

明治奶粉暂停在华销售

2011年日本大地震后在华销量下滑九成

本报济南10月24日讯(记者 林媛媛) 24日,明治乳业发布声明,称因为中国奶粉市场竞争激烈和原材料成本上升,使得公司难以获得稳定收益,决定库存售罄后暂时停止销售。但明治乳业表示,此次只是“暂时退出”,会根据中国奶粉市场的变化,考虑将来重新营业的可能。

24日,记者在济南多家银座超市奶粉专柜采访得知,明治奶粉已断货多时。一位工作人员告

诉记者,明治奶粉在超市销售多年,销量一直不好,跟多美滋、美赞臣等品牌差很多。“目前我们这边断货已经四个多月了,一直没有补货。”而在另一家超市,还有部分明治奶粉在架销售。超市负责人表示,明治奶粉销量很差,他们对于其退出中国市场的消息并不是非常关注。

在淘宝天猫店,明治奶粉仍在正常销售,记者就此事询问工作人员。工作人员称尚未接到任何跟停售相关的通知。“目前我

们的库存还比较充足,今天的销量也很平稳。”工作人员表示。

中商流通生产力促进中心奶类分析师宋亮在接受记者采访时表示,明治奶粉在销量严重下滑的同时,又遭遇中国政府加大对奶粉市场整顿,进口奶粉在华生产经营门槛提高,生产、管理等方面要求更加严格。“此外,中日关系较为紧张,明治在改进生产、加强渠道建设等方面要加大投资,但是政治因素影响对投资风险加大。”

据了解,明治乳业是亚洲最大的乳制品企业,奶粉销量长年稳居日本第一。明治乳业正式进入中国始于1997年,统计数据显示,2011年日本大地震前明治在进口奶粉中销量排进前十,地震以及超标准事件后,销售量大幅下滑九成。此后,明治奶粉在华销售一直一蹶不振。今年7月,在国家发改委发起的婴幼儿奶粉反垄断调查中,明治奶粉榜上有名,但最终免于处罚。

延伸阅读

近年来撤离中国市场的外企

- 2006年 美国电商eBay退出中国,淘宝一路高歌猛进。
- 2008年 惠和浦和苏宁签署协议,将空调委托给苏宁销售。
- 2009年3月 耐克关闭中国大仓工厂
- 2010年 飞利浦将电视机业务生产和销售出售给冠捷。松下将三洋白电部门以100亿日元出售给海尔。
- 2010年1月 谷歌退出中国。
- 2011年9月 伊莱克斯与国美签署协议,委托国美在中国贴牌生产及销售其系列产品。
- 2011年11月 MSN中国关闭购物频道有品网。
- 2011年12月 雀巢、达能关闭在华部分生产厂。
- 2012年6月 汉莎决定关闭在华合资货运企业翡翠航空。
- 2012年7月 松下最大规模裁员波及中国,上海工厂年内关停。阿迪达斯关闭其在华唯一一家直属工厂。

新闻分析

明治“退出”会不会引起洋奶粉大撤退

专家:不影响大局,但对经营不善的洋品牌是个信号

本报记者 林媛媛

在工信部大张旗鼓整合推动国内奶粉发展的形势下,明治奶粉暂停在华销售的决定并不让人觉得意外。明治奶粉暂停在华销售会不会引起洋奶粉的“退出潮”?记者在采访中了解到,洋奶粉“大撤退”的可能性不是很大。

多美滋公关经理王慧颖在接受记者采访时表示,多美滋不会退出中国市场。而多美滋的所属企业法国食品巨头达能公司日前表示,将为其在华多美滋婴幼儿奶粉业务任命新的管理层,这也表明了达能发展中国市场的决心。

此外,记者还咨询了美赞臣、雅培等多个在国内市场占

据主流的洋品牌。他们均表示,还会进一步研发新产品,推动中国市场发展。

业内人士透露,国内市场主流洋品牌在国内根基很大,除了销售系统,还包括很大规模的生产基地。“雀巢、美赞臣、多美滋、惠氏这些品牌,很多产品都是在中国生产的。这些企业品牌影响力大,生产经营及渠道建设成熟,而且面对中国与日俱增的消费市场,不会轻易退出。”

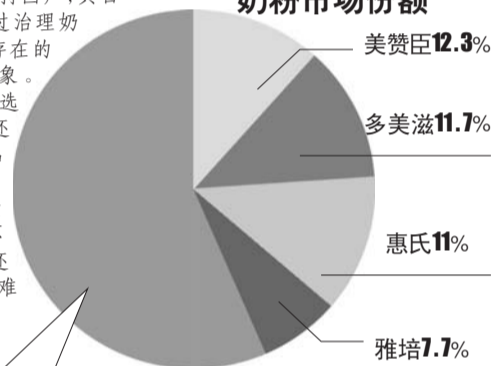
“明治奶粉市场份额较小,它的退出对市场影响不大。”奶业专家宋亮认为,这标志着那些在华经营不善,不符合相关规定的进口奶粉要陆续退出中国市场。

宋亮还提出,政府对奶粉

市场的整顿并不是狭隘地打击进口,扶持国产,其目的是要通过治理奶粉行业中存在的不合理现象。

“而消费者选择洋品牌还是国产品牌,这是由产品质量决定的,不管是政府还是企业都难以左右。”

