

康师傅排他性销售 统一渠道损失惨重

□ 袁益

据一位康师傅和统一共同的经销商介绍,康师傅与统一的矛盾今年曾激化到“见血”的程度。今年清明节,双方在安徽淮南的销售人员就因为方便面摆放问题大打出手,致使统一的王姓业务员腹部受到多处刀伤。类似的情况在沈阳的一家批发超市也曾发生。

A.跟我走,甩掉他

记者致电几家沈阳的超市了解情况后得知,当地许多超市现在几乎都已经将统一方便面下架,主要原因是因为超市的老板和康师傅签订了一份协议,今年他们都不再卖统一的方便

面了。“我们跟康师傅签了合同了,只能卖他家的面,他们都是给现钱的。”某超市孙经理告诉记者。

记者随后拿到了一份康师傅控股的沈阳顶益食品有限公司与某销售网点签订的供货协议,该协议最后手写的补充条款中提道:“保留辛拉面一种品项,其余都是康师傅,每月500元。”

上述经销商告诉记者,虽然每一个销售点的协议书内容会有所不同,但在协议的最后几乎都会有关于该网点不得在协议期内销售统一方便面的内容,而且还会注明协议期内该网点每个月能够获得若干金额的货架使用费。

方便面的销售渠道主要集中在超市、零售店及批发市场。其中,私人超市、零售店占据了总销量的六成,而这个比例在东北地区可能更高,而现在这些渠道都被康师傅牢牢掌控。

不过,康师傅发言人陈功儒则对

“去统化”的说法并不认同。“据我了解,沈阳发生的这些情况主要集中在特通渠道,进这些渠道本来就是需要竞标的,而今年我们给的条件比较好,所以才会出现大部分渠道销售我们的方便面的情况。”陈功儒说。但他同时又强调:“去年康师傅的毛利率下降了1.59%,我们没有必要在毛利率下降的时候,再去额外推高成本。就拿碗装方便面举例,一盒碗装方便面的利润只有8毛钱,如果我额外支付货架费的话,需要卖出多少碗面才能把货架费赚回来呢?”

但是,据上述统一的内部人士称,沈阳市区的所有3000多家私人超市原本都能够买到统一品牌的方便面,只要支付货架的使用费,统一可以进入任何一家私人超市,无非是占有多少比例的货架而已。但从今年元旦开始,沈阳1/3左右的私人超市里已经找不到统一的方便面。

陈功儒认为,商家在调整进货品种或者签订专卖协议时最终考虑的是商品售卖的情况,他们毕竟是销售点而不是仓库。

B.源于新品竞争

AC Nielsen 2011年12月零售市场研究报告的调查显示,2011年康师傅在方便面市场的占有率高达56.7%。那么,究竟是什么原因使得占有绝对优势地位的康师傅如此不惜成本地扩张渠道呢?

调查数据还显示,在酸菜口味方便面的占有率上,康师傅还不到20%。而酸菜口味正是统一在2008年率先推出的,即老坛酸菜牛肉面。2011年,全国范围内的统一“老坛”面销售

策划词

5月份以来,不少消费者都发现,在东北地区,尤其在沈阳的大部分大超市、大卖场以及小型的私人超市内,基本上已经停止销售统一方便面。与此同时,货柜上摆放的康师傅方便面倒是占了将近八成。

统一内部人士告诉记者,统一从今年年初开始已经损失了近4万个销售点,按每个销售点每月5000元的销售额来算,统一最起码损失了2个多亿。“统一销售点的大量损失和康师傅所采取的一系列排他性销售策略有着密不可分的关系。”



额接近40亿元,也使得酸菜口味成为众多方便面口味中的新宠。

受到统一的启发,2011年,包括康师傅、白象、华龙、华丰等几乎所有方便面厂家都开始推出自己的酸菜面,其中康师傅的陈坛酸菜牛肉面全年销售额达到了10亿元左右。

上述经销商认为,作为行业内的龙头企业,康师傅在酸菜口味上做得并不如其他厂家成功,这使其充满危机感。而且,从销售的情况来看,康师傅的陈坛酸菜牛肉面在短时间内赶上统一的“老坛”又有一定难度。

