

财经聚焦

糖价冲击每吨8000元

“糖高宗”缘何“难退位”?

新华社记者 陈云富

糖价两年近翻倍

广西糖网数据显示,到本月12日,包括西北、华东以及中原等大部分白糖销售地区现货报价已达到每吨8000元以上,涨幅较大的兰州地区报价高达8100元。“尽管价格基本上较2009年翻倍,但产销区价格近期几乎每天都在上涨,尤其是中秋节即将来临,市场预期会经历一波需求的高峰。”业内人士表示。

实际上,8月初,国家发改委刚向市场投放了本榨季以来的第七批储备糖,但市场仍“越抛越涨”,最新成交价也高于历次抛储成交价,再创新高,显示市场在消费旺季的供不应求。

现货的连创新高也推动期货价格异常强劲。在下半年,尽管先后经历欧洲、美国主权债务危机的洗礼,但投资者发现,大宗商品市场除了避色色彩浓厚的黄金等贵金属表现抢眼外,白糖也毫不逊色。

统计数据显示,在8月1日到12日金融市场受冲击最明显的两周里,跟踪白糖期货价格表现的白糖指数最大跌幅也未超过1.5%,而国内商品市场同期整体下跌了近5%,如果加上7月份市场的强劲表现,下半年以来,郑州商品交易所白糖期货价格累计涨幅超过8.5%,远强于包括铜、铝等其他商品。

记者走访市场发现,糖价上涨逐渐向下游传递,近期各大商家推出的月饼价格普遍上涨了10%~15%不等。上海杏花楼食品餐饮总经理杨培民告诉记者,“在杏花楼月饼的66种原料中,有37种原料出现了上涨,其中涨幅最大的就是白糖和食用油。”杨培民说,白糖价格较去年上涨了70%以上,杏花楼由于提前采购了白糖,才避免受到成本大幅上涨的影响。

随着一年一度用糖高峰的到来,“糖高宗”再次卷土重来。数据显示,到目前,华东、中原等地的白糖现货市场报价已高达每吨8000元,几乎较两年前翻倍,期货市场价格在经历美债危机冲击后基本回到前期高点。2010年,白糖由于价格持续大涨被戏称为“糖高宗”,如今价格再创新高,“糖高宗”为何“难退位”?



周悟空图

基本面主导 炒作是推手

多位分析人士指出,“糖高宗”再次袭来,连续减产导致的供需不平衡以及消费旺季的叠加是主因,国际市场上对中国需求以及巴西供应可能减少因素的炒作也进一步推升了糖价。

“尽管高糖价抑制了部分消费,但市场预期全年的需求会达到1300万吨左右,市场缺口将超过200万吨。”华泰长城分析师张表示,主产区已连续三年减产,国内市场的供需缺口持续存在,尽管加上储备投放以及进口等,市场供需应该可以达到平衡,但是市场库存下降以及储备库存投放后的补充库存需求预期也支撑了糖价上涨。

每年三季度,白糖市场处于前一榨季产糖将尽、新一榨季糖未出的交接阶段,同时饮料产量以及节庆备货等使得市场消费处于旺季,即使产量未有明显下降,历年三季度市场价格也较为强势。“旺季的消费以及

国庆、中秋双节备货期重叠,白糖库存更紧张。”业内人士表示。

“值得注意的是,国际市场对国内影响越来越大。”张表示,实际上从供应缺口来看,200余万吨的量与去年相比并未显著放大,但今年市场对巴西可能减产以及中国市场预期进口可能增加持续炒作,国际市场价格上涨也给国内市场提供了强劲的支持。

目前巴西是全球头号产糖国,此前由于受天气影响,市场普遍预计其产量将下滑。全球糖市的需求正转向亚洲,尤其是一些国际机构预计中国可能加大进口,一些分析师甚至预计未来中国市场进口量可能达到300万吨。

实际上,国际市场依然过剩,荷兰银行与VM Group联合发布的报告认为,在2011/12年度,全球糖市场的过剩量预计将会达到783万吨。

农产品上涨成趋势

除了基本面不平衡、资金借贷炒作等因素外,值得关注的是,比价效应的显现也成为包括白糖在内的农产品价格上涨不可忽视的重要因素,农作物由于产出效益导致的“争地”、农业和工业对劳动力的“争夺”正使得农产品价格上涨长期化。

“以广西主产区来说,甘蔗种植面积很难再有大程度的增加,由于争地效应,加上农村的青壮劳动力大多不再从事农业生产,白糖上涨应该是趋势。”张表示,实际上,今年以来无论市场如何变化,白糖现货价格始终未能低于7000元,这也从另一层面反映出市场处于比较认同的正常消费。

