

## 市场纵横

Shi chang zong heng

## 我国消费者网购频率全球最高

据新华社电 全球知名专业审计与咨询公司——普华永道近日所做的一项调查显示,约70%中国受访者表示他们每周至少网上购物一次,而美国和英国这一比例约为40%,荷兰、法国和瑞士约为20%。

普华永道中国及亚太区零售及消费品行业主管合伙人余叶嘉莉表示:“中国的消费者正在变得更加成熟,他们的在线购物比例在不断增加。鉴于此,零售商需要考虑其商店在未来的角色。”(何雨欣)

## 国内首个家电七星服务标准出台

据新华社电 买房了,装修了,家电搬到家才发现,插座位置不对,家电风格不协调等等,装修中小小的疏忽都可能让效果大打折扣。现在这成串的“烦恼”开始有解决希望了。

中国标准化协会近日发布了家电行业首个《家用和类似用途电器七星服务标准规范》,包含产品之星、质量之星、设计之星、健康之星、便捷之星、速度之星、服务之星七个方面。

以设计之星为例,根据用户需求,不仅可以为消费者提供免费的家电设计方案及家装设计方案,还可以提供家电安装前的预打孔和预埋管路等服务。

## 赴爱尔兰免签计划顺延至2016年

据新华社电 从爱尔兰旅游局最新获悉,未来4年,爱尔兰将对中国游客继续实行“短期签证免签计划”。

“短期签证免签计划”的内容是,至2012年10月底,凡持有英国短期访问签证的中国公民,经由英国赴爱尔兰访问将享受免签证待遇,在英国签证有效期内可在爱尔兰最长停留90天。去年7月1日该计划实施后,中国游客赴爱尔兰旅游数量激增。经过半年良性运转与评估,爱尔兰决定延长这一免签计划,直至2016年10月底。(钱春彦)

## 奔驰自燃一年内曝光9起 被疑不重视中国市场



导报讯 梳理发现,去年以来,被曝光的奔驰汽车自燃事故多达9起。业内人士认为,多次自燃事件及奔驰的售后服务态度冷漠,可能是奔驰骨子裡对中国市场的不重视。

汽车之家资深观察家张志勇表示,无论是不是产品质量问题导致自燃,奔驰方面都应该公开调查,做出有关声明。若迟迟无任何动作,那就是对信誉、售后服务及消费者权益的不重视。他建议引入第三方机构检测鉴定,有关部门也应该介入进行调查。(李晶晶)

## 原材料成本上升 金龙鱼、福临门领涨

## 食用油价迎上涨周期

◆导报记者 王伟 济南报道

继去年8月以金龙鱼为首的食用油生产企业提价获得通过后,近日,金龙鱼和中粮福临门两大食用油生产巨头再次传出涨价消息。

经济导报记者从两大品牌的经销商处了解到,上月底,各经销商已经接到涨价通知,涨价幅度为:菜籽油方面,金龙鱼上调5%~10%,福临门上调3.5%~10%;花生油方面,金龙鱼上调7%~9%,福临门上调8.1%~8.9%。

对此,多名分析人士认为,占据市场垄断地位的两大品牌的涨价行为,必然会带动整个食用油市场的整体价格上涨,食用油全面涨价箭在弦上。

## 牵一发而动全身

7日,导报记者走访济南市多家超市发现,两大品牌的涨价通知已经在个别终端市场有所体现。

在位于槐荫广场的华联超市,导报记者看到,5升装金龙鱼AE纯香营养菜籽油,已经从72.9元上调到77.9元,每桶上涨5元;5升装金龙鱼精炼一级菜籽油,从63.9元上调到69.9元,每桶上涨6元。

在大润发山水店,一名食用油销售人员对导报记者表示,已经接到金龙鱼和福临门供货商的提价通知,两大品牌将在近期上调小包装食用油价格,主要针对花生油系列和菜籽油系列。

据了解,去年国内小包装食用油销售量在700多万吨,其中,金龙鱼的销量在300万吨左右,占据40%左右的市场份额,福临门则占据15%。

去年8月初,在经历了长达半年多之久的食用油“限价令”后,金龙鱼终获涨价许可,从而带动了食用油市场的整体调价行为。此番金龙鱼和福临门同时发出提价通知,是否会再次引领食用油市场价格的整体上调?

