



# 首次主动降价 多美滋或挑起乳粉价格战



在国产乳粉企业逐渐崛起、外资品牌受恒天然事件拖累的市场环境下,多美滋率先以降价方式应对行业变局。

对于此次降价,多美滋方面对记者表示,产品降价主要是回馈消费者,至于降价给公司带来的成本压力,公司会在内部进行消化。

## 首次主动降价

据记者了解,主动降价,对外资乳粉企业而言多美滋此举在中国国内尚属首次。2013年因中国反垄断

调查,外资乳粉企业曾下调过部分产品价格。

近日,多美滋方面给予记者的一份降价材料显示,不久前上市销售的多美滋升级产品——精确盈养TM产品不仅配方升级,价格也比原产品(优阶TM)更优惠。其中,妈妈奶粉、二段和三段奶粉的最高降幅分别为18%、8%和10%。

此前,受恒天然事件影响,多美滋在华销售额大幅下滑,为了恢复市场销售和消费者信心,多美滋曾数次施招救市,但效果一般。为了尽快恢复市场份额,多美滋不得不使用降价这一“杀手锏”,而这也给乳业市场

带来了不小的震动。

不过,对于此次降价,多美滋婴幼儿食品有限公司总经理包博睿表示,“此次降价是为了继续兑现多美滋对于中国消费者的降价承诺,进一步给中国消费者带来优质实惠的产品”。

值得一提的是,2013年国家对于高端乳粉进行反垄断调查时,多美滋曾调整旗下十多款主力产品的销售价格,并承诺所有已经调价的产品在今后一年内保持价格不变。而据记者了解,精确盈养TM新品上市距离降价承诺还不到一年。

同时,多美滋还强调,作为刚刚升级的产品,新品虽降价但并不会减少配方。而对于此次降价持续的时间,多美滋方面表示,目前不方便透露。

国家发改委价格监督检查与反垄断局局长许昆林日前在例行新闻发布会上曾表示,发改委将持续关注和监督“洋奶粉”企业承诺和整改措施的落实,鼓励降价。多美滋主动降价也被视为是兑现当初的承诺之举。

## 或挑起价格战

在业内人士看来,多美滋此次降价还彻底打乱了外资品牌酝酿已久的涨价计划。

事实上,关于奶粉将要涨价的传闻不断,有些专家甚至预测国内奶企也会在2014年提高产品价格。而美素佳儿也率先在近日宣布对升级的产品进行调价,涨价幅度在8%至10%左右。

一涨一降之间,两个外资品牌在2014年伊始便摆出了各自不同的姿态。在业内人士看来,目前的市场环境下,美素佳儿的涨价很难带动整个行业上调价格,

而多美滋的降价则会给整个乳业市场带来价格上的“地震”。

乳业专家宋亮在接受记者采访时表示,“在美素佳儿宣布涨价前,很多乳粉企业也在酝酿涨价。但在多美滋主动降价后,他们短期内肯定不会选择上调价格。未来,惠氏、雅培等还可能跟风降价。由于目前市场竞争十分激烈,为了争抢市场份额,相信国内一些高端婴幼儿配方奶粉的价格也会出现调整。”

事实上,随着近几年消费者对国内奶粉信心的恢复及乳企的共同努力,国产婴幼儿配方奶粉的市场份额逐年增加。

虽然目前没有权威的数据可供参考,但据宋亮称,国产奶粉近两年来营收和销量均实现同比增长。“2012年,国产奶粉与进口及外资奶粉的营收比分别为40%和60%。但从销售量看,国产奶粉销量占60%,而进口及外资奶粉比重为40%。2013年,受多方因素影响,国产奶粉与进口及外资奶粉的营收各占半壁江山,销售量比例维持在2012年的水平。”宋亮表示,今年这一格局将发生改变,预计国产奶粉的营业额将占六成,大约800亿元。

而从已经发布2013年业绩预告的几家乳企来看,除了三元股份发布首亏公告外,其他几家乳企纷纷表示净利润将同比增长。

(夏芳)



## 苹果在华大力招聘 HTC等公司被“挖墙脚”

美国媒体称,苹果公司正在中国大陆和台湾新招聘数百名工程师和供应链经理人,以加速产品研发并推出更多品种的设备。

据美国《华尔街日报》网站日前援引消息人士的话称,苹果公司正从竞争对手宏达国际电子股份有限公司(HTC)和其他台湾地区科技公司挖工程师,来建设自己在上海和台北的团队。

