



奶源基地太抢手了

消息：伊利正在接洽并购

据报道，伊利正有意“迎娶”新西兰 NZ Dairies 公司南坎特伯雷的乳业基地，俄罗斯食品集团 Nutritek 是实际控制人。

据了解，2008 年 Nutritek 先获批收购了 NZ Dairies 51.52% 股权，一年后增持到 100%，收购代价约 1 亿美元，这也是新西兰当局有史以

来第一次批准海外资金收购本土乳企。

消息显示，伊利正跟 Nutritek 举行排他性谈判，有意制订收购报价，或者和俄方建立一家合资企业共同扩大 NZ Dairies 的生产。据悉，由于金融危机影响 Nutritek 有多达 22 亿美元的债务有待重组。对于出海收购，伊利一名联系人表示，一切以公告为准。至记者发稿时止，NZ Dairies 未回复记者的询问电邮。

评论

洋奶源未必就是“救命稻草”

在奶源问题上，笔者倒有点佩服中国的羊乳企业。虽然“小羊”无法撼动“大牛”，但在奶源地上从不含糊。在有中国“乳都”之称的陕西，以关山乳业为代表的国内羊乳企业，就坚称奶源产自国内。而关山乳业之所以敢于这样说，一个重要原因就是关山乳业拥有独自的天然奶源基地——关山牧场，这一得天独厚的资源优势为其创造了先决条件，牧草资源丰富、气候适宜、无工业三废污染，数十万只良种莎能奶山羊就是在这样一片 57 万亩的天然牧场内实行放养的，从而成就了羊奶的新鲜和优质。此外，关山乳业对采奶过程的全程监控，更加确保了原奶质量的万无一失。

“一杯奶强壮一个民族”，但这必须以安全、健康的奶为前提。从三聚氰胺事件，到“早熟门”、“奶源门”，中国乳业的振兴任重而道远。笔者以为，打铁还须自身硬，洋奶源不是“救命稻草”。要重拾国人信心，乳企必须在奶源上下功夫，在监控上尽全力，而关山羊奶在市场上的日渐走俏就足以说明了这点。

(千 龙)

多家奶企放弃本地奶源

据时代商报报道，受乳业安全问题频发影响，今年以来，国外奶粉进口量同比大增，并且有越来越多新品牌进入中国，甚至不少国内奶粉企业也开始停用国内奶源。国内的养殖户再次受到市场打击。

在郑州丹尼斯商场，洋品牌奶粉的促销活动正在紧锣密鼓进行。售货员告诉记者，每年的 10 到 12 月都是国内奶粉销售旺季。相比往年“洋奶粉”对市场策略应用得更圆滑，在经过早前的一轮提价后，再度用促销方法占领市场。

对于这种趋势，有的国内乳企已不得不迎合。即使在销量上取胜，销售额也远远赶不上洋奶粉。售货员刘丽娜说：“进口奶粉的单价要比国产奶粉高，所以业绩比国产奶要搞一些。但是它的销量是属于均衡的。”



调查：奶源哪里安全哪里“圈地”

据了解，伊利不过是国内乳企“抢喝”洋奶源的缩影，前有陈发树旗下的新华都和上海光明乳业牵起新西兰收购战，后有雅士利等“追兵”。

“和液态奶不同，婴儿奶粉的顾客更关注安全。”雅士利集团董事长总裁张利钿表示，公司一方面投入上千

编前语：

记者 10 月 13 日获悉，国内第二大乳企伊利有意出手海外奶源，眼光放在新西兰南岛一处生产基地，如果成事，这将是继陈发树、光明乳业后最新一家在今年提出收购新西兰乳品基地的国内企业。虽然中国也是牛奶生产大国，但是对于希望占据高端配方奶粉的国内乳企来说，舍近求远一时成了潮流。

万元的质量监测设备，另一方面海外也在谈收购。

在伊利之前，以新华都董事长陈发树、厦门首富柯希平为主要投资者的香港 H 股公司天然乳品已拿下新西兰最大私营农场克拉法 20% 权益，克拉法有 2 万头奶牛占新西兰原奶产量 0.5%。

上海光明乳业则在 7 月表示，以约 382 亿元代价收购新西兰 Synlait 乳业公司 51% 股权，建立海外原料供应基地。

分析：小心洋奶实施“防御战术”

