

华润联姻乐购 加码多业态布局

■ 娄月

本土零售龙头华润与全球第三大零售商乐购终于实现了携手。华润和乐购英国总部同时发布公告称,双方签署了备忘录,利用各自的零售资源组建合资公司。从公告释放的信息以及业界的分析看,新的合资公司将全力布局多业态零售,以应对在中国零售转型期遇到的挑战。

联姻终成真

根据备忘录,华润和乐购组成的合资公司将整合双方的业务,包括华润旗下华润万家在中国内地和香港地区的 2986 家门店,以及乐购在中国的 131 家门店和购物中心。未来合资公司的股权比例为华润 80%、乐购 20%。华润在公告中称,企业将集成乐购的全球零售经验、国际采购规模及供应链能力。但该备忘录尚不具有法律效力。

此前,业界曾多次传出乐购被华润收购、退出中国市场。联姻后,虽然乐购仅占 20% 股权,但乐购中国方面告诉记者,“与华润的合作再次证明乐购对于中国市场的承诺以及既有业务的品质”。乐购中国方面还透露,乐购还将指派两位成员进入合资企业董事会,不仅将享有股东的权利,也将有企业管理权。

中国超市巨无霸起航

虽然具体的合作版图尚未出炉,但双方借此夺下中国超市头把交椅的野心可见一斑。

乐购中国方面表示,“合资企业将产生高达 100 亿英镑的销售额,并逐渐成为中国销售规模最大的零售商”。目前,苏宁云商以超

过 1200 亿元的年销售额位居行业老大。

这显然对乐购意义非凡。虽然乐购是全球第三大零售商,但目前在中国的业绩不仅不敌高鑫零售、沃尔玛等外资同行,还被永辉超市、联华超市等内资巨头围攻。中国连锁经营协会发布的《2012 年中国快速消费品连锁百强》中,乐购仅排第 8 位。

老牌零售企业华润万家虽然门店数和销售额均是快消品连锁百强第一,但市场占有率和成长空间上却不及高鑫零售。根据 Kantar Worldpanel 常年的动态监测,近两年,高鑫零售和沃尔玛的市场占有率一直排在华润万家之前,只是在二季度,华润万家才超过沃尔玛成为第二名。根据上述占有率的最新排名,华润万家和乐购的占有率之和将达 8.8%,超过高鑫零售的 8.4%。

加码多业态经营

对于双方组建合资公司的意图,乐购中国方面称,通过打造中国领先的多业态零售商,让合资双方更快地发展,并拥有更强的盈利能力。华润也声明称,该合资企业将成为双方在大中华地区经营大卖场、超级市场、便利店、仓储店及酒类专卖店的独一平台。

“从股权比例看,这家合资公司很可能是要发展新的业态。”首都经贸大学工商管理学院教授陈立平告诉记者,传统的大卖场领域已经没有太多的发展空间,双方很可能进一步深耕便利店或是进军小型食品超市。“乐购提供在全球经营多业态的技术和经验,华润方面则保证资金。这很符合双方 20%和 80% 的股权分配比例。”

目前华润万家是国内多业态经营的重要力量,旗下有超市、便利店、购物中心、药妆店、咖啡店等多个连锁品牌。但相关零售从业



人士表示,在超市和便利店领域,华润万家一直没有做到领先。不仅 Ole’ 和 blt 高端超市难以在一线城市打开局面,大卖场和便利店也没有明显优势。

乐购虽然尚以大卖场业态为主,但在英

国本土,乐购亦是多渠道零售商,拥有超市、大都市店、超大型店和便捷店多种业态,与华润方面可以实现对接。业界认为,在大卖场饱和的中国,如便利店、生鲜食品店类的新业态将会成为“推动盈利的业务”。