“康师傅在东北历来保持着很高的市场占有率,在康师傅整体收益中占有相当高的比例,因此无论如何也要保住其在东北的市场。既然在产品竞争上没有优势,那么就将产品竞争直接转向销售竞争,通过提高货架使用费的方式来提高自己的竞争力。”该业内人士告诉记者。

沈阳某大学学生超市的老板告诉记者:“康师傅今年在铺货上下了血本,只要我们不再卖统一的老坛酸菜牛肉面,就会给我们提高货架的使用费,这些都是写进协议里的。”

那么,这种通过在协议中添加条款来排除竞争对手的方法是否属于恶意竞争呢?

上海广海律师事务所律师吴宇宏告诉记者,协议是在双方自愿的情况下签订的,超市还能够从该协议中额外获利,因此并不违法。但如果从消费者的角度来说的话,这种行为可能会在一定程度上损害消费者的选择权。

C.恶斗即将开场

业内人士认为,尽管康师傅通过

签订协议的方式,使统一方便面越来越少地出现在东北市场,但这种做法对康师傅自身也将有所损害。

据知情人士向记者透露,康师傅为了抢占市场份额,曾向某超市支付了2500元的费用,但康师傅方便面在这个超市每个月的销售额实际上只有5000元左右,很明显是亏钱的。就目前康师傅所发动的这一轮竞争攻势来看,成本问题马上就会凸显出来。

而在大学超市这样的特供点中,康师傅每月支付的费用是8000元,而月销售额则不到3万元,几乎没有利润可言。

另外,在批发市场中,康师傅为了让批发商停止进统一的“老坛”,不仅答应给予更多优惠,同时还承诺原价收购批发商手中剩下的统一方便面,然后打折转卖给一些不重要且还在售卖统一方便面的商家,这又是一笔不小的开支。

“有一次,康师傅的销售人员想要以批发价回收统一方便面,恰巧碰到了统一的销售人员,双方20多人还就此发生对峙。”一位沈阳某批发市场的老板告诉记者。

“康师傅的策略很明显,利用自己实力雄厚的优势,全面抢占市场份额,控制渠道,然后拖上半年左右,让统一在东北彻底没有了市场。这样来看,康师傅先期的投入都是非常值得的。”上述知情人士告诉记者。

记者了解到,统一并不会“坐以待毙”,有消息透露,现在统一也准备开始与超市签订协议,给超市比康师傅更为优厚的条件。

“现在的确有统一的销售人员在和我谈条件。谁出的费用高,我们就摆谁的货。”一位超市老板直言。

助力科考 光明乳业拟建南北极“营养补给站”

来自光明乳业提供的最新信息显示:在为期3年的合作中,光明乳业将全力支持中国南北极考察工作,目前已经在雪龙号,南极的长城站、中山站、昆仑站上建造了“光明优+营养补给站”,为每位科考队员每天补充营养。此外,光明还计划在北极的科考站建造“营养补给站”,改善北极科考队员的饮食条件。

中国第28次南极科考队载誉归来。在巨大的殊荣背后,看似一片坦途的南极科考之行隐藏着不为人熟知的奇艰险阻,同时对科考队员的身体素质也是极大的考验。作为此次南极科考的合作伙伴,光明乳业近日为归来的勇士举办了隆重的欢迎仪式。在仪式上,珍贵的南极水被作为礼物赠送给这家以纯净品质为追求的企业。

据悉,今年光明乳业还将在上海、杭州、南京三地各展开一天路演,将有雪龙号大型仿真模型展及南极相关影像资料展,以呼吁消费者关注环保,并现场掀起“争当环保志愿者”及签名征集活动。

(秦伟)

房企“零拿地”频现 巨量土地储备成负担

□ 宋尧

当A股上市房地产企业库存总量攀升至1.37万亿元时,去库存化已成为不少房地产开发商2012年最主要的工作。

以世茂地产为例,按照2011年的竣工速度,其土地储备可供其开发17年,而这在中国房地产公司中并不鲜见。

消化掉这些房地产黄金时代留下来的遗产,要花去一些开发商很长的时间。在漫长严厉的楼市调控博弈中,一些房地产业大佬们已经意识到转折即将来临——房地产业高速增长的时代已经结束了。

而作为那个时代的产物——为高速增长而准备着的巨量储备土地,也多少显着有些不合时宜了。

为未来储备?