中国是全球第三大产奶国，不过

随着三鹿事件的发生，给急速扩张的中国乳业当头棒喝，也动摇了不少消费者信心。

“我国的乳企已足够大，但是不够强。”北京东方艾格农业咨询公司分析师陈连芳表示。目前，洋奶粉每吨进口成本比国产还便宜 1000 元，受惠自由贸易协议，新西兰出口奶粉关税将逐年降低 1%，这让进口商能享受更大的利润。

不过，今年新西兰政策趋向“谨慎”，天然牧场全盘收购提议在该国遭到激烈讨论，一直悬而未决。乳业专家王丁棉对此不无担心。他赞成中国资本应该走出去，但“手中有奶心中不慌，如果奶源提价，市场又有需要奶企就可能受到冲击。” (刘俊)



说，有时候也是头疼。我看过一个报道说，咱们国内的奶源是欠缺的，现在对大多数奶户来说，还都想增加奶牛。如果有能力的话，最好把各个奶户，集中起来，集中一个奶站，最起码节约人力、物力，节省时间，资源都不浪费了，也降低成本，提高了效益，提高市场竞争力。” (魏 铭)

在这些传统“洋品牌”身后，更多新面孔在跃跃欲试。世界乳业主产国新西兰、澳大利亚是受益者。今年前 8 个月，广州黄埔关区奶粉进口总量的 942% 是从新西兰来的，比去年增长 85%。澳大利亚的进口奶粉也有 930 吨，增长 73%。

在原装进口的时候，从海外进口的“大包粉”奶粉也在近年陆续进入到圣元、娃哈哈等知名企业的库房并分装上市。蒙牛综合管理部一位工作人员告诉记者：“现在我们所用的奶源整个河南省的都有，另外根据整个的工业需求也有从其他地方进行调配。作为乳制品行业的话，最主要就是食品安全。有些企业用进口奶这一点，符合我们行业标准的要求就行了。因为做牛奶这一块，奶源质量这是最根本的，如果说非得国外的就是

高端奶，这一点我肯定不这么认为。”进口的奶粉并不是高端奶的代名词，这一点我们都愿意相信。但是资料显示“洋奶粉”进口成本比国产奶还便宜也是它们越来越有市场的真正原因。

统计显示，7 月第 2 周内蒙古、河北等 10 个奶牛主产省(区)原奶价格为 288 元 / 公斤，这意味着每吨国产奶粉仅原料奶成本至少达到 23000 元。

而对于国内奶农来说，大幅度进口一点好处都没有，因为这将冲击他们的生产。修武县宏宇奶牛专业合作社社长张瑞芳表示：“我们每公斤的价钱是 3 块 2 左右，价格上没有什么波动。我听说最近国外有一部奶粉流入到国内市场，最起码对我们养殖户来说，影响非常大。对于我们奶户来

外资参股冲动掀乳企上市潮 现代牧业欲在港上市

随着外资纷纷入股以期分享资本盛宴，以及中国乳业市场持续回暖，国内多家乳企掀起了上市潮。记者 10 月 12 日获悉，蒙牛的奶源供应商、牛根

生有份指导的现代牧业(集团)有限公司正计划在港 IPO，而凯雷和复星参股的广东奶粉制造商雅士利也已获得港交所批准，将于本月在港招股。

12 日，接近上述招股的消息人士证实，现代牧业最快于本月底在香港接受上市聆讯，并在 11 月初挂牌，计划集资在 5-10 亿美元。“集资将主要用于扩大产能。”上述人士说。现代牧业由于和蒙牛创始人牛根生关系密切，这次招股引起外界关注。

(刘俊)

追根溯源找症结

日前，红豆集团召开优秀 QC 小组表彰大会，在被表彰的优秀 QC 小组中，顾春燕 QC 小组的课题“减少四面弹保暖面料布面不平”在众多竞争者中脱颖而出，颇为亮眼。

四面弹保暖面料布面不平导致裁剪排版无法捋平现象，造成裁剪下来的布片长短不一，丝缕歪斜。经过修片工修剪后，虽然大部分合格，但仍有少部分不合格，问题是，这些不合格的布料在生产过程中是检验不出来的，只有穿在身上才能发现弹力不均。消费者在买到这样的内衣以后，就会向经销商投诉，问题很快反馈到

