

“双氰胺门”难改奶业市场格局

未来5年,洋品牌将继续保持垄断地位



■ 本报记者 范丽敏

自日前新西兰乳业巨头——恒天然集团部分批次乳制品被曝出含双氰胺残留后,“新西兰奶粉”销量大幅下滑。

有分析认为,“双氰胺门”或将有助于消费者回归理性,对国产奶粉是一种利好。

对此,多位接受记者采访的业内人士则认为,不要盲目乐观。

**“新西兰奶粉”销量大幅下滑**

自恒天然集团部分批次乳制品被曝出含双氰胺残留后,雅培、雅士利等多家奶源采购自该公司的奶粉企业“惹祸上身”。

一直宣称“新西兰奶源”的雅士利在官方网站上挂出声明称:“经与新西兰原料供应商确认,检出双氰胺残留的少量批次产品,并未供应给雅士利,确保产品安全合格”。

与此同时,雅培、惠氏等乳业巨头纷纷发表声明称,产品中并没有检出双氰胺。

尽管众多乳企纷纷与“新西兰奶粉”撇清关系,并仍在北京各大商场超市正常销售,但记者通过调查获知,“新西兰奶粉”销量已大幅下滑。

作为新西兰奶粉进入国内的一个重要渠道,网上的新西兰奶粉代购生意受到直接冲击。淘宝最新数据显示,最近7天,“新西

兰奶粉进口”的成交指数环比下降50.9%,与去年同期相比下降61%。从1月27日起,反映成交趋势的淘宝“成交指数”对于新西兰奶粉的“评级”就降到了“0”。

一位专门经营海外奶粉代购生意的店主告诉记者,“新西兰奶粉”日销量减少了一半,不少买家都转而购买欧美生产的奶粉。

“我家孩子喝的是可瑞康奶粉,是从新西兰直接进口的。本来想着新西兰奶源有质量保证,但这次又出现了‘双氰胺门’事件,真不知道往后应该给儿子喝什么?”在北京乐友国瑞城店,一位女士愁眉不展地告诉记者。

乐友国瑞城店销售人员说,最近来买“新西兰奶粉”的人确实少了不少,但他们没有接到要下架或是退货的通知。

**未来5年奶粉市场仍被洋品牌垄断**

对于“双氰胺门”事件的影响,中投顾问食品行业研究员向健军认为,一方面,双氰胺事件再次让奶粉安全问题进入人们的视野并引起广泛关注,对国内乳业也敲响警钟,国家会持续加强对产品质量的监管,对国内企业来说存在一定的压力;另一方面,“洋奶粉”存在质量问题,会让人们对其认识更加理性,同时,国家也会加强对所有进口乳制品的全面检查,这对国内一些自建奶源、质量有保障的企业来说,有一定利好。

不过,在乳业专家王丁棉看来,国内乳品企业不会一下子就能打赢“翻身仗”。未来5年内,乳品行业的格局不会改变,洋奶粉仍将继续垄断中国市场。

“双氰胺事件在新西兰并没有引起恐

慌,在中国却闹得沸沸扬扬,这就从侧面反映出,三聚氰胺事件的阴影在消费者心中仍挥之不去。”王丁棉说,三聚氰胺事件和双氰胺事件最根本的不同是,前者是人为的,属于商业道德和诚信问题,而后者只能说是个生产事故,恒天然和新西兰政府在事件处理方面也十分积极。因此,中国乳企要想打赢“翻身仗”,必须自立自强。

首先,当务之急是要彻底妥善地解决好消费者对国内奶业行业、乳企及产品的不信任这一“头号难题”。整个行业都应围绕这一工作重点施行相应策略。就乳品企业而言,千万不能再出现牛奶质量安全事件,必须诚心地接受各方面的监督。

其次,从源头上提高中国奶牛养殖水平,处理好药物、添加物规范使用、饲料质量保证、家庭规模牧场养殖方式等中国奶业深层次的问题。

再次,中国奶业发展要克服急功近利的思想,特别是一些大型企业,不能一味讲究发展速度而不重视发展质量。

最后,国内企业应该有“内忧外患”的意识,不能指望跑到国外去投资办厂、抢奶源和100%原装进口等逃避国内的行业危机。

同时,企业还要解决好种养结合与平衡发展的问题。中国的可耕地土地资源较少,这决定了中国奶牛养殖业必须以实行布局合理化为发展方向。只有这样,才能有效地解决牧草饲料的有效供应而不使其他地区的饲料资源被浪费。

特别报道

中国有潜力继续扩大全球出口份额

**本报讯** 汇丰银行环球研究部门最新发布的报告称,未来,中国有潜力继续扩大其全球出口份额,由于中国出口占全球份额仅为其劳动力占全球份额的一半,城镇化是释放增长潜力的关键。

“人们对中国存在两大误解,”汇丰在2月4日发布的中国宏观经济报告中指出,“第一,中国经济依赖出口;第二,中国的出口竞争力在下降。”

