奶企出海别一窝蜂扎向澳洲新西兰

■ 伊晓霞

我们的本土奶企,目前奶源布局更多在新西兰和澳洲,这里有最好的原料,却没有产品和品牌优势,而欧洲在这方面的优势更胜一筹。未来乳企战略性走出去的方向应该更多放在欧洲。

11 月 6 日,蒙牛雅士利投资 11 亿元人民币的新西兰工厂正式投产。作为蒙牛雅士利的全资子公司、首家运营的海外工厂,其建成后年产婴幼儿配方奶粉可达 52000 吨,产品将以罐装成品及 25 公斤大包装基粉的形式供应给雅士利国际。

细数中国奶企在海外的投资,最先是澳优收购海普诺凯并在荷兰建厂、光明投资新西兰新莱特乳业。随后,伊利在新西兰建大洋洲乳业生产基地。而目前除了蒙牛雅士利的新工厂开业外,新希望也刚刚宣布在澳洲投资 23 亿建首个万头牧场,而圣元在法国的新工厂也有望明年投产。

奶企纷纷出海意欲为何?不可否认,"成本"是最直接的原因。据业内分析,由于新西兰得天独厚的自然条件,奶源的成本很低,以雅士利为例,随着新西兰工厂的投产,有望使雅士利奶粉成本降低至少 20%。

但把眼光放得更深远一些,则能看到中国奶企打造多元化奶源结构、走国际化道路的愿望。

雅士利国际总裁卢敏放曾向笔者表示,其新西兰工厂产能可占总量的一半。虽然此前雅士利关闭了一个国内工厂,但海外工厂投产后,国内的生产不会出现新的大幅度缩减。而除了在新西兰布局,雅士利还引入了由丹麦 arla 公司生产的 arla 美儿乐奶粉新品。卢敏放也透露,未来的奶源会呈现中国、新西兰和欧洲三大格局。

中国奶企不是单纯为了转移产能而去国外建厂,他们希望的是建立一种达到平衡关系的多元化布局。而目的,就是规避消费市场的信任风险。而这一风险,并不仅仅来自中国市场。卢敏放向笔者坦言,消费者的心理喜好是三十年河东三十年河西,喜欢哪个都不好说。就在十几年前,洋奶粉曾出现二口恶英事件,当时所有奶粉都标榜自己是中国奶源生产的,雅培、多美滋纷纷寻找中国牧场。

要注意的是,在食品领域,奶粉、特别是婴幼儿奶粉因关系到下一代的成长,安全问题备受关注。在这一行业中,任何一个品牌的形象都可能在一夜间倒塌,几年内都无法重建。可以回顾一下,以往发生的苏丹红、孔雀绿事件,一年甚至半年时间就被消费者淡忘。而 2008 年的奶粉事件发生后,业内曾估计三年内可消除影响,没想到七八年过去了,消费者依然对国产奶粉持谨慎选择的态度。而奶源结构多元化后,就算其中一两个奶源出现问题,其他的还可以顶上,不会给企业带来"全盘皆输"的危险。

奶企比任何人都明白以上的道理,这也是海外奶源之战越打越火热的原因。但要提醒企业的是,正是由于整个行业都纷纷祭出"海外奶源"这一卖点,以至于好奶源的"广告效应"正在下降。特别是海淘和跨境电商的兴起,让消费者可以非常方便地用比以往低廉的价格买到来自任何奶源地的产品。

而我们的本土奶企,目前奶源布局更多是在新西兰和澳洲,这里有最好的原料,但却没有产品和品牌优势。中国奶企在海外布局的同时,应更多聚焦在品牌和工艺上,而欧洲在这方面的优势更胜一筹。未来乳企战略性走出去的方向应该更多放在欧洲。

楼市冷热不均 需"分城施策"