▼ 记者观察

两强结合留存两大悬念

在乐购和华润成立合资公司的消息确定后,关于乐购品牌是否会消失,以及华润借乐购“出海”的悬念也随之浮出水面。有消息称,由于合并后的公司可能采用一个品牌,华润万家将排在乐购前面。这意味着乐购品牌将在中国消失。对此乐购中国方面表示,目前具体细节双方仍在商讨之中,尚无法确定。“华润和乐购的合作模式很可能是通过互相参股,实现紧密合作,这与大润发、欧尚合并相似,意味着双方将在同一体系下进行双品牌运作。”楚睿商业咨询

公司 CEO 黄文杰表示。此前华润万家收购了太平洋咖啡和苏果超市 80% 的股份,太平洋咖啡和苏果依然完整地保留了品牌,并继续在中国扩张。至于华润万家,能否借乐购实现海外扩张也令人期待。但在陈立平看来,华润与乐购的合作更多的是要稳定及壮大国内市场。“现在中国的零售业面临前所未有的转型期,内资和外资企业都需要进行调整。双方抱团取暖并实现优势互补,这种中外联手的合资模式未来可能会越来越多。”

路通突然离任丰联 联想“自己人”陈绍鹏接管

■ 夏芳

对于丰联酒业来说,公司生于白酒行业黄金十年结束之时,不过,在白酒行业进入调整期后,丰联依然保持了业绩的增长。如今,一手操纵并收购了四家酒企,建立起丰联集团的核心人物路通的离任,引发了白酒业对于业外资本进入白酒的讨论。对于刚刚羽翼有所丰满的丰联集团来说,此次换帅也引发业内的关注。

两年并购四家酒企

对于联想来说,其进入白酒行业的步伐可谓迅速。从 2011 年开始,其先后并购了四家白酒企业,分别是孔府家、武陵酒业、板城烧锅酒和安徽文王贡酒。而这一连串的收购都是在路通的带领下完成的,这也形成了联想控股的白酒板块蓝图。

公开数据显示,联想控股收购四家白酒企业大约动用了近 20 亿元资金。四家酒企都有着一定的历史背景,武陵酒作为十七大名酒之一,可与贵州茅台和郎酒媲美;山东的孔府家也曾是全国名酒;安徽文王贡酒和板城烧锅酒则是区域名酒。

事实上,只用了两年的时间,联想控股的白酒板块已经初具规模,创建之初的联想酒业也更改为丰联酒业。虽然上述四家企业都不是上市公司,但是,在丰联集团相关人士看来,收购比较成功。



“我们收购的四家酒企有高端酒也有低端酒,因此,此轮白酒调整对我们来说,影响不到,收购后企业的业绩均实现了增长。”丰联集团相关负责人对记者表示。

对于路通这个外来人,联想控股也给予了极大的权限,任命路通为丰联集团总裁。然而,在大局初定之后,路通的离任显得有些突然。

对于路通的去向以及离任的原因,记者在丰联集团那里并没有得到确切的答复。“我们也非常感谢丰联集团总裁路通在过去两年里为丰联集团的业务创建所做的贡献。路通对自身的事业发展有新的规划,我们对此表示支持。”

丰联集团换帅

8 月 9 日,联想控股对外宣布,为进一步加强领导力量,全面推进丰联集团实现跨越

式发展,经公司执行委员会讨论决定,联想控股高级副总裁、佳沃集团总裁陈绍鹏将同时出任丰联集团董事长兼 CEO。

联想控股表示,陈绍鹏 1993 年加入联想,转战过多个极具挑战性的市场和业务,为联想集团的发展做出了重大贡献;2011 年加入联想控股后,陈绍鹏充分发挥出极强的学习能力和多年积累的企业管理经验,得到了公司上下的高度评价。未来,陈绍鹏将带领丰联集团进一步研究和推进企业跨越式发展的策略,将旗下现有企业打造成区域内领先的酒业品牌,并将不断审视和把握新的机会,使丰联集团成为提供优质产品与服务,受人尊重、中国领先的酒业管理集团,以回馈股东、员工和广大消费者。

“白酒业是中国的传统行业,历史悠久,与百姓的生活密切相关,有需求,有市场。依托联想控股多年积累的品牌、资本和对企业基础管理的深入理解,丰联集团还具有相当大的发展空间。”联想控股表示,丰联集团作为一家经营管理优质酒业品牌的公司,是联想控股实现中期战略的重要核心资产之一。

