主的股份制企业，公司成立于2011年11月，由国内知名医药上市企业——河南羚锐制药股份有限公司相关企业与郑州新亚钢铁储运服务有限公司等发起组建而成。公司计划投资5亿元人民币，分期建设年产3万吨山茶油生产线及精制山茶油软胶囊、茶皂素生产线和20万吨油脂储备及河南省木本植物油检验站项目。一期建设已投入实施，在新县产业集聚区九龙岭分区食品园征地200亩，建设高标准的现代化油脂生产线和功能齐全的质量检测中心。

山茶油的脂肪酸组成、油脂特性及营养成分与橄榄油十分相似，所以素有“东方橄榄油”之称。山茶油富含



不饱和脂肪酸油酸、亚油酸及丰富的维生素E，还含有角鲨烯、山茶甙、茶多酚与黄酮类物质。山茶油对于保证人体正常的新陈代谢和防治心脑血管

管疾病有重大意义。经专家研究，山茶油的食疗功能有12项之多，如防治心脏病、改善动脉粥样硬化等。

“绿达”牌山茶油，与其他产区山茶油相比，品质更优良，因为“绿达”山茶油原料主产地——新县，是油茶树生长的最北界(淮河—秦岭一线)，经国家质检部门检验，不饱和脂肪酸高达86%以上(其他地区在80%左右)，新县周河乡生长的野生茶果榨出的山茶油不饱和脂肪酸更是高达90%以上，周河乡山茶籽被国家环保部认证为有机食品。“绿达”山茶油，是以新县天然无污染的野生油茶果为原料，经低温冷榨等现代工艺精制而成，最大限度地保存了茶油中的各类天然活性成分，是纯天然有机食品。“绿达”有着视产品质量为生命的

经营理念。绿达公司的主要股东是河南羚锐制药股份有限公司，其主要经营人员来自羚锐制药，传承羚锐严把质量关的理念，也传承了上市公司的先进管理理念。

绿达山茶油公司走“公司+基地+农户”链条式产业化之路的经营模式，坚持“秉承绿色品质，打造健康生活”的理念，立足当地丰富的油茶资源，在促进河南省新县油茶产业发展的同时，将整合区域及其周边山茶油资源，采用最先进的现代化生产工艺，生产出品质优良、物美价廉的产品，把山茶油资源生产、开发和利用项目，发展成为企业增效、农民增收、有益消费者健康的产业，推动中原经济区建设。

(汤军)