



像妈妈一样呵护宝宝

荷兰奶源 原装进口——放心
营养均衡 科学配比——贴心

5月26日,国内最大的食品饮料企业娃哈哈集团在北京召开新闻发布会,宣告爱迪生奶粉正式上市。娃哈哈在历时一年多的时间里,尤其对生产环节进行了严格的筛选,最终与有100多年奶粉生产历史的国际知名乳业巨头——荷兰皇家企业达成生产合作。国际乳业巨头为娃哈哈爱迪生奶粉“打工”,娃哈哈此举引起了业内人士的广泛关注。

一位奶粉行业的资深人士分析说,“从‘市场换技术’到参与国际化的合资和并购,是中国企业全球化品牌运作的几种方式。与合资、并购等方式有本质区别的是,娃哈哈打造的是自有品牌,而这个品牌装入的,是国际著名奶源和顶尖的配方奶粉技术。”

把世界优质奶源 装入中国品牌的罐子里

娃哈哈大手笔进军婴幼儿奶粉市场的4大看点

看点一

大背景——娃哈哈为何以荷兰奶源为基地?

一位曾多次考察过荷兰的娃哈哈研发中心研究员介绍,“荷兰是纯种荷斯坦奶牛的故乡,荷斯坦奶牛是世界上最优良的奶牛品种之一。荷兰拥有海平面以下、四季常青的天然生态牧场,滋生了得天独厚的新鲜牧草——黑麦草,富含奶牛所需的多种营养成分,造就了奶源中就含有很多天然的营养素。”

据了解,娃哈哈最终看上了荷兰为奶源的,不仅仅因为奶牛和牧场,还有高度智能化的挤奶设备和制奶技术。爱迪生奶粉奶源地的每一头奶牛,均有各自的身份识别码。自动挤奶程序可通过这一身份识别码,识别奶牛是否到了挤奶时间,是否符合挤奶要求,并由红外线扫描奶头,自动套上挤奶设备。奶一旦离开身体,就会自动启动监测程序。如果出现蛋白质含量不达标、微生物含量超标等异常情况,奶就会被自动拦截,达到了清洗、挤奶、检测程序一次性自动完成。

荷兰农业、自然及食品质量部部长魏尔曼称,“中国经济的高速发展,乳品需求潜力巨大,荷兰要以多种形式参与到与中国的合作中来。”

看点二

大逆转——让“洋”配方奶粉技术贴上“中国标签”

据介绍,娃哈哈在历时一年多的时间里,尤其对生产环节进行了严格的筛选,最终与有100多年奶粉生产历史的国际知名乳业巨头——荷兰皇家企业达成生产合作。爱迪生奶粉的整个生产过程,采用严格的SAP系统管理,条码控制。每一罐爱迪生奶粉,都要经过奶源、生产和罐装三道检测关口,都需历经长达六周、近乎苛刻的全程在线检测程序。

在“中国制造”产品中,中国企业往往获得的只是最低端的加工费,设计、技术、营销等都掌握在国际品牌手中。与此不同的是,为娃哈哈代工的乳业巨头,具有上百年的配方奶粉技术研发优势,为何甘愿为中国品牌打工呢?

据了解,国际奶源选择为中国品牌“打工”,首先看重的是中国强大的市场需求。业内人士认为,由于遭受经济危机,国际乳业市场需求缩减,虽有优质奶源和先进的配方奶技术,但也不能避免销售大幅下滑的尴尬局面,中国市场强劲的需求,正是国际乳业巨头的优良避风港。

而娃哈哈在国内的品牌影响力和遍布全国的营销通路,也让国际乳业巨头折服,它可以让奶粉在较短时间内产生大量销售,这是其他企业所不可比拟的。

“国际顶尖配方奶粉技术贴上‘中国标签’,这是一个很好的开端,中国品牌的国际化竞争力将显著增强。”一位品牌研究专家兴奋地说。

这款整合全球供应链打造的配方奶粉,得到了专家的肯定。发布会上,中国资深营养学家刘冬生教授表示,“爱迪生奶粉根据中国宝宝的体质特点,按接近母乳的标准设计配方,其牛奶是来自荷兰的优质奶源,并用鲜奶标准化处理后直接喷粉,特别新鲜安全,避免了任何中间存储环节而带来的营养损失和污染,已经达到了国际高端水平!”

