

洋奶粉恃宠而骄, 每年涨价超10%

市场份额急剧上升控制市场定价权, 专家呼吁要给洋奶粉涨价“上规矩”

“××奶粉又涨价了!”今年以来,家有宝贝的父母一去超市买奶粉就会有“新发现”,这些涨价的奶粉以洋奶粉为主,也有国产品牌加入其中。洋品牌声称涨价的原因无外乎原料成本升高、换包装、配方升级等,然而记者深入调查发现,这些都不足以支撑洋奶粉每年平均高达10%以上的涨幅,还有更深层次的原因。

□快报记者 陈英

一罐洋奶粉两年涨50多元

陈女士的女儿2008年11月份出生,一直吃雅培奶粉,所以很关注这一洋品牌奶粉的价格。“女儿刚出生时买的雅培1段,182元一罐;到了去年9月份,就因为换了新包装,涨到了210元以上;前几天去超市,看到又涨了,1段现在是236元一罐。”不仅是1段,2、3段也一样,两年下来,一罐奶粉都涨了50

多元,平均一年要涨15%左右。而陈女士家的花费,仅宝宝奶粉这一项,一个月就达到上千元。

不仅是雅培,包括惠氏、美赞臣、多美滋等几乎所有的洋品牌在这几年里都多次调价,就以近两年为例,2008年3月,惠氏、美赞臣、雅培等占主流地位的进口奶粉纷纷提价,涨幅为5%至

20%;去年7月,以惠氏为首的洋奶粉涨价风再次刮来,多个品种价格都提高了,其中最高的涨幅超过10%;到了今年5月份,惠氏再次借配方升级为名推出新包装,价格平均上调5%,个别品种如金装幼儿乐一罐涨了20元,涨幅达12%。洋奶粉与国产奶粉的价格差距也越来越大。

所谓成本上升无数据支持

成本上升、换包装、配方升级等,洋品牌奶粉每次涨价,都是老三样理由,尤其是成本上升,显得理直气壮。但很多消费者不禁质疑:生产成本是不是年年都上升?升级的配方到底比老配方提升多少内在价值?每年10%—15%的提价幅度是否合理?

虽然洋品牌奶粉动不动以成本上升为理由传出涨价消息,然而实际上,原料的价格变化数据无法对洋品牌提价的事实形成支撑。全球最大乳品原料出口商新西兰恒天然公司在今年3月份公布的数据显示,今年上半年国际原料奶粉交货合约的平均价格总体保

持在3300美元/吨左右,比2009年12月份的最高3500美元/吨价格下降5.7%。江苏省奶业协会秘书长、省农业委员会畜牧局副局长孙宏进表示,去年欧盟国家鲜奶价格普遍暴跌,多个国家还发生奶农“倒奶”的现象,这种情况下,“成本论”似乎并无立足之点。

定价权逐渐转向外资品牌

孙宏进认为,洋奶粉连续涨价背后还有更深层次的原因,反映了几年来中国乳业市场格局发生的深刻变化。新西兰恒天然集团相关人士表示,未来25年中国将是世界最大的乳制品市场,十年内中国乳业需求将达到700亿美元。但之前由于价格悬殊,国产品牌还是很多家长的首选。

粉的市场份额急剧上升。据统计,在中国中高端婴幼儿奶粉市场上,仅美赞臣、雅培、惠氏、多美滋这四大洋品牌就占有60%的市场份额,加上其他国外品牌,洋奶粉占据国内市场的8成左右。国产奶粉市场占有率降低,导致国内乳制品的市场定价权逐渐被外资品牌所控制。

三聚氰胺事件后,情况发生了变化,消费者对于国产奶粉的信心下降,转而购买洋品牌,洋奶

据南京海关统计,今年1—5月江苏口岸进口乳制品1537吨,价值428.1万美元,比去年同期分别

增长3.7倍和5.9倍,进口均价为每吨2785美元,增长45.8%。进口乳制品量价齐升,反映在终端零售环节就是奶粉尤其是进口奶粉价格的先后提价。

洋奶粉之所以能毫无顾忌地一而再、再而三涨价,除了掌握定价话语权之外,还看准了一点:中国家长为了孩子可谓不惜代价。“总不能因为奶粉涨个十块二十块,就让孩子饿肚子吧?”一位家长表示。