报道称,苹果的招聘活动表明,该公司需要更多工程技术人员,与亚洲供货商在今后新款产品的零部件研发上进行合作,从而以更快的速度和更高的频率推出新品。在其部分供货商工厂状况遭到批评后,苹果也在增加其供应链经理人的数量。

## 国泰航空与卡塔尔航空达成策略协议

同为“寰宇一家”成员的国泰航空及卡塔尔航空日前公布,双方就营运往来香港—多哈的航线达成策略协议,今年3月30日起生效。

有关协议将为乘客带来连串裨益。国泰航空及卡塔尔航空将分别营运每日一班往来香港及多哈航班,为往来两地的乘客提供优质的产品与服务。

国泰航空行政总裁史乐山表示:“国泰致力发展往来中东地区的航线服务。我们很高兴能与‘寰宇一家’成员卡塔尔航空达成策略协议,并开设多哈新航线,为我们的顾客提供更完善的旅游体验。”

卡塔尔航空行政总裁Akbar AlBaker表示:“这项新协议可以为乘客带来更多优越服务,包括机场贵宾室服务以及额外的行李重量限额等等。这些都证明卡塔尔航空不懈努力,致力提供最优质的飞行服务。”

## 鹏博士牵手美最大电信运营商

鹏博士日前发布公告,公司近日与SPRINT Solutions Inc.(以下简称SPRINT)签署《非约束性意向协议》。双方拟为顾客提供多种服务,包括移动虚拟网络运营商(MVNO)业务以及其他共同关心的领域,而公司有意在美国成立一家新公司,负责开发、建设、运营和维护MVNO项目。

据介绍,SPRINT是美国最大的电信运营商之一,也是全球性的通信公司,主要提供长途通信、本地业务和移动通信业务。

鹏博士表示,公司拟通过与海外市场领先电信公司合作,成为全球范围的虚拟运营商,部署基于TD-LTE的4G网络移动虚拟运营服务能力,面向国际旅行者和华人社区提供基于“内容交换资源中心云平台”的互联网服务。目前公司正在开展合作的伙伴包括韩国电信和美国SPRINT公司。

(本报综合报道)



## 加多宝是摩羯座吗?

### ■ 大个儿

摩羯座“不鸣则已一鸣惊人”、“在沉默中爆发”的特质是十二星座中出了名的。

加多宝,你是摩羯座吗?一声不吭就跑去德甲“折腾”是要闹哪样?是要在现实中将“低调奢华有内涵”进行到底?

就在3月8日,经历了各种官司的加多宝才刚刚“安静”了一下就闲不住了——在德甲劲旅沃尔夫斯堡队主场挑战领头羊拜仁的赛场上,球迷,尤其是中国球迷看到了它高0.9米、长105米的全场LED广告,红底黄字相当抢眼。

以后看德甲,中国球迷甚至是世界球迷都不会“上火”了,因为加多宝此举明显是要把凉茶卖到世界赛场。而此前只在国内电视台中频繁亮相

的加多宝也借由在德甲赛场的“突然出现”,将其摩羯座“胸怀大志藏于内”的特点公之于世,使其“极富野心的内在”在世界市场上找到最好的爆发点。

而从营销角度看,作为全球观众最多的赛事,德甲在世界范围内具颇高人气,在国内更是积聚了千万拥趸。能在如此“高大上”的体育赛事中亮相,对于计划进军国际市场的加多宝是一次颇有意义的尝试。从任何角度来看,这都有利于其加速国际化布局,与世界饮料巨头共同分享全球市场。

但事有利弊。舞台大了,观众就多了。无数双眼睛盯着加多宝,自然任何一个失误都不可能放过,只能被“放大”。

无论是成为变形金刚“液态汽油”的舒化奶,还是刚刚在美国时代广场亮相的淘宝网,近几年,已经有无数中国商品争先恐后地挤上世界舞台“打广

告”。“名字”虽然叫得响亮,效果却至今仍有待观察。需要注意的是,广告做得好不如产品质量好。“面子工程”只是企业经营的一部分,而冲进国际赛场,则意味着企业产品的质量将经受更全面、残酷的考验。如果只是平地一声雷,砸了个坑之后就销声匿迹肯定不是企业的初衷。

所以,从这个意义上讲,想要国际化的加多宝要做的还有很多,不是一个小小的广告牌就能搞定的。当然,摩羯座不对现实抱幻想、踏实肯干的气质也不会纵容加多宝只做表面,想必加多宝还拥有“后手”吧。我们期待着!