2012中国婴幼儿奶粉市场份额



根据AC尼尔森统计数据,明治市场份额未进入前十,尚不及圣元、雅士利等国产品牌。美赞臣等外资品牌因为市场占有率高,不会轻易放弃,但明治没有必要坚持。

万家乐创新二代智能浴,舒适体验更显细腻



万家乐二代“智能浴”,智能操作、敏捷精准、放心舒适、安全可靠、时尚精美。全面满足了大众家庭的多种需要。今天小编为大家介绍一款集优点于一身,集美观与功能于一体的洗浴带来前所未有的舒适感——万家乐UF9至尊版,四种洗浴模式,±0.5℃的精准水温、四季恒温、COPK主动防护系统等——舒适洗浴,释放身心。万家乐UF9至尊版燃气热水器

拥有9大优势:

1. Macro2.0 智能操作系统: 计算精准,运行敏捷,智能科技带来愉快的使用体验。
2. 四种洗浴模式: 舒适模式、经济模式、浴后模式、厨卫模式。
3. 高效节能: 新一代波成型冷凝热交换器,高效绝热铜质换热器, KAPA式换热器,实现能源高效利用,达到了国际标准的一级能效。
4. 精准恒温: 高精度燃气比例阀和智能控水比例阀,水气双重调节出水温度,可在±0.5℃精准恒温,实现±1℃的恒温精度,并且自动解决四季温差变化。

5. 安全防护: 首创了主动防护系统,包括: 报警合一的智能安全系统,在开机第一时间主动针对气压、水压、电压、风速、对燃气和厨房六方面实时检测和全程监控。
6. 绿色环保: 高精度燃气喷射技术,达到环保燃烧效果,使烟气中氮氧化物排放大幅降低,达到欧洲四级以上排放标准。
7. 防腐耐用: 采用高绝热铜质作为水箱材质,抗氧化、耐腐蚀、耐碰撞;冷凝式换热器采用非晶态处理技术和冷凝器独立设计,经久耐用。
8. 精美外观: 精工制造外观,9-Neon光影带、隐形显示屏、点阵式数码显示。

9. 核心技术: 应用9项专利技术,每项核心技术都是专家权威鉴定达到国内领先水平。万家乐UF9至尊版是一款便捷、舒适、安全、美观的智能燃气热水器,有四种洗浴模式供消费者选择,一机多用,省心放心。通过智能芯片实现微电脑控制,安全问题主动监测,配备其它精贵的部件,集四季恒温技术、环保燃烧技术和冷凝技术于一身,比普通热水器在恒温、节能、安全方面更加优越,带给您的不仅仅是舒适的沐浴生活,更是您尊贵生活品质的完美体现。



智能保养提示AO史密斯再次升级带“快进键”的电热水器



拥有139年品牌历史的美国AO史密斯,通过科研反复实验和精确测试,又一次为带“快进键”的电热水器智能升级——该款新品不仅带来了突破性的加热提速大升级,更成为“贴心管家”,能主动发出保养提示。电热水器出现“需保养”时,可以第一时间向主人“预警提示”。电热水器会“自我”保养。电热水器使用时间长了需要保养,即使是水质好的地区,电热水器

内胆中的杂质消耗有效性能也会降低,“不及时保养会有水中杂质侵蚀内胆的现象。”AO史密斯中国区总裁丁威告诉笔者,“考虑到这个问题,AO史密斯全球研发中心在原本‘快进键’的基础上,又一次进行了创新升级。”据介绍,新增的DDM内胆智能保养提示系统就像一名尽职的安全卫士,可以检测用户家的水质自动发出防护警报,主动释放出防护性离子,与水内侵蚀性离子进行中和,以达到保护内胆的作用。同时,该系统也能实时监控热水器中的杂质消耗有效性能,及时提醒热水器内胆被腐蚀的风险。同时,用户也可使用“保养自检”功能,随时对内胆保养状态进行检测。

笔者了解到,该款电热水器出现内阻时,系统第一时间会发出保养提醒,用户只需要拨打电话,就会有专业人员上门对热水器进行全面维护。“快进键”技术问鼎行业大奖。自动保养之外,AO史密斯“带快进键”电热水器本身的硬件也非常了得。据悉,此款电热水器为一体电热水器——集加热、储热为一体的电热水器——集加热、储热为一体的电热水器——集加热、储热为一体的电热水器。这款产品采用了“快进加热”的新技术,使电热水器加热时间更长,人多洗澡就够用,即热型电热水器又受制于用电环境和气温高低,热水量不能得到保证,因此,是否能够集速热和储热两种加热方式于一

体,一直都是热水器行业面临的难题。为了解决这一难题,AO史密斯全球研发中心历时三年,并深入了解中国消费者需求,研发出了速热/储热合一电热水器。“之所以被称为是‘带快进键’的电热水器,是因为其特有的速热变频、MAX增压系统。”据介绍,“速热变频”系统中的专利双分离技术(专利号:ZL200820108899.4),可确保真正实现半速速热,加热半温水速就快第二代产品提升5倍;而“MAX增压”以其特有的加热系统结构设计,能有效实现接力加热效应,可连续提供多至4倍热水容量的热水。这一创新,使得这款热水器上市至今一直深受中国消费者的青

睐,并在上市当年获得中国家电领域颁发的热水器行业“影响中国家电技术与消费趋势产品创新”大奖,倍受消费者推崇。专注研发成就热水器专家。带“快进键”电热水器“带智能保养提示”产品的不断升级,证明了AO史密斯专注研发的技术实力。据了解,AO史密斯在全球共设立了三个研发中心,旨在打造最专业的产品基地。其中位于中国的全球研发中心,现已有100多位研发人员。以科技创新为用户提供高品质生活,是AO史密斯一直以来的不懈追求。这份专注,成就了品牌今天的非凡实力,也使AO史密斯始终保持在行业的技术领先地位。