糖价上涨可以说是农产品价格回归正常化的一个体现,由于长期价格被低估,通过比价效应,目前市场价格正逐渐得到重视。

实际上,不仅是白糖,包括大米等粮食价格亦稳步上涨。与此同时,在前期猪肉价格涨幅放缓后,鸡蛋价格接过“接力棒”。据新华社全国农产品和农资价格行情系统监测,7月份以来,全国鸡蛋价格涨势明显,目前价格已达到2008年监测以来的最高水平,超过六成省区鸡蛋价格在每500克5元以上。

一些专家指出,当前农产品价格上涨一定程度上也属于“被上涨”,随着工业化、城镇化进程加速,农产品生产的基础成本——生产资料、劳动力以及土地价格上涨成为常态,政府应着力于加大投入,推进农业规模化、产业化经营,同时改进调控方式,对市场炒作以及趋势性上涨因素分开对待,合理引导市场预期。

新华社发

上周我市肉菜价稳 鸡蛋价格小幅上涨

本报讯(记者 宋建巧 实习生 田飞)市物价局价格监测中心监测数据显示,上周我市肉类、蔬菜类价格基本稳定,鸡蛋平均价格与前一相比小幅上涨。

肉类和蔬菜价格总体平稳。上周农贸市场猪肉后腿肉价格为16.5元/500克,猪肉精瘦肉价格18元/500克,与前一、上月同期价格持平。生猪出场价格(新郑报价)上周为9.5元/500克,与前一相比上涨2.15%。牛、羊肉价格分别为17元/500克和24元/500克,均与前一价格持平。上周农贸市场监测的27种蔬菜品种中,芹菜、冬瓜、白萝卜等14种蔬菜价格与上周价格持平,占监测品种的51.9%;茄子、花菜、胡萝卜等5种蔬菜价格下降,占监测品种的18.5%。

上周农贸市场鸡蛋价格在4.8元/500克至5.0元/500克之间小幅波动,平均价格比前一周上涨3.9%;鸡蛋出售价(新郑报价)4.59元/500克,与前一价格(4.48元/500克)相比略涨。工人路农贸市场一位商户告诉记者,鸡蛋价格主要由养鸡成本决定,由于近期养鸡成本提高,加之中秋节即将来临,需求加大,预计短期内鸡蛋价格不会下降,相反,还会有一定的上涨空间。

沪指收复2600点

据新华社上海8月15日电(记者 潘清)延续上周反弹势头,沪深股市在本周首个交易日继续上行。上证综指收复2600点整数关口,深证成指则连续第五个交易日以红盘报收。电子板块继续出现在涨幅榜首位,银行股也显现集体走强态势。

上证综指开盘报2598.14点,以接近全天最高点的2626.77点报收,涨幅为1.30%。深证成指涨幅也达到了1%。

当日沪深两市分别成交910亿元和900亿元,较前一交易日略有萎缩。



8月15日,西藏虫草协会拉萨零售交易中心在拉萨正式对外开放。作为西藏地区首家以经营藏区中草药和文化产品的交易中心,超过4000平方米的展销中心和1000多种藏药以及藏区特色文化产品,为西藏特色产品提供了展示平台,也成为拉萨的一个特色旅游景点。图为顾客选购藏族传统文化装饰品。新华社发



8月15日,一辆京沪高铁列车驶离上海虹桥站。

从8月16日零时起,京沪高铁将实施新运行图。调整后,京沪高铁列车开行数量将由目前的88对减少到66对,京沪线最短运行时间仍为4小时48分。在调整期间,为适应旅客出行需求,从9月1日起,在既有京沪线加开夕发朝动卧列车。

新华社发

冷评热议

多送“添头” 少来“噱头”

过去,在农村,扯布、打酒、打酒时商家都有这样的习惯,在称好重量后会送一些“添头”,让街坊邻居感到实惠。这种“添头”虽然不多,但对买方心理来说却很受用,常常吸引不少的回头客。

而今,激烈的市场竞争让价格战烽烟四起,但效果却越来越差,这让很多商家重新拾起送“添头”的营销策略,不过这种“添头”不再局限于实物的馈赠,多了些售后服务的承诺。比如某抽油烟机品牌就表示,购买产品终生免费更换油网,某豆浆机生产商承诺终生更换配件,某空调代理商强调可免费加氟,这样的“添头”服务越来越多,让消费者感

