

# 创新滞后 日化洋巨头步入迟暮期

■ 本报记者 赵玲玲

风水轮流转,霸主也有迟暮时。近日,宝洁、联合利华两家日化行业巨头公布了第三季度财报。由于国产品牌的全面“围剿”,致使两家企业业绩大滑。面对紧巴巴的财政数字,“洋巨头”们不得不感叹自己“廉颇老矣”。为了抢回“丢失”了的市场份额,两大佬不得不走低价营销策略,以期从激烈的价格战中突围,重拾昔日辉煌。

## 日化“洋巨头”四面楚歌

联合利华三季报显示,公司今年第三季度营业额为134亿欧元,同比增长逾10%。但是,与去年12%的增幅相比,今年仅有5.9%的增长。这也是自2010年该公司在这个区域最糟糕的表现。

同样,宝洁的日子也不好过。在其最新的财年一季报中,该公司的全球利润虽然增加了7.6%,但是面对同行们的价格战夹击,宝洁难免感觉“压力山大”。据悉,宝洁公司已经承认自己在中国内地市场丢掉一些份额,并且做出拓展低价产品组合的决定。

“近两年,日化行业的竞争日趋激烈,各大商家都在大打价格战,以期通过价格优势获取市场份额,此举产生的结果必定是要牺牲利润。反之,如果坚持固守价格保持利润,那么,丢失市场份额就是在所难免的了。要利润,还是要市场份额,长期‘垄断’日化的巨头们走到了十字路口。”一位资深的业内人士对《中国企业报》记者分析道。

几家欢喜几家愁。与两家日化巨头相比,国产品牌的业绩似乎亮眼了不少。有数据显示,截至今年上半年,本土日化品牌所占份额已达到45%。其中上海家化前9个月净利润增长45.14%,广州浪奇的第三季度净利润也增长了15.86%。2007年,蓝月亮在中国洗涤市场占有率仅有14%,到今年却已经奇迹般地达到了63%,被业内称为“报复性增长”。

## 随处可见的低价策略

近日,《中国企业报》记者走访沃尔玛、家乐福等多家超市发现,有关宝洁、联合利华等外资品牌“买就送”等促销信息几乎随处可见。

中投顾问化工行业研究员常铁智在接受《中国企业报》记者采访时表示,“随着竞争对手不断增多增强,



最近五年中,宝洁几乎没有真正推出让消费者眼前一亮的新品牌,这无疑会直接影响消费者对品牌的忠诚度和购买热情。 CNS供图

“

日化产品作为快消品,企业必须了解市场需求,加快创新脚步,面对消费者“喜新厌旧”的变化。就在本土品牌大打“中国元素”牌的时候,洋巨头的反应速度明显滞后。

调整价格、推出特价产品是宝洁、联合利华两个日化巨头获取市场份额最直接的方式。”

但业内人士分析称,在消费群体日渐分化的今天,洋品牌走低端路线会模糊掉原本的中高端形象,不但不能拯救自己,反而损害了自身的品牌价值,流失了固定消费群。

就在利华“洋巨头”不断加强推出低端产品,以价格战的形式将本土

品牌逼到墙角的同时,本土品牌“揭竿而起”,向高端消费市场进行了反攻。

日前,《中国企业报》记者在动物园家乐福超市注意到,百雀羚、相宜本草、丹姿等国产品牌表现非常亮眼,不但有了自己专属的品牌货架,而且价格更是囊括了中高档多个层级,有些高端的套装礼盒的价格与隔壁的外资“洋品牌”几乎不相上下。

中国企业研究院首席研究员李锦指出,“虽然外资厂商拥有强大的品牌影响力,但是本土品牌在渠道以及运营的操作上更为灵活。这几年经营‘洋’日化商品的毛利越来越低,商家热情减弱。在二三线市场等品牌认知度不高的地方,超市开始重点营销二三线本土品牌,使得本土品牌知名度大增,其进入中高端市场的底气也就更足了。”

## 创新乏力 洋品牌市场落败

《中国企业报》记者了解到,宝洁公司于1988年正式进入中国市场,在华经营的约30个品牌产品曾一度为集团带来超过20亿美元的年销售额。而另一日化龙头联合利华的年销售额也让其他品牌望其项背。曾有人将两者戏称为日化界的“少林”和“武当”。时过境迁,这种境况已经在悄然发生改变。

业内人士指出,日化产品作为快

消品,企业必须了解市场需求,加快创新脚步,面对消费者“喜新厌旧”的变化。就在本土品牌的产品线中大打“中国元素”牌的时候,洋巨头的反应速度明显滞后。

一位接近宝洁的资深业内人士表示:“最近五年中,宝洁几乎没有真正推出让消费者眼前一亮的新品牌,产品的更新换代速度不够,而这无疑会直接影响消费者对品牌的忠诚度和购买热情。”

“此外,与本土品牌相比,洋巨头在投入时则需要耗费更高的成本。仅以促销员为例,洋巨头多通过第三方雇用促销员,期望以更加规范的运作方式规避法律风险,而结果就是,其一名促销员的成本相当于本土企业的两倍左右,这给企业带来了压力,却给了本土的竞争对手抢占先机的机会。”上述人士说道。