不管如何,去库存化事实上已经开始。第一季度,几乎所有的开发商都削减了在土地市场的投入。在A股排名前10的开发商第一季度仅投入143亿元新购土地,仅为2011年同期的30%。而富力、华润、金地和绿城4家房企更是罕见的“零拿地”。

不过,与2008年开发商被动地削减土地投入相比,当下开发商的行为却多少有主动为之的意思。“都亮跟我说,万科拼命卖楼收钱的原因不是为了抄底,是为了保命。因为万科太大了,万一又有什么风吹草动,这个钱就是保命钱。”世联地产董事长陈劲松透露。

而在第一季度完成了超过70亿签约销售额的世茂房地产,其公司也有内部人士对记者表示,世茂目前土地足够满足开发需求,暂时不会有拿地的计划。

事实上,以当下的销售速度计,排名前列的大型开发商均有足够的土地以应对未来数年的发展。以世茂地产为例,据其2011年年报披露,截止至2011年底,其土地储备规模达到3950万平方米,而2011年竣工楼面面积不过332万平方米,施工面积也

不过720万平方米。

即便以容积率1.5折算,以2011年的竣工速度,其土地储备可供其开发17年。而这在中国房地产公司中并不鲜见。

一份来自国土资源部的数据显示,截至2011年底,我国尚在开发过程中的房地产用地宗数和面积分别为1504万宗、47.99万公顷,这个数字相当于过去3年年均供应量的4倍。假如以其中一般属商品房用地,且以容积率1.5折算的话,其转化为商品房开发面积便高达36亿平方米。足够开发出4000万套90平方米的住宅。如能全部开发完成,足以改变目前市场上的供需关系。

而国土资源部人士透露,绝大部分土地均是在最近5年里供应到市场的。

房地产开发商在过去几年的疯狂投入可以从保利地产的发展中窥见。在过去3年,保利是中国房地产界扩张最猛的公司,3年拿地资金总计超过1000亿元,其中2009年410亿元、2010年553亿元、2011年228亿元。仅2009年,购入土地成本便占到了保利当年销售收入的九成以上。

投入远大于产出,这样的疯狂让人难以理解。但只要回顾过去10余年大型开发企业的生长速度,就能明白所以然。

2011年,中国最大的房地产开发商万科的年销售额为1215亿元,而在12年前,这个数字仅为20亿。12年间销售额增长60倍,其中在2004年实现了144%的翻番增长。而支撑这么高速增长,就是看似不可思议的天量土地储备。

“假如在土地储备上过于保守,那发展的速度无疑要大受抑制,这便是过去10年留给开发商们的经验。”一位地产分析人士认为,问题是,下一个10年呢?

楼市下半场

陈劲松的一条微博近期引发关注。他认为,如果将过去10年房地产发展的黄金时期看作是足球比赛的



上半场的话,那从2012年开始,这场比赛的下半场已经开始。“人口红利进入减弱期,城市化增速放缓,低附加值行业面临巨大压力。”

华远地产董事长任志强则认为,23岁人口的数量将在2015年达到最高点,此后逐年下滑。

类似的观点也曾被住建部政策研究中心主任秦虹所表达,在年初的一个论坛里,她强调“未来10年中国房地产企业仍有空间增长,但是增速会放慢”。而所依据的也是一组城市化方面的数据,过去10年来,中国城市化率年均增长率1.35%,而在“十二五”规划中,这个速度将下滑至0.8%。