公司，顾春燕分管客户投诉工作，接到投诉后便赶到厂里，查找问题根源。

然而，经过与内衣厂技术人员仔细检查，始终没有找到问题症结所在。问题到底出在哪里？顾春燕左思右想，每天都在考虑这件事。半年过去了，问题还没解决，尽管采取了各种措施，但仍有消费者为此投诉。顾春燕感到了问题的严重性，如果不彻底解决这个问题，将会给公司产品造成越来越大的负面影响，这种“信誉损失”是无法估量的。

此时，公司正在推行 QC 小组活

动，顾春燕决定成立 QC 小组，将这一问题设为攻关课题，无论如何也要将这一问题彻底解决。顾春燕想，只有将面料生产商、成衣生产厂家人员全部集中到一起，一道工序一道工序地查找，才能找到问题的根源。于是顾春燕牵头体系办、质监科、织造厂生产科、织造质监员、内衣厂生产科、内衣检验员共同成立 QC 小组，召集大家开会，发表意见。结果，大家争论得不可开交，都说问题不在自己那道工序。

顾春燕一看，这样不行，她对大家说，既然你们都认为没问题，

美的国际化要走“第三条路”

“未来 5 年，美的进入国际化‘快车道’的趋势已不可逆转。”10 月 12 日，美的电器董事局主席方洪波在接受记者采访时表示，美的将“小步快走”走出中国企业国际化“第三条道路”。

单一并购 不超 10 亿美元

方洪波解释称，这将有别于海尔品牌的高举高打模式，也有别于 TCL、联想一口吃掉的模式，而是展开稳打稳扎的跨国并购。“而且单一跨国并购的规模不能超过 8 亿 -10 亿美元的上限”。

事实上，就在日前，美的电器发布公告称，公司已通过海外全资控股子公司以 5748 万美元的价格，收购埃及 Miraco（埃及开利）公司 32.5% 的股份，现已完成股权过户登记，成为 Miraco 第二大股东。

据悉，Miraco 占据埃及家用空调、轻型商用空调与中央空调市场 50% 以上的份额。方洪波近日接受记者专访时称，今年以来该公司已由美的团队在运作。通过收购，开利将成为美的品牌在非洲推广的优质平台。

未来 5 年 锁定五大海外市场

“5 年内，我们将锁定五大海外市场重点突破。”方洪波说，美的从 OEM 起步，现在在印尼、菲律宾、马来西亚等东盟国家，美的自主品牌已占据优势。五大市场中，东盟已完成渠道布局，6 个国家的销售公司搭建完成；接下来将与南美、北非与中东、印度和巴西，东欧与独联体等四个区域一道，组成美的电器国际化的五大区域。

方洪波表示，选择五大区域的标准一是新兴市场、二是低成本地区、三是具有庞大的区域辐射能力，四是适合美的品牌发展。而在欧美等发达国家，仍以升华 OEM 和渠道为主。

方洪波称，这次布局非洲，以及紧接着的印度和巴西，美的都会优先采用收购方式。而美的空调将作为国际化的先锋，接着再导入美的其他自有品牌产品。

(吴江 谭超)

为一根头发开现场会

□ 向锡林

质量是企业的生命，是经济效益。这句话不是我们抓质量的“口头禅”，而是有实实在在的内涵。通过海尔抓质量管理的实际，可以窥见抓质量的重要性。

报载，海尔创业 4 年，就获得中国家电冰箱第一块“国优”金牌，1991 又获得“全国首届十大驰名商标”。2001 年，海尔品牌价值 436 亿元，是中国家电行业第一品牌。后来，海尔走出国门，蜚声国际。这与海尔抓质量管理——“一根头发丝也不放过”的精神分不开。

大家也许还记得，1985 年，因顾客发现海尔冰箱外壳有划痕，要求退货。海尔总裁张瑞敏一气之下，砸了 76 台冰箱。当时冰箱、彩电、空调都非常抢手，可谓“机器一响，黄金万两”。

“砸冰箱”事件对员工触动很大。作为总工程师的杨绵绵更是认为，抓质量仅仅有意识是不够的，还必须做艰苦细致的基础工作。一次，杨绵绵在冰箱某分厂检查质量工作时，不经意间，她在一台冰箱的抽屉里发现一根头发丝。