常铁智认为,日化巨头应重新布局,进一步细分中高端领域,不断挖掘消费者的需求寻求新的亮点。

李锦表示,在各路日化企业都采用低成本策略的今天,走低价营销策略显然已经不是日化企业持续生存的有效法宝。除了市场占有率的原因之外,技术的日趋成熟使得产品本身的区分越来越小。同等条件下,谁的投入成本低,谁就有机会“占山为王”。所以,“洋”日化除了要加强产品的研发与创新之外,也要想方设法降低终端渠道的投入成本。

【直播 Live】

## 帛安投资银行家(B&A) 开拓中国业务

■ 本报记者 高巧燕

在10月31日于法国驻华大使馆召开的新闻发布会上,法国独立精品投资银行帛安(B&A)宣布在上海设立亚洲总部,开拓中国业务,表达了帛安成为亚洲对外投资的领先金融顾问的战略愿景。

中国团队的成立将加强帛安与中国和亚洲公司以及投资机构之间的联系,帮助他们在欧洲这一中国对外投资首选地区寻找可靠的合作伙伴,开展业务。

发布会上,帛安介绍了他们近期的成功案例,帮助法国波尔多葡萄酒商DIVA Bordeaux的股东完成与中国国有

农业食品巨头光明食品集团子公司上海糖酒集团(SSCW)的战略联合。这家法国中小企业一直在寻求投资者为自己拓展新兴市场注入资金,而光明食品则在海外寻找投资机会,以增强自身高端葡萄酒的战略供应。借此契机,帛安通过自己的专业能力把市场准入与品牌相结合,让资本与高端资产走到一起。

这宗交易反映出中国企业对海外收购日益增长的兴趣。帛安目前的项目涵盖消费品、食品、石油天然气、工业与技术等行业,有多个潜在中国买家表示强烈兴趣。

帛安创始人表示,希望为中国企业找到更多更好的投资途径,更好地支持中国经济的发展。

## 卡塔尔航空直飞杭州航线即将开通

全球五星级航空卡塔尔航空公司近日宣布,将于2013年12月20日开通多哈往返杭州的定期航线,每周共有四次航班。据了解,这是卡塔尔航空进入中国市场以来在中国的第七个空港口。2003年,卡塔尔航空在中国开通第一条航线往返于上海至多哈,至今已陆续开通北京、广州、香港、重庆及成都航线。卡塔尔航空在其运营的16年时间里实现了业务的飞速发展,由127架飞机组成的现代化机队可飞往欧洲、中东、非洲、亚太以及美洲的133个主要经济地区 and 重点旅游城市。

## 争议李嘉诚：“超人”如何东成西就？

(上接第十九版)

而李嘉诚对此回应道:“这正是我多年来加大海外投资的原因,树大招风,引起社会仇富很正常。既然大家不愿意看到我垄断香港,那我就去欧洲、北美等地投资。”

## 加速抄底海外优质资产

事实上,李嘉诚抛售大陆和香港的资产并不是因为赌气,也不是完全看衰中国经济,而正是出于对市场的敏锐嗅觉。随着欧洲经济的持续低迷,很多优质资产的价格已经非常诱人,李嘉诚要想抓住这个机会,就要想办法筹集更多的资金。

观察近几年李嘉诚的投资动向便不难发现,自2010年李嘉诚旗下公司长江基建以91亿美元的价格收购英国电网公司起,他便开始频频收购欧洲公共事业,仅今年上半年,他就完成了四宗海外并购,耗资248.7亿港元。7月25日,李嘉诚长子李泽钊再次出手抄底,以77.53亿港元收购英国天然气供应商WUWU。在收购WUWU后,李嘉诚父子控制了英国天然气近

三成的市场,英国四分之一人口的天然气将由他们供应。

此外,李嘉诚还在2010年、2011年对于英国电网和供水网络进行了两笔大收购,使得英国大约四分之一的电力分销市场以及约5%的供水市场都是李家的资产。因此,按照英国媒体的说法,李家家族几乎已经“买下了英国”。

显而易见,欧洲业务此时在李嘉诚心里的位置是如何重要,加之他此前对香港作为亚洲金融中心的前景因为上海自贸区也做出过一些比较黯淡的预测,更令人相信他有业务逐渐西移的决心。

“不过,李嘉诚目前在香港和内地的商业地位还无人可以撼动,他应该也不会轻易放弃这个主战场。”有分析人士称。

而商业投资的实质是逐利的,缺乏好的商业环境,诚然表示再多“爱港”忠心也无法改变投资重心改变的事实。对于市场而言,李嘉诚到底是因为不看好内地和香港经济而离去,还是将业务重心战略转移到欧洲,这个问题或许只能从时间中寻找答案。

【对话 Dialogue】

加拿大驻华大使赵朴:

## 不断推进 加中五大领域合作

■ 本报记者 王莹

中加贸易关系历史悠久,交易货物和服务范围也日益扩大,而中国对加拿大的投资才刚刚起步,这种投资体现的是更深层次的经济交往,在这种背景下,中国在加拿大投资策略将发生怎样的变化?中加双方未来还将在哪些方面加强合作?对此,《中国企业报》记者专访了加拿大驻华大使赵朴(Guy Saint-Jacques)。

《中国企业报》:今年年初,中海油完成了加尼克森公司的收购,据说加政府批准此桩交易之际对其他国有企业却发出明确警告,未来针对加拿大石油资源的任何投资交易都将在“特殊情况下”才会获得批准。这对中国国企未来在加拿大投资产生何种影响?

