

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 12 版

第 307 期 总第 8465 期
统一刊号:CN51-0098
邮发代号:61-85
全年定价:450 元
零售价:2.50 元

2015.11.22

星期日
乙未年 十月十一
热线电话:400 990 3393
官方微博:weibo.com/jrwb
weibo.com/jlrbs

资本市场国际化提速:深港通领衔未来四大期待

◎深港通:不只是沪港通的升级版 ◎沪伦通、伦港通相继出现 ◎中欧交易所:资本市场的境外延伸 ◎A股将纳入MSCI明晟指数 << [详见 P3]

商务部: 钢铁贸易摩擦 无关市场经济地位

肖玮 南溧博

针对近期欧美 9 家钢铁协会认为中国是导致全球钢铁产能严重过剩的主要原因,并对中国即将获得市场经济地位施加压力的做法,商务部新闻发言人沈丹阳在例行发布会上表示,钢铁贸易问题和中国经济地位问题之间没有直接关联。虽然中国确实面临着钢铁产能过剩的困扰,但中国目前也在积极优化产业结构,削减钢铁产能。

就在 4 天前,欧美 9 家钢铁协会联合发表声明,就中国 2016 年 12 月将获得市场经济地位表示担忧。声明称,中国宣称将在加入 WTO15 年后自动获得市场经济国家待遇,上述钢铁协会对此表示反对。欧洲、北美和南美钢铁生产商一致认为,全球钢铁行业正遭受产能过剩危机,中国钢铁行业是这一问题的主要影响者。

经合组织钢铁委员会预计,全球钢铁产能过剩达 7 亿吨,中国过剩 3.36 亿-4.25 亿吨,2016 年还将继续增加。与此同时,全球钢铁消费下滑,中国大量的过剩产能将转向世界其他国家和地区,预计今年出口将超 1 亿吨。

沈丹阳表示,产能过剩是全球钢铁行业在产业结构调整中面临的共同问题,国际社会不能将钢铁产能过剩作为继续对中国实施歧视性、不公平贸易的借口。此外,在化解过剩产能方面,国家主席习近平在访英时明确表示,“中国钢铁业已经削减产能 7780 万吨”。

但就实际情况而言,业内多名专家均表示,国内钢铁行业确已进入“寒冬”。中钢协常务副会长朱继民也在 10 月底召开的 2015 年中钢协第四次信息发布会上表示,1-9 月,中国大中型钢铁企业实现销售收入 2.24 万亿元,同比下降 19.26%,实现利润总额为亏损 281.22 亿元,而主营业务亏损则高达 552.71 亿元。

一方面,是止损无力,另一方面,钢铁企业由于亏损严重,融资也变得愈发困难。目前,许多钢铁企业面临着不予增量、续贷困难、加息和抽贷等问题,融资环境进一步恶化。

厦门大学中国能源经济研究中心主任林伯强表示,淘汰落后产能是解决钢铁行业危机的当务之急。他表示,目前工信部已为钢铁、水泥等 4 个行业制定了产能置换方案,实施等量或减量置换。此外,有消息透露,《钢铁工业转型发展行动计划(2015-2017)》(以下简称《行动计划》)已完成制定并发布在即。工信部原材料工业司副司长路铁军表示,《行动计划》的目标是,经过三年努力压缩 8000 万吨钢铁产能,同时促进行业兼并重组,把钢铁企业数量控制在 300 家左右等等。

央视广告招标白酒风头不再 汽车异军突起



郝商

◎白酒企业式微

今年下半年白酒企业普遍出现回暖迹象,不过在央视广告招标中,虽然在今年的整体投放额上与去年基本持平,但白酒企业失去了以往的风头和声势。其中,白酒企业唯一的亮点是五粮液经销商宁夏懿丰以 1.18 亿元中标《舌尖上的中国》(第三季)独家冠名。