国内乳制品企业亏损不小

今年以来,国产奶粉也踏着洋奶粉的涨价步伐跟上,雅士利、伊利、澳优等在今年也上涨了一定幅度。所扛的大旗大多也是“成本上升”,记者发现,国产奶粉的涨价理由倒是有一定的根据。据了解,国内部分养殖地区奶牛存栏量大幅下降导致奶源紧缺,以黑龙江省为例,2009年末全省奶牛存栏量

为197万头,与2008年年底相比下降了11.3%;同时,养殖原料价格不断上涨,5月中旬重点监测大型养殖企业玉米购进价格平均为2.02元/公斤,较年初上涨8.6%,较去年同期上涨24.7%。

尽管国产奶粉也在涨,但洋奶粉与国产奶粉在零售价上的差距还是显而易见的,一罐0—6个

月婴儿喝的进口奶粉大多在200元以上,比一般国产奶粉高出50元以上。目前洋奶粉市场平均利润高达50%—100%,与此相反,由于成本的大幅提升,有些国产乳制品企业已经处于亏损边缘,据统计,一季度我国乳制品企业亏损面为25%,较上季度扩大3个百分点,行业亏损额高达3.8亿元。

突击查获兴奋剂 苏州女举遭重罚

江苏省举重队被停赛一年

昨天,记者从江苏省体育局召开的新闻通气会上获悉,今年2月,国家体育总局从苏州女子举重队教练员和运动员宿舍内查获兴奋剂违禁药物,运动员管新蕾、陈玲不配合兴奋剂检查,破坏兴奋剂检查样本完整性,干扰兴奋剂检查实施,运动员杜淼兴奋剂检测呈阳性。除了给予直接责任人教练和运动员处罚外,国家体育总局还对江苏省举重队作出停赛一年的处罚。这也是苏州和江苏体育史上最严重的一次“尿瓶事件”。

□快报记者 安莹

事件回放: 苏州女举栽在突击检查

2010年2月2日,国家体育总局兴奋剂检查组悄悄来到苏州,当天晚上,检查组来到苏州女子举重队进行突击检查,先后在教练员和运动员宿舍内查获了拟睾酮素及丙酸睾酮等违禁药物。面对突如其来检查,运动员和教练员显然都慌了手脚。在随后实施的兴奋剂检查过程中,运动员管新蕾、陈玲上演了一出闹剧。当时已经是次日凌晨三点,卫生间就在运动员宿舍的楼梯下,管新蕾在卫生间内高高跳起,脑袋撞到了天花板上,打翻了尿瓶。而陈玲以卫生间地面太滑,摔倒为由,“不小心”碰倒了尿瓶,破坏了兴奋剂检查样本完整性,干扰了兴奋剂检查实施。另外一名运动员杜淼则在教练不知情的情况下,私自服用兴奋剂,兴奋剂检查呈蛋白同化制剂(美雄酮)阳性。据了解,管新蕾和陈玲都是不足20岁的年轻运动员,也都获得过全国冠军,而杜淼是一名业余运动员。

处理结果: 江苏省举重队停赛一年

事件发生后,国家体育总局责成江苏省体育局对事件进行了全面调查,并根据调查结果对相关责任人严肃处理。日前,国家体育总局举重摔跤柔

道运动管理中心公布了对于有关运动员、教练员兴奋剂违规处罚决定。运动员管新蕾、陈玲、杜淼禁赛两年,教练员曹新明终身取消教练员资格,终身不得从事体育管理工作和运动员辅助工作,教练员唐卫芳、辅助人员陶娟禁赛四年,禁赛期间不得从事体育管理工作和运动员辅助工作。给予江苏省举重协会警告,江苏省举重队停赛一年的处罚。同时,苏州市有关部门决定给予此次违规事件的直接负责人曹新明开除党籍、撤销一切行政职务,陶娟开除出运动队,唐卫芳行政记大过的处分,严惩相关责任人。