■ 潘璠

在传统的"金九银十"之际,各地房地产市场冷热不均。由此说明,楼市调控政策不能"一刀切",需分城施策、因地制宜。在销售持续下降、空置不断加大的三四线城市,不妨由主管部门牵头,有的放矢地调整和出台相关措施;在房价上涨过快的一二线城市,坚持商品房屋的居住属性,继续控制投资性购房,以满足广大民众的刚需和适度的改善性需求。

10 月刚过,有关楼市"金九银十"销售情况的报道引发关注。在传统的"金九银十"之际,各地房地产市场却是冷热不均,不同地区甚至可以说是冰火两重天。

中国指数研究院 11 月 1 日发布的百城价格指数显示,10 月份,全国 100 个城市(新建)住宅平均价格为 10849 元 / 平方米,环比上涨 0.30%,涨幅较上月扩大 0.02 个百分点。有媒体引自上海链家市场研究部消息称,10 月份,上海市成交量与成交均价较 9 月份同比涨幅均在三成以上。据天津市房管局统计,9、10 两个月,天津市新建商品住宅成交量同比大涨 98%。在二线城市武汉,"金九银十"最后一周,新建商品住宅成交面积和成交套数也创年内新高。

但在一些三四线城市,房地产市场又是另外一番景象。"金九银十"已过,银川楼市成交量未见井喷;昆明楼市"金九月"销量大幅下滑,"银十月"接近尾声时,市场依旧冷清。

上述数据显示出的"金九银十"楼市冷热不均、房地产市场分化加剧的趋势,与全国 9 月份相关数据基本一致。分析背后的原因,既与各地地理位置、功能定位及近年来房地产投资力度有关,也是宏观经济形势及宏观调控政策作用的结果。部分三四线城市,在宏观经济增速放缓、转型升级力度加大的背景下,商品房供应显然已经超出支付能力的需求。而部分一二线城市,则在持续降息降准、放宽首套房贷认定标准、扩大二套房贷比例、放松限购限贷限外等一系列调控政策的刺激下,释放了部分改善性需求和投资性需求,使楼市呈现量价齐涨的局面。

由此说明,楼市调控政策不能"一刀切",需分城施策、因地制宜。在销售持续下降、空置不断加大的三四线城市,不妨由主管部门牵头,协调各相关部门,积极开展调研,摸清本地的房屋存量、预期增量、本地居民及外来常住人口的居住、收入状况,有的放矢地调整和出台相关措施。而在房价上涨过快的一二线城市,决策者要充分意识到高房价对百姓日常生活和实现全面建成小康社会目标的影响,通过维持或恢复以往曾经行之有效的调控措施,坚持商品房屋的居住属性,继续控制投资性购房,以满足广大民众的刚需和适度的改善性需求。

与此同时,还应该看到,在世界经济复苏依然缓慢、中国经济步入新常态的背景下,以投资特别是房地产投资拉动经济增长的模式已经难以为继。近一年多来,全国固定资产投资增速持续下降,1 至 9 月,全国房地产开发投资增速更是降至 2.6%,回落幅度大、速度快。当前宏观经济运行的亮点是服务业,新产业、新产品、新业态快速发展,这些都表明我国转型升级正在取得积极进展。

因此,无论是三四线城市还是一二线城市,都应该一方面在坚持居住属性的基础上,以市场为导向,允许房价向符合价值的方向合理回归,满足更多居民的居住需求;另一方面,更要改变对土地财政和房地产业的过度依赖,通过引导"大众创业,万众创新",积极培育和发展新的经济增长点,使国民经济保持持续良好稳定的发展。

传统零售业 O2O 败在忽视闭环效应

■ 林春浩

当传统零售业能够提供电商的消费体验,并拥有电商一样的价格优势后,必将赢得更多实体店所在区域消费者的青睐。

近年来,由于受到电子商务的冲击,国内很多百货企业都在努力寻求转型,很多企业试水 O2O,但失败案例层出不穷。针对国内很多百货零售实体企业试水 O2O 失败的现象,中国商务部新闻发言人沈丹阳 4 日回应称,这主要是由于内功修炼不够所致。

