

编辑 肖玮 美编 贾丛丛 责校 池红云 电话:84285566-3222 kuaixiaogao@163.com

冬不冬储? 钢贸商今年很头疼

“年前趁低价冬储，年后逐渐推涨”是钢贸行业沿用多年的模式，但由于近两年来惨淡的市场环境，到底是否冬储变成了让钢贸商十分头疼的难题。今年入冬以来，钢贸商对于囤货的意愿冷淡再次引发行业关注，这一状况也折射出业内对于明年行业前景较悲观的心态。

储与不储

据了解，每年11月至来年3月间都属于建筑钢市场的淡季。北方冬季天气寒冷，导致建筑工地开工减少，钢材销售下降，钢贸商则会趁低价囤货，期待开春后工地复工带动钢价回暖。不过，越来越多的钢贸商因担忧明年钢市继续不振，纷纷表示不考虑进行冬储或大幅削减储量。

有钢贸商坦言，买家采购积极性不高，采购量明显减少，不少钢贸商为了促销推出了各种优惠政策，有的商家甚至对客户承诺“后付款，先发货”，不过实际效果不佳。“其实，钢贸商的心态始终处于纠结之中。由于市场前景颇为迷茫，到底进不进行钢材冬储、什么时候开始冬储都难以决断。”天津友发钢管集团总裁助理韩卫东曾表示。

“目前，我们还没有这方面的计划，因为此前钢市连续遭遇‘倒春寒’，明年开春预计钢价也难有明显起色。”淄博一家不愿具名的钢贸企业负责人告诉北京商报记者。事实上，无冬储计划的不仅仅是淄博钢贸商。卓创资讯钢铁分析师就曾公开称，“根据我们的调查，目前，市场上超过半数的钢贸商明确表示今年无冬储计划”。

需求低迷资金紧张

我的钢铁网分析师指出，随着行业调整、资金趋紧等多方面原因，至今年11

月底，仅哈尔滨有冬储动作，其他城市库存连创新低，现有库存量过两万吨的钢贸商也是屈指可数，与2008年金融危机相比，商家现在更加谨慎。

据悉，从钢价方面来看，当前市场价格已跌至五年来最低水平，在银行不断收紧贷款的大背景下，钢贸商资金用量变小。同时，不少钢贸商看空后市行情，不敢向钢厂订货，也不愿囤货，认为从12月起到明年清明前是“空仓期”，需求将明显减少，现在订货放在仓库里，资金被占用，利息也损失不少。

明年行业压力更大

“经历了几次失败的冬储之后，以及整个行业发展明显降温，更多的钢贸商趋向理智，毕竟行业暴利时代已经过去。2014年即使有节能减排等利好信息作为支撑，但钢产量居高不下是不争的事实，囤货推涨心理已经不可取。”我的钢铁网分析师指出。

总体来看，在种种不利因素的影响下，今年冬储分外冷清。而这自然加大了钢厂及钢贸商的销售压力。此前，中钢协副会长张长富透露，今年1—10月钢铁主业利润实际上只有5.54亿元，平均吨钢利润为0.84元，买不了一瓶矿泉水。业内普遍认为，从目前钢市的低迷状况看，明年钢铁业恐难摆脱生存困境。

加多宝再携《本山选谁上春晚》

12月8日，辽宁卫视官方消息透露，加多宝再次独家冠名《本山选谁上春晚》栏目，而在此之前，加多宝曾一举冠名了央视春晚、元宵晚会、湖南卫视跨年演唱会等多场重磅好戏，成功抢占了优势媒体平台，并且“过吉祥年喝加多宝”主题广告已于12月2日全面上线，率先打响了春节营销战。

相关人士在接受采访时表示，加多宝从携手央视、湖南卫视的最优质资源，再到冠名东北地区最火的《本山选谁上春晚》的手笔，展现了行业领导者“大平台，大品牌”的营销视野。对于眼光独到、节目选得精准的加多宝势必会再次演绎春节营销的“神来之笔”。

据悉，《本山选谁上春晚》作为辽宁春晚前的一档重量级娱乐节目，不仅传递出了浓浓的节日喜庆气氛，同时给观众带去的是无限的欢乐。其中，赵本山及其徒弟无疑是给观众带去欢乐的最强拍档，而节目的喜庆氛围搭配加多宝的红罐凉茶也是相得益彰，年味十足。

“我们之所以再次携手辽宁卫视，一方面《本山选谁上春晚》栏目原汁原味的东北文化与加多宝正宗凉茶品牌内涵相匹配，都是树立正宗榜样；另一方面，从2004年开始，加多宝便一直坚持做节庆营销，春节前夕携手辽宁卫视将延续加多宝喜庆、欢乐的诉求，向东北消费者送上新春的祝福。”加多宝品牌管理部副总经理王月贵在接受记者

采访时表示。

“12月11日开播的《本山选谁上春晚》更值得期待，届时加多宝的销售一定会再创新高。”沈阳沃尔玛长青店饮料区负责人透露，加多宝凉茶目前已成为许多人的饮料消费首选，不少消费者都是在去年看了加多宝冠名的《本山选谁上春晚》后点名购买加多宝凉茶。

相关人士指出，加多宝在春节前夕再度携手辽宁卫视，在给东北消费者带来新年祝福的同时，也借此拉升加多宝东北市场舆论热度，将大大促进加多宝凉茶的节日市场销售。

事实上，从加多宝携手湖南卫视、央视、辽宁卫视的最优质资源可以看出，节目冠名刚好贯穿南、中、北，覆盖全国，将进一步夯实加多宝作为凉茶领导者在春节消费市场的影响力。

该人士继而表示，加多宝继去年跨年营销战大捷后，再次祭出营销组合拳，通过高权重的大平台实现和消费者的互动，抢占春节消费市场先机，全力打造春节营销最红火的“正宗好礼”。

对此，舆论认为，加多宝在跨年之际整合了诸多优质且有影响力的媒体资源，将为消费者送上好看、好听的春节连台好戏，不仅彰显了加多宝凉茶领导者地位和当之无愧的饮料行业领先品牌，更延续着专注凉茶17年来的营销传奇。2014年对加多宝不仅是个营销大年，更是“凉茶中国梦”为之升华的一年。



张一元

茉莉花茶领导品牌

茉莉花茶

更多人喝张一元 张一元茉莉花茶

全国销量领先