

內地消費者轉向歐洲購物

香港文匯報訊(記者 劉璇) 經濟環境的不穩對個人消費意慾影響有多大?有調查顯示,香港消費者指明年會減少購買奢侈品;不過,內地消費者則會增加奢侈品消費,兩者消費態度截然不同。但內地消費者會轉向歐洲等地購物,在港消費增速會放緩。

羅德公關與市場研究公司益普索(Ipsos)聯合發布「2012中國奢侈品報告」指,受訪的香港消費者表示未來一年將減少購買手袋類商品、珠寶及奢華腕錶。當中,有52%受訪者表示明年將減少於奢華腕錶上的消費,此外,奢華鞋類、頂級葡萄酒及烈酒(42%)、高端服裝(41%)、化妝品(40%),也有一定程度的減少。但內地消費者情況恰恰相反,他們計劃在明年增加如高端化妝品(43%)、奢華鞋類(43%)與頂級葡萄酒及烈酒(40%)等奢侈品的消費。

內地本土消費首越香港歐洲

但報告也指出,內地本土首度超越香港及歐洲,成為內地消費者購買奢侈品的首選地區,取代2011年獨佔鰲頭的香港和歐洲。而品牌專門店已成為購買奢侈品的熱門銷售點。

內地消費者於香港購買奢侈品的增速放緩,特別是對珠寶、鐘錶等頂級奢華

品的消費,益普索執行總監鄭文良分析,主要因為內地經濟增長放緩,內地與香港的奢侈品價格差距收窄,導致消費增幅放緩。羅德公關中國董事總經理兼高級副總裁壽玉濤表示,香港奢侈品市場將面臨較大衝擊,因為內地一線城市居民轉向歐洲等地購買奢侈品,澳門亦搶佔部分市場份額,雖然短期香港奢侈品市場仍錄得增長,但在價格差距縮小下,不可再長期依靠結構吸引內地消費者。

全球奢侈品續攻大中華區

羅德公關亞太區主席杜麥克認為,香港及內地的奢侈品消費市場的增長雖放緩,但相比其他西方市場如歐洲及美國,兩地的消費市場的增長空間仍然較大。鑑於內地市場非常大,及內地消費者對奢侈品的熱衷,大中華地區將繼續成為全球奢侈品行業重要的策略性市場之一。



益普索執行總監鄭文良介紹內地消費者意慾調查報告。香港文匯報記者張偉民攝

調查亦發現,香港及內地消費者認為奢侈品的價值在於其品質、新穎及優良設計。而內地比香港消費者更看重品牌的歷史及傳統。香港消費者購買奢侈品多為獎勵自己,內地消費者則以體現個人的品味及提升自信心為主。此外,越來越多少內地消費者購買奢侈品作饋贈之用,反映送禮於內地社會的重要性。

報告於今年6月進行調查,訪問共2017名於過去一年內購買過奢侈品的消費者。香港受訪者平均家庭年收入為55萬港元,而內地一線城市受訪者為年薪18萬元人民幣,二線城市為年薪16萬元人民幣。約七成受訪者35歲以下,反映大中華區奢侈品消費市場的蓬勃發展潛力。

中海油購Nexen向美申請審查

香港文匯報訊 路透社引述中海油(0883)發言人表示,公司已正式申請美國政府對其151億美元收購加拿大Nexen的交易進行國家安全審查。Nexen有大約10%的資產位於美國境內,中海油發言人重申,交易不會對美國的國家安全造成任何威脅。

中海油不願透露公司向美國外資審議委員會(CFIUS)提交書面申請的具體日期,CFIUS由美國財長蓋特納擔任主席,成員包括國務卿和國防部長,該委員會從提交申請文件起有最多75天的時間來決定是否對交易施加任何條件。

TCL通訊智能終端增銷逾3倍

香港文匯報訊(記者 劉璇) TCL通訊(2618)公司,8月份手機及其他產品總銷量為363.4萬台,同比增長1%,其中智能終端銷量64.4萬台,同比增長348%,其銷量佔八月份總銷量比例已達18%。另外,TCL多媒體(1070)公佈今年8月份電視機及AV產品銷售量,LCD電視機總銷量較去年同期增長38.7%至136.4萬台,LED背光液晶電視機銷售量亦增至108.6萬台,佔其LCD電視機總銷量的比例上升至79.6%。

第八屆東北亞博覽會開幕

香港文匯報訊(記者 蘇志堅 長春報道) 第八屆中國吉林·東北亞投資貿易博覽會6日在長春國際會展中心開幕。中共中央政治局委員、國務院副總理王岐山,全國政協副主席王志珍,吉林省省長王儒林,全國政協原副主席、中國企業聯合會會長王忠禹出席開幕式。

據了解,本屆東北亞博覽會共設8個展館2600個展位。其中,境外展位佔半數以上。博覽會將於9月11日閉幕,期間還將密集舉辦69項活動。

華置蝕讓江蘇項目

香港文匯報訊(記者 黃嘉銘) 劉鑾雄(大劉)旗下的華置(0127)繼日前宣佈澳門御海·南灣土地批給無效後,昨日再公佈以5億美元(約38.78億港元)出售與恒大(3333)在江蘇省的合資項目予基金公司SPARX。當中2億美元以現金支付,另外向華置發行本金額為3億美元之貸款票據,首6個月之年利息為2%,而6個月後之年利息為12%。

