

市场

继洋奶粉之后,来自国外的液态奶也开始与国内乳企抢夺市场,线上线下同步挤压国产液态奶。

调查

国产液态奶价格不降反升,不少品牌推出高端系列产品,价格甚至超过进口奶。

# 土洋液态奶开打价格战

## 国产液态奶摆出高姿态,升级产品的价格不输进口奶

消费调查

三聚氰胺事件之后,国外乳业品牌一窝蜂地涌入中国市场,给行业带来冲击之外,也为国内消费者在乳制品消费市场上带来更多选择。

新西兰、德国、澳大利亚、美国、波兰……经常逛超市,为家人选购牛奶的罗小姐发现,最近超市的液态奶货架不再是国产品牌两大巨头唱戏,而是出现了不少陌生而新鲜的面孔,价格挺高,包装形状更是五花八门。

争夺市场的战争从婴儿奶粉蔓延至液态奶,进口奶或者国产奶,这一仗谁会赢?

【挑战】

### 进口液态奶蚕食市场

随意走进一家超市、便利店的液态奶专区,一眼望去不是蒙牛就是伊利的货架格局已被打破。

悦方ID Mall负一层的Hishop超市内,进口液态奶被摆放在了超市入口处最显眼的货架。三湘都市报记者数了数,超过20种液态奶摆满了两个货架。除售价在6.9元至12元不等的200毫升小盒包装外,不少品牌推出了1升左右的家庭装,售价在20元至28元。国产牛奶则仅有伊利一个品牌,所售品种也仅限纯牛奶、金典、舒化奶和常温酸奶。

据该店店长刘奇介绍,进口液态奶销量远高于国产奶,一天的销量在6000元至7000元,欧德宝、德亚、德运品牌销量较好。

与Hishop一样“大张旗鼓”地售卖进口液态奶的还有不少中高端超市。华润万家V+城市超市内,来自德国、西班牙、泰国、美国、澳大利亚、新西兰、法国等多个国家的进口液态奶30余种占据了满满一整排货架。

在王府井与平和堂负一楼的生活超市,同样是进口液态奶的天下。平和堂超市内进口液态奶取得“完胜”——不仅在常温货架内有大面积摆放,就连冷柜内摆放的液态奶90%以上也是“外国来的”。王府井超市内进口液态奶的品种和品牌也比国产奶有更多的选择。

除了在长沙的中高端超市全面“入侵”,在家乐福、沃尔玛、步步高、家润多等平价超市大卖场以及汇米巴、千惠等便利店内,记者也发现了不少液态进口奶的身影。与中高端超市不同的是,大多数商家尚未为进口液态奶开辟专门货架,而是将进口液态奶作为进口食品的一种摆放在了进口食品区。

“欧德宝全脂牛奶销量是店里最好的。”与大多数超市价格一样,家润多服务员口中销量较好的欧德宝全脂牛奶200毫升售价6.9元,而伊利、蒙牛等250毫升的纯牛奶价格大约在3元至3.2元不等。

事实上,进口液态奶进军国内并不仅限于线下市场。在电商平台上,来自德国的德亚已经开设了官方直营店,而甘蒂、好时、多美鲜、法乐、兰特等多个品牌均已进驻多个B2C电商平台,包括步步高商城、天猫超市、亚马逊等多个平台上均有销售。

■记者 朱蓉 实习生 黄盈盈 解倩芳



11月5日,顾客正在华润万家V+城市超市挑选进口液态奶。记者 李健 摄

【应战】

### 本土液态奶频推高端系列

进口液态奶高于国产奶动辄2倍至3倍的价格以及“入冷柜”的陈列要求都让它“高端”的形象一览无余。或许是看到高端液态奶市场的潜能,国内乳业厂家频推高端系列。

11月12日,记者在步步高超市王家湾店看到,该店来自辽宁辉山乳业的杰茜牧场有机奶以12盒规格装箱,每盒260毫升,售价108元;纯牛奶售价也高达82元一箱,每瓶售价约6.8元,与进口奶价格相比“毫不逊色”。

华润万家V+城市超市和王府井百货生活超市内,圣牧全程有机奶同样以250毫升规格12盒装箱,低脂奶售价为每箱88元。在汇米巴凯乐国际店内,拆零销售的250毫升圣牧有机低脂奶售价为每盒7.5元。这一价格让同店销售的200毫升每盒6元的欧德宝、6.5元的甘蒂都“自叹不如”。

