

古越龙山提价恐掀黄酒涨价潮

商报讯(记者 李冰)昨晚,黄酒龙头企业古越龙山发布公告称,鉴于黄酒的市场状况和产品原辅材料价格上涨,该公司决定自2012年1月1日起上调普通瓶装酒主导产品的出厂价,包括:清醇低度系列;3年陈、5年陈、6年陈全系列;8年陈、10年陈主销产品,涨幅平均约为5%-14%。同时,该企业还表示,以上产品价格上调会对其2012年销售收入产生积极影响。

对此,行业分析人士则指出,古越龙山作为行业的龙头企业,提价具有引导作用,接下来各黄酒企业会跟风提价。同时,在白酒企业原来就涨声很高的情况下,黄酒涨价,呈现出“按下葫芦起来瓢”的窘况,或许不利于职能部门对酒类市场价格的调控。

今年4月及9月,发改委两度约谈酒业协会及白酒企业代表,强制要求酒企“不能再涨价”,但是这两次约谈中均未涉及黄酒企业。

当当网正式陈兵电子书

商报讯(记者 张绪旺)在酝酿大半年后,当当网昨日正式宣布本月21日上线电子书平台——数字书刊。另有消息显示,当当网有明年进入电子书硬件终端的准备。

据了解,当当网电子书平台不仅包括正规出版读物、报刊杂志的电子版本,同时还涉及视频、漫画等产品。当当网表示,“数字书刊”频道首批上线的正版图书将达到5万册,同时90%的图书单价在纸质版本的3折左右,不超过10元。

据悉,当当网已经与中信、接力、磨铁等上百家出版社和出版公司达成合作。分管数字出版业务的副总裁易文飞透露,“电子书的出售价格中,采用六四分成的模式,出版机构获得六成,当当网四成。当当网不会和作家直接发生联系”。

今年上半年,李国庆逐步暴露进军电子书领域的野心,并在不同场合向电子书硬件厂商隔空喊话:“电子阅读终端价格应该再降50%。”目前,其主要竞争对手京东商城也在布局电子书业务,而传统电子书厂商汉王和盛大文学从硬件到内容一直争夺激烈。

松下时隔六年重返海外手机市场

商报讯(记者 金朝力)在退出国际手机市场六年后,松下集团旗下“松下移动通信”昨日宣布将于2012年3月面向欧洲市场推出智能手机。另松下也计划在中国和中美南美市场出售智能手机,目标为2015年度将全球智能手机销售量扩增至1400万台。

这也是松下时隔六年之后重返海外手机市场。松下曾是日本国内手机市场的一支重要力量,但是一开始则低估了智能手机市场的发展潜力。直到今年松下才在日本推出其首款智能手机。

业内网站科技讯相关负责人李忠存认为,松下进军海外手机市场似乎是在缩减电视机业务规模后,希望找到某个业务来形成补充。但推出智能手机似乎与松下当前的战略并不相符,这家公司已将其战略重点从消费电子领域转移到环境和能源技术领域。

搁置两年 确定操作新方向

健力宝重启“二次创业”路

商报讯(记者 李冰)虽然还没有完全走出奥运金罐造假的丑闻漩涡,但曾被称为“民族饮料第一品牌”的健力宝似乎已在酝酿着更大的市场动作。全国招揽经销商、进入北京地铁打广告、借助网络视频勾起“80后”怀旧情……这一切都像是健力宝在为自己“二次创业”回归市场而铺路。

近日,名为《寻找80后的纪念馆》的健力宝宣传视频在网络上热传,借助当下最流行的传播方式引爆了“80后”一代人对健力宝的怀旧情愫。随后,《健力宝向老男孩和正在奋斗的女孩们致敬》的宣传广告也开始出现在北京地铁的车厢广告上。

“健力宝还在生产吗”、“健力宝又回来了”等疑问充斥在消费者心间。记者昨

日分别致电健力宝北京业代处及京津唐分公司,相关负责人对此不置可否,只承认近期健力宝在扩展。而健力宝公司总经理助理陈维坚则向记者表示,相关问题归企划部负责,自己未被授权回应。而企划部的电话则始终无人接听。

