

雀巢低调逼近太子奶

生意还是阳谋?本土业界众说纷纭 曾有类似经历的娃哈哈火线力挺李途纯

雀巢一步步逼近太子奶，以一种低调而坚决的方式。

媒体报道,7月6日,雀巢将派出一支考察团前往株洲,就全面合作与高科奶业洽谈。代表地方政府接管太子奶的株洲高科奶业董事长文迪波已经证实:与雀巢已经进行了多轮谈判而签约在即。

以上消息,均未得到雀巢方面的承认。太子奶创始人、目前仍是太子奶集团最大股东的李途纯对此坚决抵制:“如果雀巢来收购太子奶,100%就是我讲的这一句:消灭太子奶。”

那么,这场即将到来的外资收购,是对民族品牌的又一次摧毁吗?

□记者 邢云

□进展

雀巢6日株洲 赴宴

据了解,6月26日,目前正在租赁、托管太子奶核心资产的株洲高科奶业经营有限公司与湖南农业大学签订校企合作协议。株洲高科奶业董事长文迪波告诉媒体,今年7月,高科奶业将与雀巢签订全面合作框架协议,从品牌、生产到营销展开全方位战略合作。该人士还补充说,这是他上周到北京,和雀巢进行第五轮谈判后所达成的基本协议,即雀巢和太子奶双方将在生产管理、新品研发、包装设计和原材料供应4个方面开展合作。“7月6日,雀巢大中华区总裁

及其在中国总部的一些高管将会来拜访株洲市人民政府,然后考察太子奶的各个生产基地。”

但是李途纯日前公开表示反对收购,“雀巢看重我们,就是看重我们在二三线城市的实力。”

他认为,雀巢在中国高端奶粉市场占据领导地位,但是,在中国二三线城市进入情况却并不理想。而太子奶曾经是国内市场份额最大的发酵奶生产商,在二三线城市的覆盖率非常高。收购太子奶能够填补雀巢在二三线城市乏力的现状。

太子奶忧心“斩首收购”

李途纯的担忧有理由。从诸多民族中国品牌被外资收购的案例来看,民族品牌最终都是难逃被消灭的命运。

记者了解到,中国改革开放三十年来曾经出现过的著名品牌,在被外资企业收购后,大部分都已经淡出市场。其中包括活力28、熊猫洗衣粉、美加净、乐百氏、扬子、香雪海冰箱、红梅音响、天府可乐,甚至互联网行业的易趣、3721等。

据统计,中国被收购的那些企业,90%品牌消灭了。知名品牌专家、品牌中国产业联盟秘书长王永认为“雀巢收购太

子奶后,不仅仅是要消灭一个强大的竞争对手,更重要的是它有望获得乳酸菌行业的定价权,而获得定价权后,则不排除提价等行为获取高额利益,危及中国食品产业安全。”

国内研究企业并购的专家认为,中国民族品牌在外资并购中沦陷,无一幸免,现在是国内企业海外买企业人家不买,国内民族品牌却被一个个消灭,“如同汇源、青啤,这又将是外资的一起‘斩首’收购”。

王永因此呼吁:希望有关部门重视保护民族品牌。

□经济信息

海信LED产品线再扩容 55寸批量上市

6月26日,海信宣布其55寸蓝媒LED液晶电视TLM55T08GGP正式上市,并从即日起发往全国家电卖场。

据海信电视资深科学家刘卫东博士介绍,此次上市的55寸产品成功运用了海信LED液晶电视的研究成果之一——自适应动态背光技术。该技术将液晶屏幕虚拟划分为192个区域,各个区域亮度都可独立调节,使光的利用率提升至70%,节能30%以上;同时可对每个区域所输入的信号场景亮暗进行主动调节,使画面对比度显著提高;液晶面板红绿蓝3色独立发光且可调制,实现了对显示色彩特性的实时精确控制,色彩表现力有效增强。

海信此次推出的55寸LED液晶电视,在更节能、更环保、色彩更绚丽的LED液晶电视性能基础上,还特别注重了对差异化功能的完善,故称之为蓝媒LED。其配备了超级解霸、无线局域网连接等强大的多媒体功能,其解码能力是普通多媒体产品的4倍,运算速度更快,可以解码H.264、VC-1以及DTS等高清音视频格式,让消费者切身感受到技术升级带来的完美视听体验。