受到了实实在在的实惠。这种“添头”,既是商家的一种营销,又是售后服务的一种,它针对性强而得人心,成为产品迅速占领市场的法宝。

据统计,中国消费者协会成立二十多年来,受理消费者投诉一千多万件,件件都跟售后服务不好有关。世界上半数以上的产品不是因为产品的质量而死的,而是因为售后服务而死的。这样来看,售后服务的“添头”来得及时,也很有必要。

消费者对售后服务的“添头”青睐有加,对现代促销中的“噱头”则深恶痛绝。如“100当做200花”、“25元起价”等促销形式已激不起消费者的购买欲望,

因为在此种促销后面往往隐藏着陷阱,如果电器城的返券只能用于指定品牌、指定机型,某商场一楼女装促销牌上标明价格区间为25元至300元,但25元的女装总是仅此一件或货号不多,多数价格在200元以上。如此促销,实为作秀。

需要提醒的是,“添头”服务也是售后服务,产品可以变,但“添头”一定要兑现,以诚信经营,才能达到诚招天下客的目的,这是一条亘古不变的规则。如果只把“添头”当“噱头”,实际操作中,以产品停产、升级等种种理由拒绝为“添头”买单,商家最终只会搬起石头砸了自己的牌子。

本报记者 覃岩峰

二七商圈谋划“快乐消费”

本报记者 安群英

顶级商品将聚集商圈

近年来,省会郑州的国际名品消费能力每年以超过10%的速度增长。

成功开发国贸360广场的河南新田置业,进驻二七商圈的首张王牌就是“二七时代广场”。新田置业掌门人田太广在座谈时充满信心:“未来的二七时代广场绝对不是360广场的简单复制,时代广场大厦高度270米,引进品牌方面着重国内较不常见的世界大牌,休闲时尚感更强。”

民主路印象城购物中心不久将重新拆建,新的名号是华润万象城。

“郑州万象城会成为河南首家荟萃世界奢侈品最多,阵容空前的高端购物中心。”华润置地(郑州)有限公司的有关负责人透露,郑州将成为国内第三家华润万象城,郑州万象城将像深圳万象城一样成为外地人到郑州必去的购物天堂。该公司早先低调买进印象城,因为现有商业业态与华润万象城不符,拆建重建的工作已近在咫尺。

据了解,郑州华润万象城分二期筹建,一

外地游客乘坐出租车游览郑州,司机机会把客人载到哪里?如果10个司机有9个都把客人载到二七商圈,那就说明二七商圈是成功的。8月12日,在二七区解放路办事处组织的二七商圈企业家沙龙第一次联谊会上,记者见到了许多业内人士,他们有郑州华联总经理张淑云、二七宾馆董事长蔺萌生、大商新玛特金博大店副总王志国、新田置业董事长田太广。大家谈了很多话题,其中,适应消费者从“节约消费”到“快乐消费”的转变,是话题之睛。

新一轮商战靠差异化

“如果外地人到郑州,看到的商品和在家的一样,那还来郑州购物干什么?”郑州华联总经理张淑云的一句提问,让大家对二七商圈的差异化经营有了更多思考。

面对新兴商圈的冲击,张淑云的焦虑,也是激烈竞争大背景下商业企业掌门人共同的焦虑。张淑云表示,自1990年开业,郑州华联

已走过11载春秋,未来发展思路是“错位经营,调整布局”。

郑州是国内交通枢纽之地,二七商圈是郑州的一个“支点”区域。“要让消费者感觉到,不到二七商圈,就像没来河南似的!”一位座谈嘉宾表示,二七商圈不仅要满足郑州本地人的购物需要,还应满足郑州周边城市以及到郑州来的外地人的购物需要。

面临时代广场和华润万象城等高端百货业即将引发的新一轮二七商战,大商金博大店副总王志国说,近期金博大店将引入星巴克咖啡等世界知名餐饮业,拉开二七商圈的特色之争。

不少企业家建议,二七商圈要培养自身

商务部发文强化商业预付卡管理 8月底前启动监督检查

新华社北京8月15日电 记者15日从商务部获悉,为贯彻落实关于规范商业预付卡管理的意见,商务部办公厅日前下发通知要求各地商务主管部门强化管理、督促商业企业严格规范发卡行为,并在8月底前启动对重点发卡企业的监督检查工作,使违规滥发单用途预付卡的行为在今年中秋、国庆前得到初步遏制。