尽管对人口红利开始消散及城市化速度的放缓所带来的影响到底有多大尚未有准确一致的评估,但上述业内人士普遍认为,从长期来看,

这一趋势对房地产行业的影响显然要超过正在进行中的楼市调控。

陈劲松认为,未来商品住宅的周期性变动,价格波动的情况显然会越发频繁,过去那种房价单边只涨不跌的情况会越来越少见,而这会对开发商的资产收益、变现、管理服务的专业性要求越来越高。

这样的变化或许将给当前主流开发模式带来冲击。但任志强认为二线城市和三、四线城市在城市化高速发展的加速期,蕴藏着新的机会。

倒是当下不合理的产业政策和制度设计会给开发商带来更大的考验。“我们今天有一个共识:有一批过去吃得太多的开发商要倒在黎明前。”在4月底的一个论坛活动上,任志强、陈淮、潘石屹等都这样认为。



可口可乐(山西)饮料公司发布会现场

可口可乐就余氯事件追责 山西公司总经理辞职

□ 刘利平

上月曝光的可口可乐(山西)饮料公司余氯事件继续发酵。4月28日被山西质监局认定媒体报道情况属实后,已被要求停产整改,同时,还透露出可口可乐(山西)方面删除了相关的生产资料,引发了消费者的关注与质疑。

针对此事,可口可乐大中华区日前在位于山西太原的可口可乐(山西)饮料公司召开了记者发布会,就这一事件的处理对媒体作出说明。

可口可乐大中华区总裁鲁大卫在会上就2012年2月4日至8日期间发生的余氯水混入可乐产品中事件向公众进行道歉,鲁大卫说,这一事件的发生和相关问题处理过程中发生的事件,都有悖于可口可乐产品的品质精神。

鲁大卫还承认,在山西质监局调查期间确实发生了员工没有配合调查的行为,个别员工删除了相关工作邮件,将对相关人员按照规定予以处分。

在本次记者会上,可口可乐大中华区还向媒体公布了就这一事件的责任追究事宜。鲁大卫表示,山西可口可乐总经理已因此事辞职,新任总经理已上任。此外,公司的多个关键管理岗位也将被调整。

此前,可口可乐瓶装投资集团中国公司通过官方微博宣布,“更换回收已售出的含氯批次产品并销毁”。但由于措施中未提到“退货”的措施,而被广大消费者质疑。就此问题,可口可乐(山西)饮料公司董事苏燕在会上表示,可乐公司将对这些批次的产品实行退、换货处理,并明确表示,即使是已经饮用过的,空瓶也可以成为退货的凭证。

鲁大卫在会上并未透露新任总经理的人选,记者在现场求证是否由苏燕接任,她并未明确做出否认。

事件进程:

4月17日 可口可乐(山西)饮料公司员工向记者爆料,因管道改造,致使消毒用的含氯处理水混入公司9个批次共计12万多箱的可乐产品中,目前部分产品已被当作合格产品销售往市场。

4月17日下午 山西可口可乐向记者发来声明表示,产品含氯属误传,并称出厂的所有产品,符合国家有关质量的法律法规,是安全可靠的。

4月18日 山西质监局对该事进行了调查,并在凌晨4:45对媒体通报了情况。

4月19日 山西省质监局发布消息称已经成立调查组进驻可口可乐(山西)饮料有限公司,将对相关问题进行全面调查。

4月28日 山西质监局认定媒体报道情况属实。同时在调查中,还发现该公司存在个别生产条件不符合相关规定的问题。质监局对可口可乐(山西)公司作出了停产整改的行政处罚。

可口可乐公司也表示,尊重山西省质量技术监督局对我厂生产管理方面作出的处理意见,并已对质监局提出的相关问题立即进行了整改。

5月3日 有媒体报道称,可口可乐对于被曝光批次的产品只换不退。可口可乐被指傲慢。

协办单位:

海南亚洲制药有限公司

董事长 **楼金**
总经理:

地址:
海口市国际商业大厦12层
电话: 0898-66775933
传真: 0898-66700763