上述大润发销售人员表示,依据以往的销售经验,食用油的涨价一般是牵一发而动全身。“虽然目前还未接到其他品牌的涨价通知,但是一旦金龙鱼和福临门上调价格,鲁花、龙大等品牌提价是迟早的事。”

对此,中证期货油脂分析师彭东杰认为,目前应该是食用油价格上涨的第一波,由于原材料成本不断上涨,未来食用油价格将会迎来上涨周期。

## 期现货市场均涨

据了解,受南美大豆减产、国内需求旺盛等因素影响,我国食用油期现货市场均出现稳步上涨态势。

南美持续干旱天气导致大豆减产预期强烈,国际谷物理事会将全球2012-2013年度大豆产量预估下调近4%;美国农业部季度报告显示,今年美国大豆意向种植面积7390.2万英亩,低于分析师预计的7539.3万英亩。

南美大豆减产预期持续影响着大豆期货市场,进入2012年以来,芝加哥大豆及豆油期货价格不断攀升,我国油脂现货市场跟随上扬,豆油、菜籽油及棕榈油价格均有明显提升,花生油及玉米油价格在成本高昂及大环境利好的情况下也有大幅走高。据统计,截



## “虽然目前还未接到其他品牌的涨价通知,但是一旦金龙鱼和福临门上调价格,鲁花、龙大等品牌提价是迟早的事”

至5日,CBOT(芝加哥商品交易所)大豆涨幅为15.78%;年初至今,CBOT豆油期货涨幅在6%左右,我国散装豆油涨幅为12.36%。

导报记者从卓创资讯了解到,截至6日,山东日照一级豆油市场报价在10050-10180元/吨。菜籽油市场在期货及原料紧张的支撑下,整体也明显走高,华中湖北地区四级菜籽油当地出厂报价在10800元/吨;西南四川地区四级菜籽油主流出厂报价在11100-11400元/吨;华东安徽地区四级菜籽油主流出厂报价在10800元/吨。

花生油市场方面,各地原料花生收购价依然偏高,据导报记者了解,山东部分企业油料花生米收购价在10800元/吨。受原料价格高企影响,目前山东地区压榨一级花生油主流出厂报价为21000元/吨,华中地区压榨一级花生油出厂报价为20500元/吨。

在油脂市场整体向好的情况下,加之原料胚芽供应偏紧并且价格持续走高,玉米油市场整体上扬幅度更是“惊人”——清明节前山东地区一级精炼油上调300元/吨,节后开盘第一天又继续攀升300元/吨,目前山东一级精炼油主流出厂报价在10600-10800元/吨;河北地区一级玉米油主流报价在10800-11000元/吨。

卓创资讯油料分析师张兰兰表示,南美大豆减产及美国大豆意向种植面积减少会继续推升芝加哥大豆及豆油市场,加之国际经济形势暂时得到缓解,一系列利好的经济数据及美国暂不继续推行宽松货币政策,都会刺激期现货市场。

“无论从宏观经济面还是供需基本面看,散装油脂市场依然存在上涨空间。在散装植物油价格不断走高及需求低迷的大背景下,小包装植物油涨价实在是‘无奈之举’。两大品牌涨价后,估计其他品牌的植物油也会跟随,相继涨价。”张兰兰说。

## 花冠推出高端新品K8

## 鲁酒芝麻香再添核心成员

导报讯(记者 姜旺)在7日的花冠K8馥郁芝麻香济南品鉴会上,来自各地的酒界高手、领导嘉宾齐聚一堂,共同品鉴花冠重拳推出的高端新品花冠K8。作为芝麻香核心高端白酒,花冠K8在泉城揭开神秘“面纱”,正式向全国市场进军。花冠K8的降格,让鲁酒芝麻香阵营更具风范和权威性。

为何叫“K8”?花冠集团总经理刘念波揭开了谜底:“King翻译成汉语是‘王者’之意,花冠的‘冠’字也有‘王者’的意思,因此用King的缩写K来命名K6、K8、K9这一系列产品。花冠品牌基因里就含有‘尊贵的气质、王者的风范’,这组产品紧紧

抓住‘冠’字,把酒瓶创意成‘皇冠’,瓶身采用青瓷、青花瓷、彩瓷工艺,最大程度地诠释了民族特色,酒瓶本身就有很高的收藏价值。”

花冠集团董事长刘法来补充道,花冠K8是一款馥郁芝麻香型产品,以芝麻香为主体,兼有浓、清、酱3种香型之长,固有“一品三味”之誉。其酿造技术难度大、酿造要求条件高,堪称白酒中的贵族香型。