虽然健力宝方面对此均讳莫如深,但是从近期的举动上便不难发现一些“二次创业”的端倪。据了解,自夏季开始,健力宝已经在京、沪、穗、深等城市再度“屯兵”。而且,就在今年10月举行的全国秋季糖酒食品交易会上,健力宝即派出强大的阵容亲临一线市场,商谈合作事宜,全力招揽经销商。

健力宝可谓是成就传奇却走向衰落最极致的民族品牌代表。1984年,健力宝因赞助中国奥运体育代表团远赴美国参

加洛杉矶奥运会而名声大噪,并迎来企业发展的爆发期,并在此后的15年间,一直是“民族饮料第一品牌”。不过,随着股权腾挪的变数,两代掌门人的先后入狱,以及疯狂扩张留下的后遗症,健力宝在越来越多竞争对手加入的饮料市场每况愈下,并逐渐销声匿迹。

事实上,这已经不是健力宝的第一次回归。2009年,统一企业在继2005年全资并购健力宝贸易公司后,曾对健力宝增资3亿元,以强大的资金支持,助其加緊布局北京、山西、山东等多个省市的经销渠道,期望重拾健力宝昔日的辉煌。但是从目前的市场反应来看,当时的大手笔回归,如石沉大海,并未在竞争激烈的饮料市场产生一丝涟漪。

而此番重启“二次创业”计划,能否

如愿?据知情人士透露,在时隔两年的时间后,健力宝目前的操作模式方向已经基本确定,在思路清晰和目标明确的基础上,健力宝找寻经销商的标准和经验亦不断丰富。

中投顾问食品行业研究员周思然分析认为,虽然健力宝曾经拥有强大的品牌号召力,但这些都因时间的流逝和年轻化消费群体的成长而有所减弱,“健力宝复出前景不容乐观”。

对于健力宝回归后将面临的困难,周思然指出,目前饮料市场已经拥有两大可乐、康师傅、统一、娃哈哈等一批优秀的品牌,健力宝复出之路必将受到这些巨头的正面竞争;相比而言,健力宝在产品价格、企业营销观念、人才队伍建设等方面均无太大优势。

惠普“反悔” 宣布保留WebOS业务

实行开源政策正面交锋Android

商报讯(记者 吴辰光)原本计划对WebOS业务停止运营的惠普如今又开始动摇。昨日,惠普不仅宣布将该业务保留并且实行开源政策,同时还决定再一次低价销售TouchPad平板电脑。

此前,惠普在推出基于WebOS系统的平板电脑TouchPad没多久,就宣布停止对WebOS的运营,这一决定立刻在业界引起轩然大波。惠普对此的解释是WebOS业务的利润越来越低,不再将这两项业务视为重点。

然而,就在惠普准备放弃这个业务,并将TouchPad平板电脑的售价大幅调低到99.99美元后,却又有了意外的结果。该平板电脑大受追捧,并迅速销售一空。或许是无心插柳柳成荫,这一情况连惠普都没有预计到,但这样一来惠普对之前的决定反而开始动摇了。

惠普CEO惠特曼昨日对外宣布,惠普将会保留WebOS操作系统,并将其推

向开放代码社区。惠普在将来还会继续对WebOS提供支持,但是在今年不会再推出WebOS平台的硬件产品。

对此,分析人士表示,惠普希望通过开源的方式来加强WebOS的开发能力,来改善下一代WebOS设备的应用体验与Web服务。但是惠普挽救WebOS的努力可能很难见效,在开源软件平台,已经有了Android平台,Android拥有围绕它出现的庞大的开发者生态系统,而且得到了全球用户的喜爱。无论是在平台的应用数量和产品的市场占有率上,WebOS与Android相比都不具备足够的竞争力。WebOS即使变成开放的平台,也很难获得更多的吸引力。

去年,惠普以18亿美元的价格收购了Palm并且得到了WebOS平台,希望借此来打造自己的产品生态圈,但是惠普不是苹果,在WebOS平台推出之后就出现了各种问题,受到了各方面的质疑。