让人咋舌的是,在王府井和平和堂超市内,还有一种名为“高原之宝西藏牦牛奶”的国产纯牛奶,每盒容量250毫升,售价却高达32元。

除新的高端品牌不断出现之外,伊利、蒙牛、光明等品牌也着力研发新品。步步高王家湾店的乳制品导购介绍,蒙牛纯甄系列是刚上柜不久的常温酸奶,而光明的莫斯利安和伊利的安慕希也同样属于不需冷藏,即可保质6个月的常温酸奶。

“相对进口奶而言,国产奶更加新鲜,不过很多超市新品牌的国产高端奶都不拆零出售,这也让很多感兴趣的市民打了退堂鼓。”一名超市业内人士如是评价,他认为全新的国产高端品牌需要更加灵活的市场原则和大力度的品牌推广,才能在市场竞争中“脱颖而出”。

【交锋】

### 进口奶与国产奶难分高下

在长沙的商家内,家润多Hishop、华润万家V+、平和堂负一楼生活超市等定位中高端的超市内,国产液态奶的市场份额被进口液态奶抢占表现得尤为明显,而定位本土的步步高商城也选择了“进口牛奶”作为自己的拳头产品。

为何大规模引进进口液态奶?Hishop店长刘奇称,国内奶源的信誉度和口碑有待提升,但市场对液态奶的需求依然在。而步步高商城负责招商的谢晨介绍,目前国内进口商品中,顾客经常购买的就是进口液态奶,就全国而言,销量都是最大的一块,在该网上商城进口牛奶销量则占到整个进口食品销量的60%。

“目前来说,进口奶与国产奶的市场销量依旧难分高下。”谢晨认为,进口牛奶的消费者主要为年轻消费群体及女性消费者,在电商渠道和中高端超市的销量

会比较好,而国产奶在大卖场类型的超市仍是主流,“一些家长希望能给孩子喝好的,而自己则更多的是选择国产奶。”

在所有接受采访的商家中,大家几乎一致认为,进口液态奶的市场是“十分看好,并且会越来越做越大的。”刘奇说,这从不少国产厂家开始在国外寻找奶源就可以看出业界的市场信心,中粮集团推出的海外甄选就是其中的佼佼者。

“目前而言,尽管伊利、蒙牛等品牌也在不断推出高端产品,但消费者信心仍在重建中,所以进口液态奶和婴儿奶粉一样,依旧不是不少有能力负担的消费者的首选。”

谢晨则认为,随着国民消费水平的提高,国产奶中的中高端产品,如金典、特仑苏等高端产品会越做越大,而中低端的普通牛奶的销量则会逐渐减少。

数据

### 去年液态奶进口量增91%

近3年来,我国进口液态奶的数量一直在以惊人的速度增长。来自中乳协的数据显示,2010年,我国液态奶进口1.59万吨;2011年,进口4.05万吨,同比增长155%;

2012年进口9.38万吨,同比增长131.34%。到了2013年,我国进口液态奶的数量达到19.48万吨,同比增长91.55%,其中,纯牛奶18.45万吨,同比增长96.75%。

记者手记

### “进口”牌不是硬通货

原本欣欣向荣的国内乳业市场,因一场三聚氰胺的闹剧而陷入僵局。唇亡齿寒,彼时,降价、促销、公开奶源基地,欢迎消费者参观,国内各大乳业巨头可以说使尽了浑身解数,依旧无力回天。

不少消费者开始将目光投向进口奶粉。

而随着市场的进一步开放和消费的进一步升级,国外进口的液态奶也如鲨鱼嗅到了血腥味一般纷纷涌入中国,抢夺十三亿消费者这一块大蛋糕。然而,在国内消费者对食品安全问题越发看重的今天,是不是仅凭一块“进口”的牌子,便能够在市场上畅行无阻呢?

显然要为这个问题打上一个大问号。

比品牌更重要的是商品的品质,比价格更重要的是性价比。在本报进行的一项市场调查,面对“如果作为长期饮用,你会优先选择哪种液态奶?”的提问时,依旧有55%的网友表示,国产奶是第一选择。

与奶粉不同,外国液态奶的运输、生产日期等问题,始终将横亘在消费者与产品之间,如何解决,还有待厂家与国内经销商们共同解决。

进口液态奶与国产液态奶的市场之争,才刚刚吹响战争的号角,而究竟谁输谁赢,是进口奶败走麦城还是国产奶将城池拱手让人,都要取决于谁能更快速地抓住消费者的心,而这中间,物美价廉无疑将是“法宝一件”。

■记者 朱蓉