中国著名酿酒专家王金亮则从技术上介绍了K8的特殊性:K8由7种粮食酿造,其他白酒是5种;其特有的酒曲,添加了初夏时节的牡丹花瓣;窖泥采用麒麟诞生地独有的黄土铺底;原酒储存10年以上等。

## 阳台种菜既环保又健康

## 高菜价“催火”低碳城市农业

◆导报记者 吕文 济南报道

居高不下菜价让都市人连呼“吃不起”的同时,也在想方设法地“自力更生”。经济导报记者近日调查采访发现,为了实现“自己动手,丰衣足食”,都市种菜族纷纷涌现;为满足人们对种菜高效、健康的更高要求,类似“阳台种菜机”的新产品也应运而生。

种种迹象表明,高菜价催生的低碳城市农业正蓬勃兴起。

## “自己动手,丰衣足食”

张萍是济南大学的一名退休教师,平时喜欢养花养草,可最近她却把一些花盆里的花草换成了韭菜、香菜、大葱和蒜苗。不仅如此,她还找来几个泡沫塑料盒子,装上泥土,也种上了绿叶蔬菜。谈及这样做的理由,她颇为无奈又略带调侃地说:“现在菜价这么高,低于两元一斤的寥寥可数,连香菜都卖到了15元一斤,不自力更生真是吃不起了。”

“自己动手,丰衣足食。”实际上,随着菜价的高涨,像张萍这样的都市种菜族正日益增多。这些市民在自家阳台、屋顶或门前,用花盆、破旧脸盆等器具盛满泥土,种上辣椒、萝卜等各种蔬菜,自给自足以减少买菜支出。

在济南英雄山花鸟鱼虫市场,导报记者发现销售菜籽和各种花盆的商家生意十分兴旺,韭菜、蒜苗等盆栽蔬菜受到不少顾客的青睐。一名摊主告诉导报记者,由于春节后菜价居高不下,现在询问和购买菜籽、花盆的顾客比年前明显增多,其中不少是年轻人。种菜人数的增多,还带动了铲子、喷壶、肥料甚至是活蚯蚓的旺销,让相关商家赚了个盆满钵满。

7日,导报记者在Google输入“阳台种菜”检索,竟然得到260万余条相关信息;在淘宝网,有关“阳台种菜”的工具和书籍等产品也是琳琅满目,简直可以组成一个城市农业的产业链。

## 低碳城市农业浮出水面

不过,用花盆搞“阳台种菜”毕竟效率较低。导报记者发现,为适应

市场需求,一些阳台种菜的专用设备开始登台亮相。

值得一提的是,山东省科学院的有关专家日前也介入到低碳城市农业领域,开发出简单实用的阳台种菜机,一个阳台因此可以拥有一分多地的“特供有机菜园”,不仅低碳、环保,而且绿色、健康,受到了市场的欢迎。

发明这种阳台种菜机的,是山东省科学院科技发展研究所研究员吕兆毅。导报记者日前在他的办公室和家里看到,这种阳台种菜机由多层半圆形的PVC管材组装而成,管材内放置有机基质,机器底部有水箱,通过水泵进行自动滴灌。种菜机内种植的油菜、韭菜、蒜苗等蔬菜长势十分旺盛,据说可以种植上百种绿叶蔬菜,连人参、荆芥等药用品也可以种植。

据了解,这种获得国家专利的阳台种菜机采用有机基质,可以实现无土栽培。有机基质由秸秆、牛粪、鸡粪等粉碎发酵制成,经过高温消毒,使用起来健康、安全,也无异味。平时,既可以通过水泵进行自动滴灌,也可以改用喷壶喷灌清水,不需要使用营养液,也不需要施用农药,比养花还容易、简单。

不仅如此,这种种菜机的产量还挺高。一台种菜机可种植叶类蔬菜120棵,特别适合种植有机韭菜,种一次长4年。一个阳台可摆放8台,可种植近1000棵蔬菜,等于拥有了一分多地的“特供有机菜园”。

在吕兆毅看来,采用阳台种菜机不仅可以减少燃烧秸秆带来的环境污染,避免农药对人们造成的健康伤害,而且可以满足部分城市居民的消费需求,契合了低碳城市农业的发展方向,因此具有良好的发展前景。据介绍,这种种菜机还可以放在窗台和楼顶,只要有阳光,种植的蔬菜就可以茁壮成长。

