

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月起至明年清明前是“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,但钢产量居高难下是不争的事实,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,中钢协协会副会长张长富透露,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、辽宁卫视的最优势资源可以看出,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红火火的“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