## 阿里云与亚马逊及其盟友全球开战

据悉,除了CDN的全球布局及开放,阿里云也正在紧锣密鼓地筹建设计境外数据中心。但阿里云目前尚未透露境外拓展第一站的具体国家和地区。业内人士预测,阿里云很可能直捣亚马逊的大本营——美国,也可能选择辐射更为便利的东南亚地区。

CDN是大数据的“搬运工”,无论是云计算、移动互联网、物联网,都面临管道和访问问题,扮演着数字物流的角色,是互联网的基础设施之一。

相关数据表明,如果谷歌搜索的搜索结果提交慢了0.4秒,其一天的搜索量会减少800万次;网页响应慢0.1秒,运营成本每天增加100万美元。亚马逊的数据也显示,网页延迟1秒可能导

致全年损失16亿美元;移动页面加载时间时长超过5秒,74%的用户会选择离开。通过完善的CDN网络,可以实现更快速的访问。

阿里云作为全球最大的云计算平台之一,运行着几十万家电商网站、企业ERP、金融业务系统、电子政务、游戏、移动App等各类应用和数据。其全球的主要竞争对手为亚马逊。

在阿里云进入该市场前,国内经营该业务的主要有两家上市公司——网宿科技和蓝汛。网宿科技的另一个身份是国际巨头亚马逊云计算业务在中国的合作伙伴。阿里云的入场,势必将为市场带来更多的竞争压力。

(孙雨)

## 吉利收购英国电动车公司 布局新能源领域



### ■ 钟源 林远 方辉

吉利汽车新能源并购案“再下一城”。继今年2月1日,吉利汽车宣布按零现金/零债务模式以1104万英镑收购英国锰铜控股的业务与核心资产后,日前再次拿下英国电动车方面的研究公司Emerald Automotive(绿宝石汽车公司)。吉利内部人士称,自此,该公司将以累计超10亿元的投入,布局新能源领域。

全国政协委员、吉利汽车控股集团董事长李书福接受记者采访时称,在欧洲,沃尔沃汽车目前每年销量为20万台,市场总量为1200多万台;而沃尔沃去年在中国的销量为6万台,中国市场总量则是2000多万台。对于吉利来讲,并购沃尔沃汽车公司之后,随着今后中国消费者对汽车认识水平的提高,以及消费观念的转变,沃尔沃汽车在中国的销售量会增长得很快。

“收购的这家公司规模倒不是很大,主要生产轻量化、增程式混合动力电动车。该电动车主要是用来做快递和城市物流的厢式货车。收购来以后,我们将把其研发团队及资源和英国锰铜公司的研发团队合并在一起,从事新能源汽车方面的开发。”吉利控股集团公关总监杨学良在接受记者采访时表示。

杨学良坦言,之所以愿意收购这家成立仅几年的小公司,主要是看好它的技术和研发团队,目的是帮助吉利提高生产“下一代”出租车的的生产能力,其中包括纯电动出租车。

对此,一位汽车业内人士表示,吉利目前在新能源方面采用“多线并举”战术,各个领域均有不

同程度的涉及。这样势必存在力量不集中、浪费资金等问题。当然,这也是由于目前新能源汽车整体研发方向不明确的现状所导致的。

当然,吉利的新能源车未来更大的发展机会还在于,利用好沃尔沃的新能源技术。2012年3月份,吉利汽车和沃尔沃汽车签署协议,沃尔沃汽车将向吉利汽车转让技术,双方同时还宣布,将联合开发小排量、高性能、绿色环保系列发动机和环保型的小型车平台,以及电动车、插电式混合动力车等新能源汽车总成系统技术。

对此,李书福表示,民营企业可持续发展的关键是创新能力,吉利和沃尔沃共同成立研究机构,联合开发新的产品有利于提高中国汽车工程师的研发能力。目前,吉利选派了大量的研发工程师与全球选派来的工程师们一起工作,共同推动项目发展,就是可持续发展核心能力建设的集中体现。