在网购的冲击下,今年以来主要零售企业在国内市场关闭了不少门店,有人担心"双 11"之后又会迎来一波"关门潮"。近几年来,中国电商的发展越来越迅猛,不断地蚕食着传统零售业的市场份额。虽然传统零售业面对电商的冲击,普遍采取了各种反击策略,但由于营业杠杆远高于电商,消费辐射面却远低于电商,而且,任何一个零售店的产品品种的类目,也远不如电商大平台。因此,只要非生活急需用品,零售店的订单就随时面临着电商狙击的风险。迫不得已之际,传统零售业才选择了拥抱电商,期望通过"以彼之道,还施彼身",收复失去的市场。但令人遗憾的是,传统零售业的电商化之路却并不顺利。

那么,大多数传统零售企业在拥有了电商平台后,为什么反而继续呈现出衰落的气象呢?这主要源于当前零售业的电商平台只是个摆设,完全没有发挥出电商应有的作用。传统零售业要想有效避免被电商"赶尽杀绝"的命运,必须更加注重实现电商平台与实体店线上线下的闭环效应。

虽然众多零售实体店已经拥有了电商平台,但是,这些平台普遍知名度不高,吸引客流量的能力相当薄弱,注册用户量极其有限,通过电商达成的交易量更是少之又少。从某种程度上来看,电商对于零售业而言,其实依然是一种赶时髦的摆设。

对于传统零售业来说,与其模仿目前已有的电商商城,不如紧密结合自身的优势,特别是地段优势所带来的服务周边居民的便利性。当传统零售业能够提供电商的消费体验,并拥有电商一样的价格优势后,必将赢得更多实体店所在区域消费者的青睐,因为这类电商平台的物流速度更快,而且售后服务更加有保证,而且这样商圈式的经济也更加符合 O2O 的特征。

对于传统零售业来说,与大型电商相比最大的优势正在于这种闭环效应,在打好物流基础的前提下,通过完善线上下单,线下交货,支付结算,以及消费者满意度信息反馈等流程,有效实现 O2O 闭环服务。目前,大部分实行 O2O 服务的零售店,基本都只是停留于简单的送货上门,但对各环节服务的质量,却缺少服务质量的评估,更缺少强化服务链条的有机运行。

电子商务可以"互联网 +",零售业也可以"+ 互联网",没有什么业态会是一成不变的,互联网时代尤其如此。未来零售业之争并不是线上网店和线下门店之间展开,也不是零售平台之间的战争,而是传统零售商和新型零售商之间的真正较量。

就业转型期 即将到来

■ 叶檀

中国是个制造业大国,依靠制造业解决庞大的低端就业人口。现在制造业下滑,"互联网 +"创新企业开始遭遇资本寒冬,仅靠服务业难以满足就业需求。

今年的出口数据逐级下降。海关数据显示,今年前 10 个月,我国进出口总值 19.93 万亿元人民币,比去年同期下降 8.1%。

其中,出口 11.46 万亿元,下降 2%;进口 8.47 万亿元,下降 15.2%;贸易顺差 2.99 万亿元,扩大 75.3%。10 月,我国进出口总值 2.06 万亿元,下降 9%。其中,出口 1.23 万亿元,下降 3.6%;进口 8331.4 亿元,下降 16%;贸易顺差 3932.2 亿元,扩大 40.2%。按美元计,10 月份进口下降 18.8%,连续第 12 个月下滑,但降幅较 9 月有所收窄。

现实出口数据应该与海关统计数据大体一致,从广交会等的冷清程度可见一斑。

目前,人民币汇率与利率的吸引力不大,由于很多企业主进行资产配置,需要换成美元或者港币,企业造假多报出口、少报进口的动力不足,而是相反,会少报进口。

从民营企业数据看就是如此,进出口比重提升,前 10 个月,民营企业进出口 7.28 万亿元,下降 2.8%,占我国外贸总值的 36.5%,较去年同期提升 2 个百分点。