華置表示,估計交易完成後,將錄得稅前虧損1050萬元,並指出出售事項將可增加公司的現金儲備。事實上,華置去年5月同樣以5億美元向恒大購入項目的49%權益,是次乃原價出售。

恒大地產品牌連續三年居冠

香港文匯報訊(記者 羅洪嘯、王曉雪 北京報道) 2012中國房地產品牌價值研究成果發佈會昨日發佈的《2012中國房地產品牌價值TOP10報告》顯示,恒大地產品牌價值以年均近50%的增速實現大幅增長,連續第三年膺內地房地產公司品牌價值TOP10冠軍,中海地產、萬科和保利地產則繼續成為行業領導公司品牌。

研究認為,中國房地產市場已進入調整期,房地產企業面臨新的挑戰,品牌作用日益凸顯。而恒大地產在內地100多個城市佈局,憑借合理的市場佈局及有效的成本控制,企業品牌影響力持續提升。同時,中海地產、萬科、保利地產在價值創造、規模效益、成長速度方面引領了內地房地產業的發展。而綠城集團則在顧客整體滿意度方面領先優勢明顯,膺「2012中國房地產顧客滿意度領先品牌」。

「中國房地產TOP10研究組」由國務院發展研究中心企業研究所、清華大學房地產研究所和中國指數研究院三家研究機構共同組成,自2004年開展中國房地產品牌價值研究以來,已持續進行九年。

陽光房產多賺12.8%至2.9億



陽光房地產基金行政總裁及執行董事吳兆基。

香港文匯報訊(記者 方楚茵) 陽光房地產(0435)公佈截至六月底的全年業績,全年可分派的收入總額上升12.8%至2.98億元,物業淨收入上升10.1%至4.48億元,末期分派每基金單位8.7仙,連同中期分派,全年分派

同比减少3.4%至17仙。行政總裁吳兆基表示,新都城一期將展開優化及翻新工程,需時三至四年,但對租金收入影響不大。

吳兆基指,新都城一期優化及翻新工程將分階段進行,需時三至四年,工程將配合物業租約到期進行。他強調,工程主要在遷移商場電梯,涉及對樓面影響較低位置,對租戶影響不大,亦不排除工程後可能增加出租面積。由於新都城面積達十二萬呎,加上建築費上漲,故預計需投資逾3000萬。

逾3000萬優化新都城一期

年內公司平均呎租金上升7.7%至32.1元。當中寫字樓租租7.4%至23.3元,續租租金升幅達20%;零售店舖平均呎租上升8.3%至50.8元,續租租金升幅達25%。吳兆基指,經濟不景下,很多大型公司都遷出中環及金鐘等呎租較高的甲級寫字樓,改往九龍東、上環及

灣仔等非核心商業區,加上預期至2016年寫字樓供應仍然有限,故非核心商業區的租金升幅可上升10至15%,升幅將跑贏核心商業區。

不排除續出售非核心物業

另外他稱,年內公司成功以7850萬出售逸軒,回報率2.6%,未來不排除繼續出售非核心物業,會考慮一些優化能力及租金升幅有限的物業。而在收購物業方面,將會優先考慮公司具經驗地區如九龍東、上環及灣仔,亦會更留意上水區是否受惠深圳非戶籍居民一簽多行政策。

投資及投資關係總監梁國豪指,全年分派每基金單位下降3.4%至17仙,主要因本年度沒有如去年保薦人放棄分派而減少,但每基金單位實質分派上升12.4%。梁國豪又透露,公司於6月曾回購360萬基金單位,未來亦有意繼續回購。

將會增加。

不少企業棄歐盟作目標市場

不過,不少企業開始放棄歐盟作為其目標市場。有32%受訪供應商表示目前歐盟是他們的主要出口市場,只有20%受訪者會在未來數月維持歐盟為他們的目標市場。此外,接近三分之一受訪供應商表示,歐美傳統市場的需求放緩是目前所面臨的最大挑戰,亦有近三分之一指,生產成本不斷上升,令其最為擔憂。

該調查於今年8月1日至14日期間進行,訪問506家中國供應商,近半數受訪企業來自廣東省,25%來自浙江,其餘來自江蘇、福建和其他省份。

GS:南美成內地供應商主市場

香港文匯報訊(記者 黃詩韻) 出口表現不佳,開拓新市場成為企業爭取訂單的出路。有調查顯示,中國供應商不但對未來前景感到樂觀,更顯示出南美即將成為主要目標市場。

電子零件商對前景較樂觀

Global Sources最新公布的調查顯示,縱使傳統出口市場的經濟前景不明朗、生產成本亦日益上漲,中國供應商對今年下半年的出口依然持謹慎樂觀態度。近

60%受訪企業預期在2012年下半年出口收益與去年同期相比將有所增長,15%則預計出口額將持平,而有26%受訪企業預計收入將下降。其中消費類電子產品、電腦、安防及通信產品和電子零件供應商較為樂觀。

