



降价 3 个月 后, 明治奶粉退出中国

声称中国市场竞争激烈, 成本上升, 难以获得稳定收益

在 2008 年之后的一段时间内, 中国曾经是洋奶粉的乐土, 最多时曾经有超过 600 种洋奶粉在这里同场竞技。然而, 陆续爆出来的质量问题以及政策收紧, 使得洋奶粉的日子逐渐地不太好过。因反垄断调查而降价 3 个多月后, 日本明治奶粉中国区的官网昨日宣布, 其“珍爱”系列奶粉将停止销售, 这意味着日本明治奶粉将退出中国市场。对于退出中国, 明治乳业贸易(上海)有限公司(以下简称“明治乳业”)给出的理由是, “因近年来中国的奶粉市场竞争激烈和原材料成本上升, 本公司认为现阶段难以获得稳定的收益。”但同时, 明治乳业强调, 此次只是“暂时退出”, 会根据中国奶粉市场状况的变化, 考虑将来重新营业的可能。业内人士认为, 明治奶粉退出中国或只是个例, 洋奶粉陡然遇冷, 未必会影响现有洋奶粉的市场占有率。侯睿之 南都供稿

明治奶粉销售不佳

明治奶粉于 1997 年进入中国, 在 2008 年三聚氰胺事件之后的一段时间内曾经广受消费者追捧。虽然明治此前从未对外透露过在华的销售数据, 但有业内人士估算, 在 2010 年以前, 明治奶粉的中国版奶粉加上水货, 在中国的年销售最高可能达到 10 亿元。有奶粉经销商对记者透露, 在三聚氰胺事件后的一两年内, 在淘宝和实体店, 明治都是卖得最火的奶粉之一, 当时其销售势头并不比美赞臣、雅培、惠氏等品牌差多少。

但 2010 年之后, 明治奶粉在中国就遇上各种麻烦。首先是 2010 年一度因为口蹄疫问题被禁止进口, 到 2011 年日本大地震之后的放射性元素污染事件, 市场占有率锐减, 有业内人士估算减少了九成。虽然后来中国版的明治奶粉改用澳洲奶源重返中国, 但业绩一直没有太大起色。据明治乳业内部人士透露, 2010 年 4 月之后供货就不太正常。

很多业内人士认为, 明治奶粉退出中国, 除了官方透露的原因之外, 也是其他多种因素共同作用的结果。中商流通生产力促进中心研究员宋亮对记者透露, 明治乳业决定在中国甩手不干, 主要原因有三点, 一是近两年明治奶粉在中国市场的份额下降很快; 二是今年政府加大奶粉市场整顿, 进口奶粉在华生产经营门槛提高, 对企业在生产、管理等方面要求更加严格; 三是明治改进生产、加强渠道等方面投资的风险加大。

乳业专家王丁棉则认为, 明治乳业官网的陈述, 根本不是它退出的主要原因, 明治奶粉退出中国的真正原因在于核辐射污染与抵制日货等事件, 以及中国乳业新政出台对其形成的竞争压力, 从而导致明治奶粉的经营业绩和市场份额没有达到理想状态。

“相比欧美奶粉企业眼花缭乱的产品更新, 我们实在是太保守了。”前述内部人士对记者透露, “现在成本这么高, 不及时更新, 利润根本上不去, 可是总部还是认为, 奶粉不应该这么做, 总部对于中国市场的理解与市场的现状有一定的偏差。”

洋奶粉遭遇冰风暴

根据记者获得的一份 AC 尼尔森对 2012 年中国奶粉市场的统计数据, 进口奶粉排前三位的分别是美赞臣、多美滋和惠氏, 这三个品牌恰好也是中国奶粉市场占有率的前三位, 而明治在前十位根本看不见踪影。

因而, 王丁棉认为, 明治奶粉退出中国这个事件本身对整个国内奶粉竞争格局不会有太大变化, 但腾出的市场预计会很快被其他洋奶粉瓜分。值得注意的是, 明治是日本奶粉中最知名的, 除了它之外, 目前还有森永、和光堂等奶粉在中国市场销售。明治这次决定后, 不排除日本其他公司也有可能