其中,出口 5.13 万亿元,增长 2%,占出口总值的 44.8%;进口 2.15 万亿元,下降 12.6%,占进口总值的 25.4%。出口小幅下滑,进口大幅下滑,结汇必定减少。

香港与内地的贸易数据是一面镜子。

数据显示,前 10 个月,内港贸易总值为 1.61 万亿元,下降 11.6%,占内地外贸总值的 8.1%。其中,对港出口 1.55 万亿元,下降 11.7%;自港进口 535.3 亿元,下降 10%;对港贸易顺差 1.5 万亿元,收窄 11.8%。根据香港地区的数据,继 8 月份录得 7.4%的跌幅后,9 月份香港商品进口货值为 3531 亿元,同比下跌 7.6%。至此,香港商品进口已连跌 8 个月。

制造业采购经理人指数印证上述情况。

10 月官方制造业 PMI 为 49.8。从 PMI 五大主要分项来看,生产、原材料库存、从业人员和供货商配送时间指数有所下降,仅新订单指数出现小幅上升。对去年同期,新订单和新出口订单的变化分别为 −1.9 和 2.8。内需与外需同样疲软。反映中小企业的财新 PMI 数据,新出口订单指数为 6 月来首次返回扩张区域,但订单不旺,就业人员指数在最近两年持续在 50%下方徘徊。

中低端制造业转型到东南亚、南美是明确的趋势。与 2003 年前后不同,当时耐克等转移遭遇基本建设不配备、物流不畅的障碍,而现在,这些障碍大致得到了解决。

在欧美超市,从服装到食品,中国货物的量都在下降,只有家电、机电产品持稳上升。乐观主义者会说,这是中国经济结构调整必须经过的阵痛,别忘记,中国未经过培训的低端劳动人口数量。

根据"十三五"规划建议,到 2020 年,有 1 亿农村居民转变为城镇居民。目前按常住人口计算,我国城镇化率已接近 55%,城镇常住人口达到 7.5 亿,其中有 2.5 亿农民工群体,1 亿进城,并且,农村人口增长高于城市。

根据统计局最新数据,我国总人口 2014 年近 13.7 亿,就算城市常住的 2.5 亿都拥有城市户籍,仍有 5.2 亿农村居民,还有 0.7 亿左右极端贫困人口。从动态来看,农村贫困人口生育率高于城市,如果到 2020 年还有 5 亿左右未经过培训的农村劳动力,中国制造业该怎么办?

近期,华为、百度、联想、阿里、腾讯等接连有大型互联网公司进行人员调整。发烧的市场、发烧的资本被浇了一桶冰水。事实上,创业企业能超越五年生死线的不超过 10%。

无论从制造企业、还是从创业企业来说,伴随就业困难的最艰难的转型期即将到来,需要极端务实与高安全边际的个人与企业,才能闯过寒冬。

"短命马路" 究竟掩埋了多少真相

■ 王石川

郑州陇海路与中州大道交叉口的陇海高架快速路 11 月 1 日正式开通,五天后一层路面却被再次挖开,对于这处图纸上的改动,郑州市规划部门工作人员声称,并不知情。不排除有可能是领导现场调研,根据现场情况临时做的修改决定。(11 月 8 日 央广"中国之声")

建成仅仅 5 天,就惨遭毁掉,这条马路可谓短命。好不容易建成,为何匆匆挖开,相信所有关心此事的人,心中都会有一个硕大的问号。按照常识理解,即便再财大气粗钱花不完,也不会干出如此愚蠢的事,其中必有蹊跷。正在人们盼望有下文,需要一个交代的时候,郑州市规划部门一工作人员却声称不知情。