赵朴:哈珀总理宣布的新政策仅限于外国国有企业,不只是中国国有企业,其他各国的国有企业在加投资都须遵循这一政策,但仅涵盖石油领域。加拿大仍然欢迎非控股投资,这表示外国国有企业对加拿大石油企业的收购股份最高可达49%。

事实上,我们非常欢迎中企投资传统油气行业。9月艾伯特省长访华就涉及此项内容。不列颠哥伦比亚省省长也将于11月访华,届时,将讨论向亚洲(包括中国)出口包括液化天然气在内的能源产品的相关事宜。

加拿大企业所得税在G7国家中是最低的,比美国更具竞争力。加拿大是北美自由贸易协定的成员国,意味着在加成立的企业出口其产品至美国和墨西哥时在很多领域免关税。

考虑赴加投资的中企应尽早咨询加拿大相关的法律法规和政策,不少在中国非常活跃的加拿大咨询公司、律师事务所和银行都能为其提供咨询甚至融资服务。

除此之外,加政府简化了对外国投资尤其是大型投资项目(例如矿业和石油项目)的环保评估和审批程序。

未来10年,加预计有600个重要自然资源项目亟待开发,需吸引6500亿美元的投资。这些项目多集中在石油、天然气、矿业等中国市场具有产品需求的领域。

《中国企业报》:2012年加拿大总理访华期间,加中两国承诺将于2013—2014年举办一系列文化交流活动,都包括哪些活动?

赵朴:在介绍文化领域的活动之前,我想谈谈教育,这也是两国关系发展的一大重点。在哈珀总理2012年访华期间与温家宝总理达成共识,认为教育是两国关系的第五大重点领域。现在加拿大已经有超过81000名中国留学生。加拿大是一个多元文化社会,教育系统完备,环境清洁,社会安全,中国学生考虑赴加留学的意愿强烈;与此同时,越来越多的加拿大人到中国求学。

在文化方面,今年的重点是10月4日—20日加拿大国家艺术中心交响乐团的访华巡演,巡演城市包括香港、广州、涪陵、重庆、天津、北京和上海,乐团已于10月17日在北京的国家大剧院举办音乐会,并在中国举行了70多场教育交流和推广活动,为两国民众提供大好的民间交流机会。未来两年,蒙特利尔交响乐团也会来华演出。

中国国家芭蕾舞团今年2月赴加巡演,向加拿大人民展示了中国芭蕾舞的国际水准;中国画家也在加拿大举办画展,以此来传递中加友谊。

《中国企业报》:中加两国除了贸易投资和教育合作之外,还有哪些领域的合作?您对中加两国未来在能源与环境治理、医疗卫生等方面的合作有何期待?

赵朴:加中两国之间有五大合作领域,包括教育、医疗、能源与环境、贸易投资以及施政与人权。目前来看,两国间的合作关系稳健发展;两国经济具有互补性,还存在极大的合作空间。

能源与环境治理领域正在开展多项合作,我希望这一态势能持续下去。比如,两国自2009年已签署了4项谅解备忘录,旨在探讨气候变化、环境保护等方面的政府间以及学术界的合作。

政府间建立了加中能源合作联合工作组并签署了科技合作协议、核能合作协议,加中两国根据协议定期开展双向交流。水利、电力等方面,加资助了三峡大坝工程的可行性研究,为中国工程师的培训发展体系提供支持。

而在碳捕捉与封存主题研究上,加电力公司SaskPower将于2014年4月启动全球首套碳捕捉与封存设施的商业化运作,将其燃煤设备产生的碳排放进行捕捉后封存于地下,并对石油采收率的提高提供助力。该技术也将有效解决中国在使用煤炭时所产生的二氧化碳排放,目前加中积极推进该项合作。

而成立已近20年的中国环境与发展国际合作委员会则是加中在该领域合作的另一重要项目,加为主要发起方之一。每年11月,国际环境专家来华参加为期三天的会议,会议由加中两国环境部长共同主持,与会专家就中国的环境问题进行探讨并提出解决方案。

而医疗领域,加中两国目前正在传染性领域开展积极合作。加拿大在传染性、紧急流行病、食品安全、初级卫生保健以及医疗制度改革等方面有诸多专业经验可以与中国分享。

最后我要提一下金融领域(属于贸易投资领域)。加拿大得益于完善的金融监管体系拥有全球最安全的银行,加方便与中方分享这一方面的成功经验。

我希望在我就任加拿大驻华大使期间,两国合作能进一步加强。