另外,結果更顯示未來數月,南美將成為中國供應商的一個重要新出口市場。有18%供應商表示今年年底前會發展該市場。而目前只有8%受訪企業有拓南美。供應商也預測來自美國、東歐和非洲買家的訂單

新地獲頒Interactive Media Awards地產組別大獎

新鴻基地產(新地)於國際網頁設計比賽Interactive Media Awards (IMA) 中獲頒「地產組別大獎」。新地一直十分重視與投資者、顧客及公眾溝通,因此對網頁的設計和管理都一絲不苟,今次獲獎更肯定新地的努力,不但令顧客滿意,更成為今屆IMA地產組別中唯一香港地產發展商獲此殊榮。



新地於Interactive Media Awards (IMA) 中獲頒「地產組別大獎」

比賽主辦單位Interactive Media Council為一位於美國紐約的國際非牟利權威組織,由全球頂尖網頁設計師、電腦程式設計師、傳播界,以及互聯網相關業務的專業人士組成。Interactive Media Awards接受全球網站參賽,由Interactive Media Council的獨立成員,包括來自網頁設計、廣告、公共關係、出版及其他相關行業的專業人才組成評審團,就網頁介面設計、內容、功能、可用性、是否符合業界技術標準等五方面作評核。

所有評審均經過嚴謹的計分制,以維持評審過程的公平性及客觀性。網站必須在五個評分類別中總分獲480或以上(滿分為500),才可獲得大獎的榮譽。新鴻基地產網站在五個評分類別上均有卓越表現,網頁內容方面更獲得滿分。今次新鴻基地產網站在全球八十四個參賽地產相關網站中榮獲「地產組別大獎」。其他六個同獲大獎的網站分別來自美國、英國、西印度群島和澳洲。

廣州官員：冀更多企業抓住機遇逆勢而上 安利中國逆市增投6億 佈局生產和研發

中國經濟下行風險加大,然無阻跨國企業的戰略投資。美國著名保健品及日用品生產和直銷公司Amway旗下安利(中國)總裁黃德蔭昨宣佈,為了進一步提升安利(中國)生產和研發能力,公司決定增加投入6億元人民幣,在廣州經濟技術開發區內新建第二生產基地,並在江蘇無錫建設安利(中國)植物研發中心。簽約儀式昨在安利(中國)總部廣州舉行,廣州市蘿崗區副區長張超平與安利(中國)總裁黃德蔭共同簽署了新建安利第二生產基地用地意向書。



廣州市副市長賈兒珍、廣州市委常委凌偉憲、廣東省政協副主席徐尚武、安利大中華區總裁顏志榮、安利(中國)總裁黃德蔭、華南美國商會會長哈里及安利大中華區營運總裁侯偉德共同啟動亮燈儀式。

廣州經濟技術開發區新建第二生產基地 江蘇無錫建設安利(中國)植物研發中心

早在1992年,安利(中國)生產基地即已落戶廣州經濟技術開發區,擁有32條生產線,生產紐崔萊營養保健食品、雅姿美容化妝品、個人護理用品、家居護理用品、家居科技產品等五大系列230多款產品,是美國安利公司最大的海外生產基地。隨着安利(中國)業績一路高歌猛進,2011年銷售額已達2.67億元,因此原生產基地產能將很快飽和,並成為未來公司發展的重要制約因素。據悉,新建的第二生產基地與安利現有工廠毗鄰,分兩期建設,

廣州市蘿崗區副區長張超平(前左)與安利(中國)總裁黃德蔭(前右)共同簽署新建安利第二生產基地用地意向書

分別在2015年、2016年竣工投產。屆時,新基地將專門生產紐崔萊營養保健食品,今後安利(中國)現有紐崔萊生產線也將全部轉入新基地。

寒流中廣東多位政要出場熱捧新建項目 冀安利帶動更多企業抓住機遇逆勢而上

在經濟寒流中致力經濟結構調整、產業轉型發展的廣東政府,對安利逆市投巨資新建項目給予高度關注,更身體力行出場支持。廣東省政協副主席徐尚武,廣州市委常委、廣州開發區管委會主任、蘿崗區委書記凌偉憲,廣州市副市長賈兒珍,廣東省對外貿易經濟合作廳副廳長吳軍,廣州市食品藥品監督管理局局長姚建明,廣州市工商副局長莊振東等相關官員與安利大中華區總裁顏志榮、安利大中華區營運總裁侯偉德、安利中國公共事務副總裁余放等高管共同見證了簽約儀式。

張超平副區長致辭時表示,安利(中國)是外資公司在華投資成功典範,安利現有工廠設備先進、管理優良,其產能、產值在廣州經濟技術開發區首屈一指。在當前外部宏觀經濟形勢嚴峻的大背景下,安利憑藉過人膽識逆勢新建第二生產基地,表明安利在中國發展勢頭良好,對中國、對廣州充滿信心。信心比黃金都重要,相信安利此舉能帶動更多企業抓住機遇,逆勢而上。同時,期待安利為開發區和廣州市的經濟發展作出更大貢獻。