所谓的并不知情,或非撒谎。问题是,规划部门最有权知道具体情况的,连规划部门的工作人员都不知情,那么谁能知情?既然相关图纸几年前就通过了审批,那么为何到了现如今刚建好就拆掉?这说明有两种可能,一是当初的规划不科学,审批有问题。另一种情况是,规划和审批都没问题,现在做出拆掉重修的决策有待商榷。二者必存其一。

这条短命马路,在舆论场中被热议。有人想到了急功近利的规划;有人想到了"四拍官员",即决策时拍脑袋、指挥时拍胸脯、失误时拍大腿、追查时拍屁股;有人想到了可能存在的腐败,"拆拆挖挖,挣俩花花";还有人想起了一个段子,某官二代问其父,为何不停地把造好的路挖掉重修,其父让他去冰箱里拿一块肥肉出来,又让儿子放回冰箱,然后问道:"你看看手上有什么?""油水!"不能说郑州这条路背后一定有腐败,但是如何才能打消公众的猜疑呢?

关于科学规划,《梦溪笔谈》记载了海州知府孙冕的故事。大致经过是,在他履职的海州,当地某分管官员建议建三个盐场,遭到孙冕反对,称不能只顾眼前利益,如果盐卖不出去,不仅劳民伤财,还会导致亏损负债。然而,真知灼见并未被采纳,后来当地民众果然深受其害。我们今天的官员,应该以此为鉴。

5 天内一修一挖,即便再有理由,这样做也会产生公帑的浪费。所以,对于短命公路,理应展开调查,给公众一个说法。"纳税人的血汗钱经不起如此糟蹋,政府公信力经不起如此开挖",人民日报官微如是评论这条短命路。笔者认为,真相究竟如何,当地的权威部门不能继续沉默下去了。

可以给烟草企业捐赠 设个苛刻前提

■ 黄齐超

截至本月底,《慈善法(草案)》将在中国人大网公开向社会征求公众意见。7 日,来自国家卫计委、中国疾控中心、新探健康发展研究中心以及中国控烟协会等专家联名呼吁,在慈善法中禁止烟草捐赠。据了解,国家卫计委在全国人大征求意见时,已明确提出建议禁止烟草企业以捐赠名义开展慈善活动,并且增加处罚条款。(11 月 8 日《北京晨报》)

烟草企业打着慈善捐赠的幌子,行宣传报道之实,变相地推广自己的香烟品牌。现实中,这样的例子并不少见,比如烟草企业冠名的慈善活动,比如烟草企业捐赠且冠名的希望小学等等,这是我们痛恨的烟草企业借慈善而变相宣传。显然,它与我们控烟禁烟的社会主流认识背道而驰。

吸烟危害健康,控烟应是大势所趋。正是基于烟草企业"伪慈善"的忧虑,多名专家联名呼吁,在慈善法中禁止烟草捐赠。因此,烟草企业于整个社会来说,都是一个十足的"坏人",他们应成为公众同仇敌忾的利益集体。不过,"坏人"也有做善事的权力吧?一刀切地对烟草企业慈善说"不",未必是正确的姿态。更何况,我们的慈善事业还处在艰难的爬坡期,需要正面的引领。

慈善法应充分考虑《烟草控制框架公约》的相关规定,禁止烟草企业借慈善进行变相的表彰、宣传、报道,这一点没有错。但是,是否全面禁止烟草捐赠,是否禁止接受烟草捐赠,这个问题应该可以商榷的。试想,一个贫困的家庭,一条挣扎在死亡线上的生命急需救助资金,如果某烟草企业偷偷地进行捐款救助,我们还能忍心阻止并说三道四吗?

概而言之,我们不必对烟草企业捐赠一棒子打死,而是设个苛刻的前提——捐赠行为不署名、不冠名、不宣传报道、没有任何不良企图。因此,如果烟草企业没有任何的不良动机,而纯粹是为了慈善,想做个默默的雷锋,那么,我们为其开绿灯又有何不可呢?窃以为,只要慈善管理部门设置苛刻的条件,进行严格的审批即可,事实上,给烟草慈善一条缝隙还是应该的。