数据显示,中国名义货物出口占GDP的比率现仍高达25%。而汇丰认为,这是一个统计中的误区:制成品价格中有一大部分是进口零部件的价值,所以,中国的出口总值被夸大了很多;根据OECD的贸易增加值数据,去除在中国没有附加值的货物,出口实际上占中国GDP的18%;去除加工贸易后,中国经济实际上对出口的依赖度比表面上看起来要低得多。

而对于中国出口竞争力下降的质疑,汇丰指出,由于人口结构的变化及劳动力成本的上升,中国的制造业丧失了部分竞争力,

工资上涨与外需疲弱在同时挤压利润。而尽管如此,中国出口商在压力下生存状态保持良好——低成本厂商持续受益于规模经济和质量的差异化,与此同时,中国在高附加值产品上的竞争力正在加强。

汇丰预计,未来几年,全球需求依然会保持疲弱,短期内这会抑制出口的增长。但经过低迷期后,未来,中国有潜力继续扩大其全球出口份额,尽管出口并非中国唯一的动力。鉴于中国拥有全球20%的劳动人口,却仅占全球出口份额的10%,这一潜力将随着中国内陆省份工业化和城市化的推进而得以释放。随着更多的内陆城市代替沿海地区走向国际市场,成为中国新的增长动力,中国将在全球贸易中赢得更多的份额。 (苏 晨)

出口警示

国外企业争夺中国中档服装市场经营“廉价”时尚大有可为



■ 本报记者 袁远

多年以来,Liz Claiborne Inc.这个中端品牌的许多服装都在中国生产,但其并没有考虑在中国市场大范围销售这些服装。如今,服装工业正在经历一场巨变,包括Liz在内的许多美国、欧洲等中端服装制造商正在悄悄进入中国这个世界上人口最多的市场。

**国外中档服装在华销量猛增**

去年,西班牙 Inditex 集团旗下的ZARA销售量增势迅猛,尤其是在中国,已成为时尚消费的领军品牌。这家市值高达138亿美元的公司自2000年以来,无论在销售额、利润率,还是在开店数量上都翻了数倍。这也让它日益逼近美国的Gap服饰集团,向世界最大服装零售商迈进。

列维公司(Levi Strauss & Co.)亚太区总裁约翰·安德森(John Anderson)表示,中国已成为其业务发展最迅速的地区。尽管现在销售额较低,但安德森预计,中国在5年内将占据公司40亿美元销售额的15%左右。

记者在一家瑞典二线男装品牌“金林德伯格”店里采访时发现,虽然店里的客人并不多,但店内精彩的服装设计和店员专业、有亲和力的服务都给人留下了深刻的印象。

**时尚样板**

尽管外国中档服装品牌不具备吸引中国新贵阶层的价值,但高档品牌仍曲高和寡,让一众国际服装企业不得不在中国走大众化路线,经营G2000、Uniqlo、Topshop & Topman和Fox等多个服饰品牌、分店超过130家的永泰控股零售部(Wing Tai Retail)执行董事张德表示:“我们会在品牌定位、产品和零售价方面做区分,确保不重叠,尽量做到成为品牌或该产品领域的第一。”

西班牙品牌ZARA一位店长告诉记者,他们每开一家新店都要经过西班牙总部的层层审查,无论是店面设计还是服装陈

列,都需要拍出实物照片,申请总部的通过,才能让新店顺利开张。

除了销售相对廉价、紧随潮流的服饰外,Inditex还遵守一条铁律:严控供应链的每个环节。正是这条铁律让ZARA服饰从最初的设计到最终摆在店面上的时间缩短为两周。

英国《卫报》曾发表了一篇名为“H&M是怎样统治了这十年的”的文章,指出H&M与高端时尚品牌联合推出客座设计师系列的举动,使得H&M成为这个时代的潮流风向标。“H&M廉价也变得值得拥有。在今时今日,这就是时尚。高级时装编辑都佳告告诉记者,这种中档时装品牌和高端品牌合作的策略,能迅速提高中档品牌的市场吸引力,这告诉消费者,他们以中低档的价格出售高档的设计。

**无法进行炫耀性消费?**

一直以来,生产中档服装的外国企业对中国持谨慎态度——他们的理由十分充分。和奢侈品不同,由于市场上有许多低价位的中国本土竞争者,其中档市场的利润很低。曾在中国H&M工作的Maggie告诉记者,为了躲避高额进口税,有些公司将产品先运到中国香港,然后再运到内地,这导致成本上升。尽管许多公司在中国生产服装,但由于在国内销售困难重重,他们会很快将服装出口到国外。

“购买这些品牌的服装不能说明‘我很富有’,即使是外国中档品牌,与本地类似产品相比,仍要贵得多。”不乏有中国消费者如此抱怨。分析师表示,除去支付进口税,高价政策也是为了吸引中国消费者的注意。万事达卡国际组织经济学家王月魂认为,尽管这个策略对高档品牌有作用,但对二级品牌却可能招致相反的结果,使中国的新贵阶层无法进行炫耀性消费。