看点三

大战略——“爱迪生”奶粉要先扎根中国,后谋海外

不少人从奶粉名称“爱迪生 ADISON”中看出了娃哈哈对这款奶粉的远景布局,记者从娃哈哈市场部有关人士口中得到了证实:“爱迪生奶粉是娃哈哈试水品牌全球化运营的首个产品,但扎根中国,是该产品走向国际的第一步。”

业内人士指出,在全球一体化的背景下,在国内市场进行的同样是国际化的竞争。在国内高端婴幼儿奶粉市场,娃哈哈爱迪生奶粉面对的是进入中国市场十余年的外资奶粉品牌。

据了解,近年来由于国内奶粉品牌屡屡受挫,大伤元气,外资奶粉品牌市场份额节节攀升。2009年,中国乳业的复苏之路有2/3的时间处于消沉状态,超过30万吨的奶粉大半年长时间积压,奶农非正常杀牛超过200万头;而在高端奶粉中,90%的市场都被“外资品牌”所占据。

“娃哈哈以全球化的战略眼光整合全球奶粉产业链,高位起跳,赢得了后发优势,外资奶粉品牌在高端市场一枝独秀的局面有望被打破。”业内人士预测。

与会者对娃哈哈的“先扎根中国后谋海外”的战略深表认可,并对这款产品的未来充满了信心。

看点四

大未来——不走寻常路 构建世界产业版图

著名金融学家郎咸平曾把全球产业链做了“6+1”的理论描述。他认为,国际品牌常把软环节“6”(产品设计、原料采购、仓储运输、订单处理、批发经营和终端零售)掌握在自己手里,而将硬环节“1”(加工制造)放在低成本国家。中国代工企业的出路,就在这个“6”里,做上游厂商,成为品牌拥有者。

缩短中国品牌与跨国品牌的差距,是否也要自力更生发展50年、100年呢?

博鳌亚洲论坛秘书长龙永图曾说:“先在国际分工中找准我们自己的位置,再说平等竞争的问题。”

业内人士指出,娃哈哈没有走一条自建奶源的常规之路,而是用一种全球化的眼光来做奶粉,使爱迪生奶粉的品质从一开始就达到了“国际顶级”的水平,获得了与上百年外资奶粉品牌的等量话语权。

一位品牌研究专家做了这样一个等式,“中国品牌+荷兰奶源+百年配方技术=∞”。

当中国品牌整合世界优质资源,缩短的不仅仅是与国际品牌发展的时间差,更是得到了中国品牌的一种无限发展的可能。

由此看来,娃哈哈整合全球产业链打造爱迪生奶粉所带来的意义,远远大于这次整合本身。

爱迪生奶粉诚征新密、巩义、新郑、荥阳、上街、登封区域经销商,有奶粉操作经验者优先!
联系电话:
0371-87539071 13353765213



如今,全球优质资源正在向国际性大企业、大品牌集中,形成“强者愈强”的态势。一位企业家说:“全球化代表的是资源在超出国界后的全球范围内大整合。”

已经多次与国际品牌交锋的娃哈哈对这点认识非常清楚,娃哈哈市场部负责人介绍说,“娃哈哈做奶粉,一开始就确立了全球化运作的思路,第一步就是在全球范围内寻找优质奶源。”于是,几年前国际品牌对中国代工企业严格筛选一幕,再现在了娃哈哈对爱迪生奶粉国外供应商的选择上。 晚报记者 熊维维