A. 其他	23.8	G. 伊利	6.7
B. 美赞臣	12.2	H. 合生元	5.7
C. 多美滋	11.7	I. 雅士利	4.5
D. 惠氏(雀巢)	11.0	J. 雀巢	3.7
E. 贝因美	8.7	K. 美素	2.8
F. 雅培	7.7	L. 施恩	1.6

[链接] 明治奶粉中国市场兴衰记

- 1997 年 明治奶粉通过代理商进入中国。
- 2000 年 明治直接销售的奶粉首次在中国内地上市, 成为国内首批添加 DHA 的奶粉之一。
- 2007 年 明治在中国内地推出和日本市场同步的原装进口奶粉。
- 2010 年 4 月 日本出现口蹄疫, 中国内地禁止进口日本奶粉, 明治奶粉同样遭遇进口禁令。
- 2011 年 7 月 日本地震后发生辐射次生灾害后, 明治奶粉重回中国市场, 但行货的生产地全部改为澳大利亚。
- 2011 年 12 月 明治宣布在自检中发现日本一工厂奶粉中含有铯, 召回在日本生产的 40 万罐奶粉。
- 2013 年 7 月 明治卷入奶粉价格反垄断调查, 虽免于处罚但全线降价 4%~7%, 且两年内“以优惠价格供应中国”。
- 2013 年 10 月 宣布暂时撤出中国内地市场。

展开对中国市场的评估。

今年以来, 本来在中国市场上高歌猛进的洋奶粉陆续遭遇各种麻烦, 质量方面, 首先是年初的恒天然双氰胺事件, 以及 8 月份的肉毒杆菌疑似污染事件, 虽然两者都未对质量造成太大的影响, 后者最后更被证明是乌龙事件, 但两者都在一定程度上打击了洋奶粉的消费者信心。

此外, 在政策方面, 有国外某品牌奶粉的代理商告诉记者, 今年年初, 对于进口奶粉的各种政策开始收紧, 通关时间大大延长, 监管的力度和资金压力陡然增加。在今年年初国家质检总局出台规定, 要求向中国出口婴幼儿配方乳粉的境外生产企业进行注册管理, 2014 年 5 月 1 日前完成注册工作。

后来的发展证明, 上述事件不过是序曲。到了六七月份, 国家发改委所属的价格监督检查与反垄断局开始在对合生元、多美滋、美赞臣、惠氏、雅培等多家奶粉企业进行价格反垄断调查, 调查的内容是上述奶粉企业涉嫌控制经销商和零售商的销售价格。

最后以多个奶粉企业缴纳天价罚金以及惠氏、多美滋、美素、美赞臣等外资奶粉厂商破天荒地宣布将对产品降价收场。

国产奶粉获力撑

国产奶粉则是另外一个天地, 今年 5 月, 工信部印发《提高乳粉质量水平, 提振消费信心行动方案》, 提出“重点解决婴幼儿乳粉的质量安全问题, 重塑人们对国产婴幼儿乳粉的信心”, 明确释放出扶持国产奶粉企业的信号。

之后, 国务院常务会议专题研究部署进一步加强婴幼儿奶粉质量安全工作, 目标是“当前要把提升婴幼儿奶粉质量安全水平作为突破口, 把优质国产品牌树起来, 将消费者的信心提起来”。得此指令后, 工信部等九部委进一步联手发布《进一步加强婴幼儿配方乳粉质量安全工作的意见》, 一系列的“奶粉治理组合拳”, 愈发清晰地释放出政府支持国产奶粉的信号。

乳制品工业协会前理事长宋昆冈表示, 国家高度关注婴幼儿配方奶粉的质量和安, 也出台多项政策措施进行行业整改, 国产奶粉需要重塑市场信心, 只要质量能把控到位, 政府支持国有品牌还是十分必要的, 而事实表明, 经过三年多的整改, 我国乳制品工业已经发生了巨大的改变。

然而, 对于未来的市场走向, 尤其是土洋之争的结果到底如何? 多位业内人士均表示, 虽然洋奶粉今年遇冷, “东风未必一定会压倒西风”, 明治奶粉退出或许只是个例。宋亮告诉记者, “目前国内主流进口品牌在华投资经营多年, 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。当然明治的退出, 也标志着那些在华经营不善, 不符合相关规定的进口企业要开始陆续退出市场。”