宝钢率先发布1月价格 平盘为主

国内钢价2012年涨势开局愿望落空

商报讯(记者 肖玮)刚刚经过“金九银十”钢价逆势大跌,中国钢企期盼价格在2012年有个开门红的愿望又落空了。昨日,一向有行业风向标之称的宝钢公布了明年1月价格政策,与往年多数时间上涨不同,今年平盘为主的价格给本就疲弱的钢市又蒙上了一层阴影。

作为大型钢企发布的首份2012年价格政策,宝钢此次除了将冷轧和电镀锌小幅上调100元/吨,取向硅钢上调200元/吨外,其余板材品种均维持12月不变。对此,联合钢铁网分析师胡艳萍认为,国内钢市进入11月以后持续弱勢震荡运行,上下均两难。一向紧跟市场而行的钢厂出厂价格政策也因此缺乏提价基础和动力。

事实上,进入2011年9月,人们没有等来预期的“金九银十”,却突然迎来了钢价的全面暴跌,甚至连前期坚挺的冷轧系列品种也被卷入了下跌的洪流中。

至此,钢市提前入冬。

而11月以来钢材市场虽没有继续快速下挫,但除了螺纹与热卷这两大基础品种价格略有反弹外,其余品种价格水平继续下移,其中镀锌、无取向硅钢更是创下年内最低。与此同时,无论是汽车还是家电,行业景气均处于低谷,钢铁行业主要下游企业大批量备货意愿不强。由此也可看出,钢企并不具备全面大幅提价的资本。

随着宝钢价格政策尘埃落定,业内人士预测鞍钢、武钢等主导钢厂1月价格政策也将陆续浮出水面,并且总体都将以平盘为主,同时对部分品种进行微调。值得注意的是,由于近期钢材价格一直没有起色,导致10月我国大中型钢企利润率仅为0.47%,创下历史新低,而11月和12月盈利状况也不乐观。在此艰难处境下,未来钢价走势牵动着整个行业的敏感神经。

SIMPLY CLEVER
专于智 慧于行

ŠKODA

用经典
记录生活之美

- 购昊锐1.8TSI/2.0TSI车型,尊享徕卡V LUX30相机,参与昊锐徕卡摄影沙龙活动
- 购昊锐全车系,参与抽取布拉格浪漫之旅幸运名额,探寻斯柯达百年魅力
- 同时或可尊享2年0利率金融购车方案



TSI全系

涡轮增压缸内直喷发动机

PLA

智能泊车辅助系统

AFS

随速自调双氙气一体式大灯

TWINDOOR

双段开启行李厢

ESP

电子稳定系统

HHC

坡道辅助控制

TPMS

胎压监测系统

SOLAR

太阳能天窗

CLIMATRONIC

双温区全自动空调

AQS

空气质量监控系统

1.4TSI+DSG 车型

再次荣膺3000元

国家节能惠民补贴殊荣

节能环保

ŠKODA
斯柯达

生活之美,俯仰皆是,斯柯达昊锐伴您一路用心发现。即日起至12月底购买昊锐1.8TSI/2.0TSI车型,即可获赠徕卡V LUX30相机一部,并参与徕卡摄影沙龙活动,让您时刻捕捉每个美好瞬间。同时或可尊享2年0利率金融大礼。购1.4TSI立享5000元保险豪礼或2年0利率优惠。全车系还能抽取布拉格之旅幸运名额,一起探寻斯柯达故乡魅力。详情请洽当地经销商。

*上海大众有在法律法规允许的范围内作出相应解释和调整。

ŠKODA 昊锐 内蕴实力 成就非凡

*若用户对此有任何疑问请及时拨打400 820 1111电话予以咨询 斯柯达品牌官方网站 <http://www.skoda.com.cn>上海大众汽车
SHANGHAI VOLKSWAGEN四川斯达 010-62958998
北京支店 010-51193188君悦达 010-88915888
北京万通 010-87504818三昌达达 010-64339966
经销商排名不分先后

运通博达 010-67861777

中润发 010-87395559

上汽安吉斯涛 010-84915066

青星 010-69059988

北方福瑞 010-82336060