对于路通的离任,在业内人士看来,多少有些意外。不过,联想控股十分看好丰联集团的未来。目前,联想控股正在稳步向中期战略目标挺进。“我们相信,通过长期努力,在联想控股执委会的领导下,陈绍鹏将带领丰联集团和佳沃集团不断发展壮大,将两家公司分别打造成酒业和现代农业领域的优秀品牌。”

化妆品市场规模达千亿 国产品牌近年增速超外资



近日在上海家化举行的品牌战略发布会上,众多专业人士指出,我国化妆品市场规模已达千亿元级别,是消费升级的重要领域。随着科研和营销能力的加强,国产品牌近几年增速超过外资,有望上演一场“逆袭”战。

美国波士顿咨询公司董事总经理叶永辉表示,2012 年中国的化妆品市场规模为 963 亿元,仅次于美国的 1439 亿元和日本的 1677 亿元,排名世界第三。虽然近年来中国经济有所放缓,但化妆品市场一直保持 20% 左右的快速增长。这意味着,今年中国化妆品市场将进入千亿元级别。

叶永辉指出,国际品牌占中国化妆品市场的份额在 50%~70% 之间,仍处于主导地位。但国产品牌发展很快,增速已经超过外资。“一般而言,国产品牌更能理解本土消费者的需求。从发达国家经验看,最大本土企业占本国化妆品市场的份额在 15%~25% 之间,而中国只有 2%,国产化妆品的发展空间可想而知。”

作为本土最大的化妆品企业,上海家化近年来成为资本市场关注的焦点。今年 5 月,家化爆发人事风波,但很快得到平息。最近一个月,上海家化的股价涨幅超过 30%,重新赢得投资者的认可。

上海家化董事长葛文耀表示,对国产化妆品发展很有信心,主要源于三点:首先,从新西兰的奶粉到日本的化妆品,海外消费品近来连续曝出质量问题,打破了消费者对洋品牌的迷信。与此同时,国产化妆品质量稳步提高,此消彼长是“收复失地”的关键。

其次,本土化妆品企业逐步具备多品牌的运作能力。此前,中国有过不少成功的国产日化品牌,如大宝面霜和舒蕾洗发水,但因为都是“一招鲜”,最终还是被外资收购。国际经验证明,单一品牌增长持续性不强,外资化妆品巨头均拥有众多定位、功能不同的品牌集群。上海家化在原有佰草集、六神和美加净三大知名品牌的基础上,此次又推出三大新品牌,分别覆盖化妆品专营店、电商渠道和婴幼儿市场,“多品牌”战略进一步强化。

最后,整体消费倾向的变化有利于国产品牌。“我们调研发现,80 后正在成为消费主体,这个人群并不排斥国货。此外,相关领导带头用国货,也为国产品牌创造了良好氛围。”葛文耀说。

本土化妆品企业、伽蓝集团董事长郑春影认为,国产化妆品要在品牌塑造上继续发力。“相同品质的化妆品,国外产品与国内产品相比,价格少则贵出一倍,多则十倍,这就是品牌的力量。”近年来,本土化妆品对品牌的投入非常大。国内热门综艺节目如《中国好声音》和《舞林争霸》的冠名,都有国产化妆品的身影。

“从各种条件看,现在可以说是做国产品牌最好的时期。”葛文耀强调。与前些年国产化妆品陆续被外资收购不同,一些有实力的国产品牌目前正在考虑对外并购。上海家化总经理王茁表示,中国的化妆品专营店正在洗牌,可能会诞生一批优秀的连锁企业,家化将关注有没有机会成为他们的股东。(国商)

专利拍卖招商公告

受专利权人委托,北京金铤宝成国际拍卖有限公司将对下述专利(申请)权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅我公司网站 www.jcbcpm.com, 或致电 010 - 57110083 索取详细资料。

