

消失或变身: 那些被“外嫁”的日化品牌

■ 本报记者 汪静赫

与中国企业H购国外W名品牌所受到的PX相比,本Y质国|被Z国公司H购的[楚]被^而_之`a了>>其中就bc)些中国人人生d中曾经e l的日化品牌。

2013年8月16日,f即面g被hiH购。在jklmn远o4p的q交rs上,=一个本日化品牌的“外t”未能超过多关。在RuR现的v息中,大都指向了一种wx;f即会不会成为下一个小护士y

记忆消失

在过-的1多年里,z(-、表现消|,成为中国日化品牌的4要)~。)些在遭•外资H购后D出公a线的本日化品牌,!走的不是中国消费者曾经e l的产品,还有过往时光的生d记”。

f即被H购消息传出后,#上的\$方%论显示,中国公对f即被H购后的前&不’看好,因此此前的多次“实(“已经为f即的未来”)了一个相度很高的+#;消|,R者变@。

.是品牌大的人,显然一些Z国公司/0此1。在外资日化企业的中国里,其中一个重要内2做“H购”。此种手法被中国业内研究者称为“得3就、不3就买”。

hi 65.4 H购f即,是这家Z国公司的再次“出手”。5\的~&\$出现在10年前。2003年12月11日,hi 6”H购“小护士”,这是hi作为一大化7品公司在的首次H购行为。

在当时的8&下,“小护士外hi”}9着国|受到一大化7品公司;;因此被a为一种“品牌的<=”。然而,一个疑问也就此产生:“小护士”品牌是>还会?存在y

数据显示,2003年时@被H购时的小护士品牌是中国大护A品牌,其B度高C 99%,市场C C 4.6%。1年过-了,如今小护士品牌在市场上的lv|<wDE。即E在向来“应有有”的FG r上,所能H到的小护士护A品数也只有NN 100多件。

在小护士II消|的1年里,中国J论对于hiH购为名、实为KL的质疑从未M断。2009年3月,hi首次正面>“KL”小护士。难得现@的hi中国5 NO保P当承H购小护士后“没有做到Q期发的”样”,但他为“这是外一回事”。

转场 OR 坚守? 中国光伏的海外博弈

(上接第二十三版)

被迫转场

管困境重重,但小鑫仍然不就此放弃市场。他为,培一个好的市场非常不,这其中有利发、政策、环保意等多方面因的影响。是目前上大的光市场,只是要这个市场,其是小企业,能是要变方,比如发、将生产线到国外等。

“有时就是在。”小鑫说。“与商人一个进行,光产品出然加,会起的意思,这时就会介入,后就会制的,不得不新。”

其实,将生产线到国外已经成为来多有力量的光企业的选择。此前,光利的首席就向外放,利正在将生产中国,能到、非等新国家以降低成本。在记者采访的过程中了解到,



“到今为止,绝对没有说要消R这个品牌,R者是KL它。”O保P说。和O保P\不多的X气和X S,也出现了其他Z国公司的5 lw”中。

小护士品牌的由T U被公为|V的外资H购&(,同样W运的还有其它B名国|品牌。f加X品牌极T时期o有国内市场近20%的C。1990年,上海家化与YZ合资,“f加X”商[被]。4年后,上海家化花54^H回f加X商},但已|了发的G’时a。2011年,b家C被S>化7品科d公司H购,一年后,<e下f了50%。

在所有因H购而U:的本日化品牌中,“d力28”的W运为gh。90年代,d力28曾经极一时。“d力28,j市日化”成为当时中国k e l的广9X之一。1994年,d力28在S国lmnop市场的o有率C到了80%。1996年,d力28与q国fr时公司合资,随即遭到“KL”。

数据在2003年s,d力28与q方<前解,但显然这是一种u来的分手。在经v了7年的KL后,此时的d力28已无d力。此后不’,企业w产。2008年,一家新的d力28j市日化有公司x牌成’,新公司目是“重y d力28品牌z[”。与曾经因外H购_过的17年相比,这样的再度出发看上-|)~人心:=•!

不只是\$%,J目所K,中国本日化品牌大多L中国@C、外Z国公司,民M国|N@变为外资产品。2007年10月,q国OPQ 1 R公司H购SG日化89:%,由此T %中国n发市场的“G一华”格# ,70%的市场被Gr、SG和联合利

华o据。2008年7月,国强生6”R成对大G的H购,强生此&利R成在中国市场的品牌延U和V 1扩张。业人士称,除上海家化W下的品牌外,民M日化品牌v|“S@X没”。许多Y日国|都成了不Z不|的\品牌。本品牌变@的过程中,正是外资品牌|强大之时。

hi的“中国之行”是Z国公司o^日化市场的m影。1997年之前,中国公对hi并无印[。hi进入中国时\$只是在_有一个’a的b T。如今的hi已成为中国市场上B名的Z国企业之一,目前在中国c有16个品牌,X O了大d<|商e、p市、Bf等\$种<e V 1。

资料显示,在中国化7品市场,外资企业所o的市场C已接近90%。表*,目前外资日化v近g断国内市场,从国内日化企业市场\$厂,获得了“中华\$%”品牌经营;。资料显示,目前中国有<=家\$%企业,Gr公司的>r士、高Z r公司的高Z r、联合利华公司的中华\$%?成的“外资@”目前o据70%以上的市场C。3 AB、CID、E、F、G H、I 3等本品牌只o了3下的30%市场C。