通知要求各级商务主管部门对本地区单用途预付卡发卡规模大、用卡占比高、消费者数量多的商业企业要列入重点发卡企业目录进行管理,并建立工作联系机制。

通知说,商务部拟出台《单用途预付卡发行管理办法》,制定《单用途预付卡发行服务规范》等行业标准,规范单用途预付卡收费、投诉、保密、赎回、清退等业务,建立单用途商业预付卡业务信息系统,实现对重点发卡企业的业务数据统计、预警分析的信息化管理。

通知要求各级商务主管部门督促商业企业严格规范发卡行为,加强行业自律和社会监督。在8月底前启动对重点发卡企业的监督检查工作,确保发卡实名登记制度、非现金购买制度、限额发行制度等规定落实到位。对未落实相关制度的商业企业,要主动约谈企业负责人,督促其尽快完善制度,使违规滥发单用途预付卡的行为在今年中秋、国庆前得到初步遏制。

通知强调,对检查后仍违规发卡的商业企业,要通报同级相关部门并列入重点关注名单。商务部将于今年年底前会同相关部门进行专项检查,通过全面整顿治理,使规范单用途预付卡的工作在2012年元旦、春节前取得明显成效。

两大品牌方便面 部分商场价已涨

本报讯(记者 宋建巧 实习生 田飞)从本月初开始,各地盛传统一、康师傅方便面生产商将旗下的桶装方便面相继提价的消息。昨日,记者在我市市场上走访了解到,这两个品牌的桶装面在超市价格暂时未变,但在部分商超,已经开始上涨。

记者分别来到正道思达、世纪联华和家乐福等超市走访,发现这些超市里统一和康师傅品牌的桶装面均未涨价,标价仍为每桶3.5元,销售人员和超市主管部门负责人均称暂时还没有接到任何涨价的消息。

在伊河路上的一家商店内,记者发现,统一和康师傅桶装面价格均涨到4元一桶。据老板介绍,从上周三开始,统一和康师傅桶装方便面就已经开始涨价,据他所知,除了超市,不少商店这两个品牌的桶装面都已经涨价,只是涨幅多少不一。零售价格上涨是因为批发价格上涨了,康师傅桶装面的批发价格从本月初就已经开始上涨,每箱涨了二元钱。

“秋老虎”催热冷经济

本报讯(记者 郑磊 实习生 王超)虽然立秋已一周,可这几天的郑州依然“高烧不退”,持续的桑拿天,让立秋后的冷经济仍然火热。

记者采访时明显感觉到,室外的高温催热了商场生意,空调开放的大型超市更是人“扎堆”,市民在纳凉的同时也带动了商场超市销售业绩的攀升。昨日中午,记者采访结束进入桐柏路一家商场“避暑”,却不想商场内有同样想法的市民不在少数,其中以女士居多。“本来想着凉快了就睡不着了,谁想到又热起来了。”正在选购防晒霜的周玲如是说。记者留意到,商场、超市内存货不多的遮阳伞、太阳镜、防晒霜等夏日“防火墙”产品,都吸引了不少爱美女士驻足选购;此外,凉席、凉垫、电风扇等消暑用品又被摆在了显眼位置。

不光商场生意火,冷饮、快餐也“趁热抬脚”。在陇海路一冷饮店,前来购物的顾客络绎不绝,好多上班族刚从空调公交车里下来,就快步到冷饮店买冷饮,希望借此解暑降温;同样,外卖的生意也火了起来,“天热让大多数人不愿意出门,叫外卖的自然就多了,我们人手少忙不过来,所以计划加收适当送餐费。”颍河路一家餐馆老板如是说。

特色,实现商家之间的错位经营,合理分配经营目标,做到不冲突共盈利。

商圈振兴需要助推剂

编制二七商圈发展大规划,提供良好的交通环境,还有商业企业经营理念的与时俱进,对于二七商圈来说,非常重要。

郑州市二七宾馆有限责任公司董事长蔺萌生说,二七商圈虽然名气很大,但以自发形成为主,最大问题是没有一个明确的规划,现在是规划引导的时候了。

二七商圈的交通组织力也亟待提升,交通拥堵,让商家和消费者都很烦恼。

不管商圈怎样七十二变,满足消费者的需要则是永远不变的主题。二七区投资促进中心主任王晓琳认为,新兴的商圈经营模式是先定位后招商,比如国贸360广场,培养的是80后、90后日渐成长起来的消费群体,花园路商圈成为白领群体的消费场所。商圈经营者要研究消费者心态,明白其购物心理正从满足基本生活需求的“节约消费”向享受购物的“快乐消费”转变,推出相适应经营模式,并和消费者一起努力达成目标。