陪同人员随即想拿掉头发。杨绵绵马上说：“慢！”并且问：“这是谁留下的头发？”

“没办法查出责任人，那么就要处罚所有的人员。”杨绵绵严厉地说。

“那现在拿掉头发不就没事了。”一位班长解释道。

“这不是我有意与大家过不去，是哪道工序人员留下的，不知道。就说明管理上存在问题，说明我们责任没有到位、没有到人。”杨绵绵大声解释。

……

于是，杨绵绵马上叫所有的车间主任、班组长到这里来开现场会。杨绵绵斩钉截铁地告诉在场的干部职工：“抓质量就是要连一根头发丝也不放过！如果大家都疏忽，那么迟早有一天会影响产品的质量，从而影响公司的口碑，就要砸大家的饭碗。”

海尔破例为一根头发开质量管理现场会，还安排各车间组织员工讨论。通过头发事件的讨论，员工明白了这样一个道理：“任何有缺陷的产品都是废品。”也更深刻地领悟了海尔的理念：“精细化、零缺陷”，质量意识渐渐深入员工心中。

此事件后，海尔加强企业管理，尤其是质量管理，每个员工都按最高的质量标准工作，生产出一流的产品。

(作者系四川维尼纶厂原涤纶厂副厂长)

光说没用，我们现场观察，现场试验，现场验证，现场对比，事实胜于雄辩，有没有问题到时便知。

大家纷纷点头。于是，顾春燕和小组成员一起，从面料生产商的制造车间开始，一直到内衣生产最后一道工序，反复观察，反复试验，反复验证、对比，最终发现问题出在织造厂的混机台配缸上，由于门幅、克重的不稳定，造成了光匹布布面不平现象比率增多。

经过技术改进，面料布面不平现象得到有效控制。

(谢昌举)

羚锐制药：创先争优突出“四个结合”

羚锐集团公司党委在深入开展“创先争优”活动中，紧密围绕生产经营中心，突出“四个结合”，充分发挥战斗堡垒和先锋模范作用，取得了良好的效果。

一是创先争优活动与“创建学习型党组织”相结合。公司党委要求各基层党组织通过开展内容丰富、形式多样的学习活动，使党组织的战斗力和全体党员的综合能力在学习中进一步提高。集团公司机关党总支通过建立健全职工书屋和职工篮球运动场，购买医药科研、管理艺术等书籍，为员工搭建良好的学习平台，鼓励职工加强学习，提高业务能力和综合能力。透皮

贴剂事业部党总部开展学先进、学典型等活动，深入挖掘奋战在生产销售一线的先进典型，制作宣传展板，营造争先氛围，不断激发党员“创先争优”的工作热情，提升党组织的凝聚力和号召力。

二是创先争优活动与“安全生产”相结合。在“创先争优”活动中，透皮贴剂事业部生产部牵头，组织人员深入生产和科研一线对各单位生产与科研现场安全工作进行巡回检查，发现问题及时整改；组建了以党员为骨干的安全巡视组，保证全方位、随时应对解决生产科研中的安全问题，并要求全体党员努力做安全生产的表率，发挥

先锋模范作用，优质高效完成了生产经营任务。

三是创先争优活动与“科技创效”相结合。当前，国内外医药科研工作迅猛发展，科技创新工作方兴未艾，在企业科技创新工作中企业党组织将技术攻关纳入创先争优活动内容，党员自觉将技术攻关中的难点、重点作为创先争优活动的动力，通过学习、引进新技术，深入生产经营现场进行调研，推动技术进步，在技术创效中寻找新的利润增长点，确保了企业生产经营工作的顺利进行。

四是创先争优活动与“企业创效”相结合。为进一步推进精细化管理，完

善企业成本管理制度，全力实现公司年度目标，公司党委紧密围绕生产经营中心，要求各基层党组织认真领会“创先争优”活动精髓，结合生产销售工作实际，提高企业管理水平，增强企业盈利能力。近日，公司针对基层企业生产经营实际，及时启动了主题为“创先争优、效益第一、争当优秀企业组织”的竞赛活动。活动规定，年初制定的企业发展目标必须年内完成，若未能达成目标的，则企业承包兑现奖按一定比例扣除。各生产经营单位和单元主体的年度生产经营任务完成情况与企业承包兑现奖挂钩，营造了浓厚的争先氛围。

(汤 兴)