不只是\$%,J目所K,中国本日化品牌大多L中国@C、外Z国公司,民M国|N@变为外资产品。2007年10月,q国OPQ 1 R公司H购SG日化89:%,由此T %中国n发市场的“G一华”格# ,70%的市场被Gr、SG和联合利

格_。如果有一`中国企业a的b到了日本企业, Lc这样的大公司会D现在实de里还没要YZ的技术/出来,而f日本市场能g年后就会走下h路。”

于市场的现j, 678也有着kl的;“目前新市场的除印度、日本市场外,很m有no p过qrs的市场,tum v个中国企业的进w就能xyz当no,当大中国企业{出|目}时,这些市场很出现~和。”

小鑫(记者算了一+,“国光小企业数多,但•m,-是多/m。公司年生产能力是70M r> 80M r,如果O了,今年

【人物 Profile】

ZARA 母公司联合创始人 Rosalia Mera 去世

8月15日,ZARA w公司 Inditex 联合x (人 Rosalia Mera 因y z{不}~ ,@年69•。虽然不再6’!“ ,但 Rosalia Mera 仍&有7% Inditex 公司# C,目前价\$ 45.4 ^,为%&\$’首富。ZARA “快时t”商业(起源于 Mera 起家的) T *+ ;(,新的大牌时8 - Rp 行, .Ec / 生产面向大消费者的时t 产品,m 多0,高效周 库存。



Rosalia Mera

易小准被任命为 WTO 副总干事

? 12 WTO034 5 5 事P 6789: 维多17日6”, Wbc 中国常w ? 1代表小准在内的4人为? 1 O5 5 事。小准也是首;来k 中国的? 1 O5 5 事。据|,4; O5 5 事将于10月1日上。? 1一; 员称, M行、国际| < = ? 1和 ? 1被称为国际经 a 制的大E>,如今大? 1高? ^ 导都有中国人,说* 中国来多@与经 事”并发A重要作用。



易小准

供应商问题频出 苹果难掩管理危机

(上接第二十三版)

今年2月,有媒体对苹果供应商昆山污染问题进行回访时,发现整改未彻底解决,鼎盛电子等企业周边环境的影响已经减轻,但其排放的废气仍然在影响着周边居民。交广企业管理咨询公司首席专家谭小芳在接受《中国企业报》记者采访时表示,表面上看起来苹果有一套防止供应商污染的规章,但是在实际过程中,这些往往都只是走个过场。

8月16日,中国劳工研究中心相关负责人王海峰在接受《中国企业报》记者采访时表示,苹果供应链之所以频频出问题,“关键是苹果在核算产品成本、利润时,将原材料、人工成本、利润率等都算得非常清楚。作为代工企业,没有品牌和技术,利润极低。”

据了解,今年上半年富士康利润率为1.7%,而和硕联合科技仅为0.8%。据相关数据显示,富士康在苹果的利润链条里,仅能分得2%的利润。和硕能分得的利润还要低于富士康。一家苹果 PCB 印刷电路板供应商公开表示,苹果对原材料采购价格的大幅压价在某种程度上导致了污染的发生。

王海峰介绍,“原材料是市场价,这个无法省。所以部分苹果的供应商只好将目光瞄准其他成本,比如在环保、人员工资、劳保等方面做文章。”

王海峰还对记者表示,“苹果供应商被曝环境污染问题也是有原因的,代工企业本来利润就低,而环保设备硬件价格高昂,一般代工企业难以承受。即使买得起,后期维护、运营费用也是相当高,所以对环保设备代工企业能省则省,能不不开则不开,这导致偷排事件一再发生。”

供应链管理混乱

有消息称,苹果曾因富士康生产环境遭受严重质疑后表态要“与一切雇佣童工的中国供应商断绝关系”。

更有市场传言称,为了加强供应链管理,苹果正试图让其供应链多样化,苹果还采取了“疏远富士康亲近和硕联合科技”的办法。

谭小芳也向记者表示,苹果的供应链管理,库克的“制衡政策”不得不谈。比如,苹果特意培植了“和硕联合科技”,作为富士康代工的竞争对手。

然而随着和硕联合科技近期被指劳工问题,苹果的供应链无疑是“按下葫芦起了瓢”。

不过,采访中《中国企业报》记者还了解到,其实苹果与富士康的关系“不一般”。

业内人士向《中国企业报》记者介绍,2000年前后,苹果曾一度陷入经营困境。彼时,苹果希望与一家日本企业合作,但遭到拒绝。与其它代工企业不同,富士康却看好苹果的未来,因此花大力气建生产线和苹果合作。也就是说,富士康曾经是苹果的“大恩人”。

此外,记者发现,虽然屡次被指责,对于一些存在违法记录的企业,苹果并未将其从供应商名单中剔除。

谭小芳指出,“苹果对供应链污染的管理其实很混乱,许多有污染嫌疑的供应商并没有得到苹果的有效惩处。苹果的许多环节都存在潜在的污染源,苹果的供应链正在急速扩张,多家供应商都在建新厂扩充产能,因此由苹果产品而导致的污染正在快速蔓延。”

还有业内人士称,代工厂和苹果经过长期的合作磨合和双向选择,双方都能获得利益。如果放弃已有的代工厂,无论是对苹果还是代工厂都很难接受,因此短期内不太会有很大的实质性改变。

《中国企业报》记者 后电 致电苹果公司,发采访件,但发 时仍未获回。