商情聚焦

风向标

**缅甸橡胶出口中国月超7000吨**

今年1月,缅甸经边境口岸共向中国出口了价值2085.4万美元的橡胶7440吨。其中,1月的最后一周分别经木姐、清水河与雷杰口岸向中国出口的橡胶就达2610吨,价值742.3万美元。

**中国出口机车运抵阿根廷**

阿根廷内政与交通部长兰达佐日前视察了刚刚运抵阿根廷的2辆动力车组,这些机车是由中国南车集团为阿方设计生产的。兰达佐宣布,除已经运抵的2辆动力车组外,目前,还有20节客车车厢从中国港口发运,最终将共有24辆动力车组和160节车厢用于阿根廷首都布宜诺斯艾利斯市圣马丁线的改造更新。兰达佐同时还说,阿根廷还从中国南车集团采购了409节机车车厢,用于首都布宜诺斯艾利斯市萨米恩特线与米特雷线,首节车厢将于2014年3月交付。

**美国去年12月工厂订货环比增长1.8%**

美国商务部日前公布的报告显示,继去年11月美国工厂订货环比小幅下跌之后,去年12月,美国工厂订货环比增长1.8%。报告显示,去年12月,美国工厂订货比前一个月增加86亿美元,增至4848亿美元。商务部的修正数据显示,去年11月,美国工厂订货环比下降0.3%。

去年12月,美国工厂耐用品订货环比上升4.3%,增至2300亿美元;当月,非耐用品订货环比下降0.3%,降至2548亿美元。

**哈政府重视发展可再生能源**

日前,哈萨克斯坦总统中央联络局代表阿比布拉耶夫表示,政府在实施《哈萨克斯坦-2050》战略框架内将召开会议研究可再生能源发展问题,这对于实现绿色经济、工业创新发展和2017年世博会来说都很重要。而哈总理阿赫梅托夫将参与萨姆鲁克-卡泽纳基金会大范围会议,会上拟对2012年工作进行总结并提出2013年主要任务,主要议题是讨论节能问题和发展绿色经济。

**历经15载 老挝正式加入WTO**

日前,老挝正式加入世界贸易组织(WTO),成为该组织第158个成员国。过去15年,老挝一直在争取加入WTO,终于在去年10月完成所有谈判。老挝经济总量较小,年经济产出只有90亿美元,其贸易主要依赖与其相邻的中国、泰国以及越南。分析人士认为,加入WTO后的老挝投资前景看好。

**欧元区1月制造业PMI创11个月新高**

英国经济研究公司Markit2月1日公布最新数据称,欧元区1月制造业采购经理人指数(PMI)终值为47.9,好于预期值以及初值47.5,创11个月最高水平。数据显示,主要在德国制造业带动下,欧元区经济可能已经走出谷底。不过,欧元区制造业PMI仍连续一年半处于收缩领域。Markit首席经济学家克里斯·威廉姆森称:“尽管去年第四季度制造业拖累了欧元区经济,但最新数据提供了希望,即第一季度欧元区经济有望迎来转折。”

(本报综合报道)

**休刊通知**

尊敬的读者:

根据春节休假安排,我报社于2013年2月9日—2月15日放假,期间2月12日、2月14日、2月15日休刊三期,2月19日起恢复正常出版。

中国贸易报社  
二零一三年二月七日

中国公司供应激光管

公司:陕西电子大楼同维电子经营部

地址:陕西省西安市碑林

联系人:周春兰

电话:029-83780094

手机:18992821397

电子邮箱:bt\_pcb@163.com

(信息来源:商务部中国商品网)

罗马尼亚水电公司

Stejaru水电站翻新项目招标

罗马尼亚水电公司(Hidroelectrica)拟重新启动Stejaru水电站翻新项目国际招标,项目金额约1.1亿欧元。项目融资由欧洲复兴开发银行、Erste银行及Caixa银行组成的银团提供,各方融资额分别为7000万欧元、2000万欧元、2000万欧元。招标按照欧洲复兴开发银行的程序实施,分为资格预审和单阶段招标。Stejaru水电站建成于1960-1961年,年发电量43.5万千瓦时,总装机容量210兆瓦,装有6个弗朗西斯垂直涡轮机。

联系人:Mr. Aurel Cocioran

电话:0040-21-3032541

传真:0040-21-3032573

电子邮箱:aurel.cocioran@hidroelectrica.ro

(信息来源:中国驻罗马尼亚使馆经商参处)

中国公司长期求购饲料级原明粉

公司:自贡银铝贸易有限公司

地址:四川省自贡市自流井区

交通路5号

邮政编码:643000

联系人:王跃钢

电话:0813-2700869

手机:13909009739

传真:0813-2700745

电子邮箱:wangyuegang@yahoo.cn

(信息来源:商务部中国商品网)

也门商人欲采购土豆加工设备一套

也门商人希望从中国进口一套土豆加工设备,可实现对土豆的自动化清洗、切片(切条)及包装。有兴趣的公司可与该商人联系并报价。

联系人:Mr. Gamal Abubaker

电话:00967-734726589

电子邮箱:gbaker31@gmail.com

(信息来源:中国驻亚丁总领馆经商室)

(以上信息仅供参考)

供求信息