资料显示,白酒企业最近两年已经大幅减少在央视的广告投放。2014 年,包括啤酒和白酒的酒业现场投放额为 6.74 亿元。而在 2013 年央视广告招标中,白酒企业广告投入规模达到 36.6 亿元。在 2012 年央视广告招标中,白酒行业现场投放额约为 19 亿元。

据了解,近年来,受禁令以及广电总局对烈性酒商业广告的限制,白酒企业在央视招标中屡受挫,相比于 2012 年、2013 年连拿两届标王的霸气,白酒企业已风光不再,另外,白酒企业业绩低迷也是导致其不愿高调争夺广告资源的又一原因。

◎汽车异军突起

在本届央视广告招标中,汽车企业无疑成为最大“金主”。资料显示,长安福特以 3 亿元的价格拿下了《爸爸去哪儿》的冠名权;荣威汽车也以 2.01 亿元的价格拿下了《了不起的挑战》的冠名权。另外,作为最近崛起的二手车电商代表,优信二手

车以 2450 万元拿下了央视财经频道新媒体合作伙伴的头衔。据了解,品牌与销量的双提升让越来越多的汽车品牌热衷于冠名综艺节目,而作为投身综艺节目最早的品牌,莫过于赞助第一季《爸爸去哪儿》的英菲尼迪,借助综艺节目的宣传效果,英菲尼迪不仅在品牌知名度上有大幅提升,而且销量也在不断攀升,今年 1-7 月销售数据显示,英菲尼迪在华累计销量达 2.16 万辆,同比增长 33.3%。作为曾冠名过《爸爸去哪儿 3》、《奔跑吧兄弟 2》的长安马自达虽然付出了高额的代言费,但今年上半年同比增长近七成的销量让长安马自达尝到了甜头。此外,东风日产新楼兰赞助江苏卫视《真心英雄》、英菲尼迪 QX50 冠名深圳卫视《极速前进 2》、一汽-大众高尔夫全程冠名江苏卫视《壮志凌云 7》……可以预见,未来将会有更多的车企出现在综艺舞台上。

业内认为,与电影电视植入不同,综艺节目在收视时不用太注重情节连贯性,无论是哪一期观众都可以快速切入并受到植入品牌的影响,这也是如今众多车企热衷综艺节目的原因。

◎乳业饮料势头不减

乳业饮料一直以来都是央视广告招标会上的常客,央视此次招标会亦如此。招标会第一个标以及被称之为央视“第一标”的《新闻联播》广告时段,均被快消品企业一举夺下,它们分别是伊利和王老吉。

在上月以 11 亿元获得湖南卫视《我是歌手 4》及《爸爸去哪儿 4》两档栏目的广告大单后,伊利再度以 1.75 亿元拿下了央视招标会第一标,获得“2016 年奥运会(中国骄傲)独家冠名”,标底价格为 0.896 亿元,溢价超过 95%。与此同时,另一家乳企光明,也以 1.37 亿元中标里约奥运会《奖牌榜》独家冠名,标底价格为 7800 万元。

对于光明乳业的此次中标,业内人士指出,2014 年光明乳业新推出的莫斯利安产品,依靠央视《焦点访谈》中播广告,在市场上取得了明显的增长率,而对于加强全国化布局,尤其是急于在北方市场布局的光明乳业而言,央视广告平台具有一定可利用价值。

除了乳制品企业之外,王老吉也成为饮料行业的“中流砥柱”。作为中国最权威、最稀缺的广告资源,央视“新闻联播版组合”依旧备受关注和青睐。王老吉以溢价 161% 拿下该广告组合的第一时间单元第一选择权,中标价格为 9650 万元。值得一提的是,去年王老吉同样斩获了该时段广告,当时王老吉价格为 8100 万元,相比去年,今年王老吉拿出的钱涨了 19%。