1、一种炭阳极材料的制备方法 (201210458497.2)

一种炭阳极材料的制备方法,工艺流程不复杂,周期短,生产技术易掌握,生产装备均是常规炭阳极生产设备,产品使用电流密度不小于 0,生产成本将会逐步降低,利润更加丰厚。

2、全自动森林灭火工程设备 (201310056514.4)

本发明是由七个系统二项特殊方法十项技术权利组合;在国际首创发明了扑灭森林火情不再使用人工灭火,发明了全自动森林灭火工程设备。

3、金属立体浮雕刺绣 (ZL201220570967.X)

本专利包括衬底、设于衬底上用于排列各种图案的金属线材,本技术刺绣凹凸面过

度自然、流畅,结构更加稳定、牢固,不易变形,可长期保持良好外观,且坚固耐用,装饰效果好。适用于时装、服饰、装饰艺术。

4、一种浴盆 (ZL201220515019.6)

本专利提供的是将淋浴、沐浴结合为一体的全自动塑料可移动恒温浴盆,恒温装置和浴盆本体可拆分、占用空间小、全自动恒温、陶瓷浴缸和塑料浴盆均可用此技术达到恒温、移动方便。

5、车衣收纳器 (ZL201110317561.0)

一种新型车衣收纳器,通过该装置,能一人方便地展开和折叠车衣,收纳整齐、整洁,结构简单,方便携带,适合多种车衣的安装使用。

6、药品收纳盒 (ZL201220479858.7)

本实用新型药品收纳盒是一种医疗护理辅助用具,药品定点放置,标识清楚,一目了然,可广泛用于医院、诊所和家庭贮存静脉药品、瓶装口服药品或分类存放其他小型办公用品等。

7、烘缸、干网的剥离保洁装置 (ZL201220009644.3)

本实用新型公开了一种烘缸、干网的剥离保洁装置,包括机架,机架上设有移动小车,移动小车上装有雾化喷嘴,故障率低,且维修简单、费用较低。

8、热疗器 (ZL201220560574.0)

一种针对鼻炎、膝盖关节风湿、女士痛经、乳房保健的安全低压热疗器面市,只要有插座的地方就可自行热疗,非常方便。

9、高效型无机防水材料

该专利无毒、无味、不污染环境,对人体无害、耐酸耐碱、不燃、抗老化,属于无机刚性材料,施工简单,施工方便,高效防水、防潮、堵漏,投资小收效大,是水利工程、房屋建筑开发及国防军事防水工程理想选择的防水材料。

10、多功能耕整机 (ZL201220584719.0)

本实用新型多功能耕整机,是装卸机和耕整机二合一组成的,其包括支架、驾驶室、发动机,功能多样,使用成本低,技术上和质

量好,耙地的效果深、快、好、功能多。

11、节能水箱 (201210533687.6)

一种节能水箱,包括水箱本体和热交换管,水箱本体分成多个水箱单元,其不仅加热时间快,而且热交换管的热量可以得到充分的交换,热量得到有效的利用,其节能环保,省电更省时。

12、植物源广谱杀菌剂 (201210451307.4)

本发明公开了一种植物源广谱杀菌剂,从纯植物中提取得到的植物提取物复合后产生植物源广谱杀菌剂,具有高效、价格低廉,对环境友好、不易产生抗药性、对人畜无害的优点。

13、一种天然美发美肤护理剂及其使用方法 (ZL2011110188327.2)

“一种天然美发美肤护理剂及其使用方法”是一种全方位的天然植物外用护理品,不仅具有一般洗护发品的基本特性,更具有营养、健康环保性,阻止秃顶的泛滥延伸,还原健康发质属性。

国药准字H46020636

快克®

复方氨酚烷胺胶囊

适用于缓解普通感冒或流行感冒引起的发热、头痛、四肢酸痛、打喷嚏、流鼻涕、鼻塞、咽痛等症状,也可用于流行感冒的预防和治疗。

请在医生的指导下购买和使用

海南亚洲制药生产

海南快克药业总经销