刘卫东博士同时透露:海信目前已实现了向大尺寸LED液晶电视成功拓展,后期海信自主研发的19寸、22寸、26寸等小尺寸LED液晶电视也将陆续在全球市场上市。

海信是国内首家实现从LED整机产品到背光模组全面自主研发的企业。2005年,海信就组建了以泰山学者刘卫东博士领衔的LED背光技术研发团队;2007年,海信承担起国家863计划重点项目之一的LED液晶模组技术突围的任务;2008年,海信正式建成投产中国第一条LED液晶模组生产线,并批量推出中国第一款自主研发的42寸超薄LED液晶电视,较国内同行业公司提前了1年半的时间。目前,海信已经在LED领域申请了40项国内外技术专利,其中大多数是发明专利。

今年5月26日,工信部数字电视标准符合性检测中心专门对市场上主销的LED液晶电视进行了一次关键性能指标的公开测试。参加测试的有海信、三星、夏普等品牌的LED电视产品,占市场上销售机型的50%以上,检测结果显示,海信LED液晶电视在色域覆盖率、运行功耗、动态对比度和亮度均匀性等5项关键指标上全部优于外资品牌。

据悉,从本周末起,海信将在全国重点家电卖场同时开展大规模的55寸蓝媒LED液晶电视预售促销活动。

□反应

只是一桩生意

并非不是所有人都对雀巢心存排斥。亚华乳业董事长石俊表示:这只是一桩生意。

他觉得在目前全球经济一体化的背景下,中国企业应该有更开放的心态,企业间的收购与被收购,是正常的市场行为,“如果老拿民族情感说事,有点过头,如果我们哪天去国外收购呢?”

石俊的看法是,太子奶陷入困境,现在有人接盘,“这是个好事”。

乳业发展不能全靠洋品牌

“雀巢收购太子奶做什么?”与石俊有同样疑惑的还有湖南阳光乳业股份有限公司董事长兼总经理黎军。黎军认为:雀巢在湖南没有奶源支撑,不可能做液态奶和奶粉,“只能做做饮料”。太子奶被收购后,“品牌肯定

他觉得站在同行的角度来看,这个收购能解决遗留的资产、债务、人员等问题,“为什么不行?”

石俊也有疑惑,“雀巢的产品有液态奶、奶粉、饮料,和太子奶没有任何交集,为什么会为太子奶感兴趣?”他现在还对收购一事“将信将疑”。

李途纯认为雀巢觊觎太子奶二三线市场的销售网络,石俊不以为然,“雀巢多大的企业,进入中国都多少年了,在市

场网络建设方面难道还比不上一个太子奶?”

石俊坚决认为,政府对乳业的扶持,不应该是着眼于某个企业,而应该出台相关政策,营造良好环境,促进整个行业发展,“某个企业的收购与被收购并不能改变大局”。

湖南奶业协会的伍佰鑫,对收购一事也表示赞同:“外资进入,对盘活湖南太子奶这一重要的乳业资源有好处”。

本收购,“是因为看到中国乳业的未来前景,属于市场正常现象”。

但是黎军认为中国乳业的复兴与发展不能寄望洋品牌,“他们都不是活雷锋”,必须得靠政府,靠本土企业发展奶牛养殖畜牧业,建牧场,练好内功。

不能让太子奶消亡

此前遭遇过达能收购娃哈哈,这次则完全站在了太子奶一边。

杭州娃哈哈集团有限公司华南区总经理韩永刚表示:发展本土品牌战略应该成为国家战略的一部分,不能让太子奶这样的民族品牌在收购战中消亡。

韩永刚分析:外资对中国企业的并购大多是为了控股某些行业的龙头骨干企业。这样民族品牌

的存在就会面临巨大威胁——因为外资企业完全可能将并购的国内知名品牌,利用其控股地位,限制品牌的发展或干脆将国内品牌打入冷宫,这会造成许多民族品牌日益萎缩甚至从此消失。

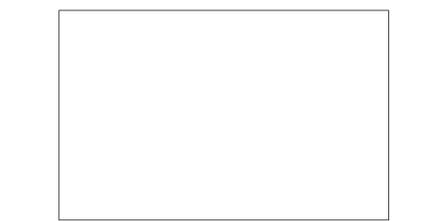
韩永刚甚至认为,“中国本土品牌已经到了最危险的时候。”