对于凉茶行业而言,电视广告一直是营销的主要阵地,在老对手加多宝傍上浙江卫视《中国好声音》之时,王老吉将宝押在了央视身上,对于广告营销毫不松懈,这也意味着凉茶行业巨头之间的竞争之激烈。此前,中国品牌研究院研究员朱丹蓬也表示,在凉茶行业增速放缓之际,企业间的竞争将会加剧,营销阵地上的比拼便是体现之一。

万亿购买力外流 映射国内零售业转型迫在眉睫

叶苏涛

近日有媒体报道,我国出境游人数和购买力已连续 3 年居世界第一。2014 年中国内地公民出境旅游达 1.09 亿人次,海外支出同比增长 28% 达到 1648 亿美元。预计 2015 年中国内地公民出境旅游达 1.2 亿人次,消费支出将高达 1940 亿美元,超过 1 万亿元人民币。

商务部新闻发言人沈丹阳日前在回应中国访日游客消费大幅增长时表示,近年来,我国游客在境外包括在日本消费持续快速增长,这是多种因素叠加作用的结果,目前商务部还在抓紧研究进一步引导消费回流的政策。

如何把中国消费者“勾引”回国,往小了

说是避免“肥水流了外人田”,往大了看关系到激活内需市场的大局。

其实,国内消费者为何愿意出国消费,说白了还是因为国内的购物体验不如国外,以及国内产品满足不了国人的需求。

相比于国内大多数商家服务员的爱答不理,国外销售人员在对顾客服务以及处理消费纠纷时尊重、信任、快速与及时的态度则更为消费者所欣赏。剔除购物体验上的不足,国内消费者更加追求有品质的产品,面对满大街大同小异的“山寨货”,消费者往往兴趣缺缺。以上种种,都是我国消费者需求升级的现实体现,排浪式消费模式已然不可持续。

问题的症结所在,国内零售百货产业

转型升级的速度远远没有跟上国人钱包“鼓起来”的速度。一方面,国内庞大内需的无的放矢,巨额高端消费力流失海外;另一方面,零售百货业遭遇产业寒冬,许多线下零售企业面临倒闭。两者之间的自相矛盾,根源所在正是长期以来零售业延续粗放型发展,未能关注个性化消费所造成的恶果。

商品供应商、零售商往往抱侥幸心理抢了线下平台的“生意”,但被其所忽略的是,丢了“十年磨一剑”的匠人精神,过分短视地追求眼前利益,而不顾提升产品品质、只能让行业的利润更加如履薄冰。

此外,境外商品进口税率过高,国内分销体系不成熟、流通成本过高等问题也是导致

消费者外流的一部分原因,这也进一步加剧了国内市场需求和国内税收收入的双重流失。

无“勾引”,不消费。酒再香,如果巷子太“深”,也不会有消费者买账。因此,想要让庞大的境外需求回流至国内,形成提升国内市场需求持续动力,就需要打出组合拳:一方面,提升国内零售业服务质量,给消费者创造更好的消费环境和购物体验;另一方面,不再用山寨货搪塞百姓的购物需求,而是打造有品质的自主品牌,真正让消费者以购买国货为荣。

让万亿海外消费回流,国内商家仍然大有文章可做。



伊贝实业
—中国高端鞋靴领跑者
http://www.js-yb.cn

iPhone, android 手机扫描二维码下载安装



本报常年法律顾问为闫永宁律师

手机:13609110893



欢迎订阅 2016 年度《企业家日报》

- 通过当地邮局(所)订阅《企业家日报》。
《企业家日报》通过邮局发行,邮发代号:61-85,全年定价:450 元。
《企业家日报》为周五刊,每日出版对开 12 版。
- 通过网上、电话订阅《企业家日报》。
★电话订阅:
邮发报刊订电话:11185,打一个电话,按照提示,即可完成订阅。
★网上订阅:
登录中国邮政报刊订网:bk.11185.cn,按照提示,完成订阅。
咨询电话:028-87319500 13708033603