济南社科院经济研究所所长王征则表示,近日我省启动的“城市绿荫”行动中,“屋顶公园”的建设是一个重要的组成部分,仅济南市今年就要“空中造绿”5万平方米,这无疑为发展低碳城市农业提供了难得契机,类似阳台种菜机这样的设备完全可以大显身手,为美化城市空间做出一份贡献。

## 不忽视任何一个风险监测——蒙牛乳业生产链见闻

近期,国务院办公厅下发的《2012年食品安全重点工作安排》中,“深化乳制品风险监测”再度被列为重点。如何从源头抓起,确保国人饮用安全奶?记者走访蒙牛乳业集团发现,为全面提升消费者信心,蒙牛正下大力气投入加强管理,对接国际标准来保障更高品质。

原奶检测,是生产出质检牛奶的第一关。记者跟随一辆送奶车抵达于呼和浩特市和林格尔县的蒙牛四期工厂。化验员告诉记者,目前国家规定的原奶必检指标有11项,但为确保原奶品质,蒙牛的原奶检测目前包含理化、微生物等36项必检指标。

按照国家规定,原奶的抗生素检测只须抽检即可,但在蒙牛,这项检测已

被列为批批必检项目。仅此一项,全年增加的检测费用就将达到几千万元。据了解,2012年,蒙牛在原奶和成品检测上的总体资金预算达到了3.5亿元,按销售额占比近0.9%,是国际行业平均水平0.4%的两倍以上。

就在记者走访蒙牛集团总部的当日,世界最大的乳品企业之一——新西兰恒天然公司的专家小组也刚刚结束对蒙牛为期2天的走访。双方决定将在两周之内组织一支包含了恒天然各方面专家的国际团队进驻蒙牛,用几个月的时间全面调研,从产业链的每一个环节入手,比照国际标准,针对蒙牛设计一份质量安全控制改进方案。

近几年,在全国进行奶源布局。从

香港联交所公布的年报和其他财务资料可以看到,近年来仅蒙牛自身用于投资、参股和扶持牧场建设的资金累计已经达到40亿元。被称为“青城第一牛人”、拥有几千头奶牛的昭君牧场的创办者崔志刚,先后得到的蒙牛的贷款和借款总计就达到了三千多万元。蒙牛每天收购的牧场原奶超过8000吨,这些原奶就来自2500个崔志刚这样的牧场和牧场化小区。

中国乳制品工业协会理事长宋昆冈认为,对这些牧场,企业有一整套严密的技术服务和质量管控体系,并经过多年的规范化运营,牧场原奶的品质和安全的可控性已经有了相当的保证,目前奶源主要的风险还是来自分散饲养

的奶户。

为了保证品质受到更广泛的监督,蒙牛已经与中国检验检疫科学研究院签订了合作协议,中国检科院将联合全国11家具备检测资质的机构,每月对蒙牛在各地市场上的产品进行随机采样和独立检测,并将结果及时登载在检科院的网站上,向社会公开。

除了引入社会监督之外,在日常检测方面,蒙牛已经将原奶和成品的检测分立为两个独立的部门,在关键指标上交叉检验,相互监督。质量管理中心负责人叶峰表示:“让质量监控透明公开,确保企业的质量安全居于绝对优先的战略地位,是保障产品品质、防范风险的重要保障”。

## 全新 LAND CRUISER 200 兰德酷路泽焕然上市

近日,一汽丰田汽车销售有限公司(以下简称一汽丰田)正式推出了全新LAND CRUISER 200 兰德酷路泽(以下简称LC200)。

LAND CRUISER 品牌自1951年诞生以来,已享誉全球60余年。而LC200更是将LAND CRUISER 品牌发扬光大,不仅传承了丰田的品牌活力和经典设计,更诠释了“四驱之王”的全新风范。自2007年底登陆中国市场,LC200便以硬朗外观、先进技术、豪华配置及卓越的越野性能,成为高端SUV领域的代表车型。

进入市场的近5年来,LC200不

断依据市场需要进行产品优化,推出改款车型,以更为突出的产品性能满足了消费者更高、更多样化的需求。正是基于自身尊贵的气质、不断提升的产品力和创新进取的精神,LC200在销量及口碑上双双引领高端SUV市场,并当之无愧地成为新一代的“四驱之王”。

此番改款,将使LC200产品优势更为突出,从而以更为锐利、霸气的外观和强劲的动力操控给消费者带来更为舒适、安全的驾乘乐趣,以及更为酣畅淋漓的专业越野体验,必将赢得更多消费者的青睐。