他告诉记者:在全球100个最有价值的品牌中,美国有51

个,欧洲有42个,日本有6个,韩国有一个,而中国则一个也没有。“品牌在今天的市场角逐中已经非常重要,开发一个产品不难,建立一个工厂也不难,但要塑造一个在市场上响当当的品牌太不容易了”。韩永刚表示:无论站在国家品牌战略的高度,还是自发的民族感情,我都反对让雀巢来收购太子奶。”

□语录

油价上调将加剧白领破产



■牛刀

6月30日起汽柴油供应价格再次上调。取消养路费,国家收费站取消一半,油价降价,汽车下乡。当汽车库存卖完了,老百姓就遭殃了。汽车是买了,可是汽油一下从4块多马上变成6块多。这是许多网友看见的表象,而实质上是,本次成品油价格上涨,是大宗资产涨价的一个组成部分,也是宣布城市白领破产开始的一个信号。

目前没有一个经济学家可以预测,中国本轮信贷式增长如何收场。危机的严重性在于,实体经济萧条,300多万大学毕业生无业可就,已经成为白领的年轻群体90%今年没有得到加薪,一大半薪水实际下降,而生活成本却在不断上升,结局只有一个,大量的城市白领将在这一轮经济危机中破产。

深交所发布新股上市首日风控新规 涨幅超20%即停牌

深交所7月2日发布《关于完善中小企业板首次公开发行股票上市首日交易监控和风险控制的通知》。通知称,当股票上市首日盘中成交价格较当日开盘价首次上涨或下跌达到或超过20%时,可对其实施临时停牌30分钟;首次上涨或下跌达到或超过50%时,可对其实施临时停牌30分钟。
■据新华社

□经济信息

让利与民 拉动内需 美的风扇力推良“芯”工程 盛夏“风”“惠”精彩选进程



一直以来,通程电器都在用最睿智的眼睛为消费者寻找出更美观、更实惠的家电产品,普惠消费者。

每年的6月、7月都是风扇销售的旺季,更是各大风扇品牌让利消费者的最佳时机。日前,风扇龙头美的携手全国3000多家家电销售终端,启动“良芯品质30年大型促销活动”——30多款美的风扇集体降价20%—40%,覆盖全国20多个省市,其促销周期、覆盖区域、促销品类及降价幅度都超过以往,同时,作出美的风扇MD-SOD电机终身保用的承诺,再次引领风扇市场促销“风暴”。作为国家标准全国电风扇工作组组长,美的正以实际行动展现行业领先企业的风范与责任,在回报社会、让利于民。

与“五一黄金周”等节庆促销活动的即时性促销不同,美的风扇本次促销活动从即日起,一直延续到7月底结束,贯穿整个盛夏季节,消费者有充足的时间享受美的风扇折扣。据了解,本次促销区域包括北京、上海、广州、福建等20多个省市,联合全国3000多家家电销售终端进行同时、同步降价促销,覆盖人口预计将超过3亿人。

为保护消费者利益,美的风扇为此次促销活动提供了强有力的服务保障,严把风扇质量关和流通关。据了解,美的相继获得了ISO9001质量体系认证、UL、GS等20多个国家 and 地区的产品安全证书。同时,促销风扇产品纳入美的风扇售后服务管理,更是作出了整机保修1年,电机终身保用的承诺。

据了解,本周末,通程电器更是针对空调、风扇、冰洗等家电的让利促销,对消费者来说,这是一次难得的购买机会。

团购热线:0731—84886738

放式服务平台架构的优势。

可见,丰田G-Book在中国Telematics市场的率先导入,将带动国内Telematics技术的发展,引领国内汽车服务业向信息化时代过渡。

此次G-Book在新凯美瑞的导入,不仅提升了新凯美瑞以及广汽丰田的竞争力,而且为整个汽车行业注入了新的活力,在中国汽车产业发展史上具有划时代的意义,其开启了面向未来的“e车生活”新时代。业内专家表示:“G-Book的导入使原本封闭的汽车成为信息时代的一部分,并由此迸发出无数充满想像力的服务。这在整个汽车服务业的发展中具有重大意义。”

广汽丰田坤宝天心店 销售热线:0731-85895555 地址:长沙市芙蓉南路一段999号 省政府新址东门对面)