整改举措: 江苏将建反兴奋剂中心

说起这次苏州女子举重队的兴奋剂事件,江苏省体育局和苏州市体育局的相关负责人表示,这次兴奋剂违规事件,给江苏和苏州体育抹了黑,我们感到震惊和痛心。这也是苏州和江苏体育史上最严重的一次违规事件。

为了对江苏省反兴奋剂进行长效管理,江苏省体育局将建立反兴奋剂中心,这在全国是第二家。抽调专职工作人员开展反兴奋剂的教育管理工作。同时对于今年即将在常州举行的江苏省第十七届运动会,也将高度重视反兴奋剂工作,确保省运会反兴奋剂工作、赛季赛风和资格审查不出重大问题。

专家呼吁

要给洋奶粉涨价“上规矩”

“奶粉涨这么厉害,而且一个接着一个涨,也没人管管啊?”一些家长在为高昂的洋奶粉买单的同时,也会发出这样的质疑。而业内一些专家也强烈呼吁,洋品牌奶粉连年涨价行为,凸显出跨国公司在国内市场的价格运作缺乏监管。由于许多国外品牌产品已在中国市场占据了相当大的份额,某种程度上拥有着行业的定价权和话语权,其调价行为波及面广、影响大,极易引起行业跟风涨价、市场异动等不良现象,跨国公司调整价格等行为理应纳入到价格监管的范畴。

实际上,对于奶粉价格的监管目前很多地方还是空白的。由于奶粉完全是市场定价的商品,又不像大米、食用油等属于主副食品,在日常的价格监测中往往被忽视,

前段时间,有媒体报道当地奶粉全线涨价10%,还是国家发改委责成当地物价局对此进行调查核实后才出面辟谣的。而南京市物价部门有关人士也告诉记者,日常监测中不包含奶粉,只有接到上级的部署,他们才会对奶粉价格进行监测。

“鉴于通胀的预期和奶粉市场的现状,作为物价部门已加强对当前奶粉市场价格的监管。”日前,广东省物价局针对洋奶粉涨价的苗头,对奶粉涨价情况进行了调查核实,并召开中外品牌奶粉企业的涨价调查会,了解真实情况,号召企业加强行业自律。广东省物价局价格监测中心还建议政府价格主管部门应该加强对奶粉价格的监测,将婴幼儿奶粉和液态奶纳入常规价格监测目录。

先锋绿色冰帘:性能升级 冷 COOL 到底

高温天气催热夏凉市场,比风扇更凉爽、比空调更省钱的冷风扇,成为消费者选购消暑产品的首选。

冷风扇是利用水的自然蒸发吸热原理,使空气通过加湿过滤材料达到降低局部温度功能。冷风扇制冷效果的好坏关键看降温材料。

09年,先锋科研小组成功研发

出采用新一代降温材料的“绿色冰帘”冷风扇;今年更在材料、性能、环保上全面升级,推出新一代加密版绿色冰帘。由优质天然植物纤维材料制成的绿色冰帘,纤维密度是普通湿帘的1.5倍,45mm加厚设计,波纹密集度高,具有吸水性强蒸发面大的独到优势。在同等环境下,风口降温幅度是普通水帘

布的4.31倍以上,较普通湿帘冷风扇提高1.47倍,并通过了重金属环保指标、化学物质环保指标及甲醛释放检测等权威环保认证;5层过滤系统实现的空气净化,带来了清新自然的健康空气。

新一代绿色冰帘冷风扇在今年夏天吹来阵阵健康凉爽风,将冷COOL进行到底。

空调涨价成就农村市场 奥克斯三重补贴带头下乡

以6月1日为分水岭,新的国家能效标准和惠民补贴政策将双双正式实施。行业性的价格上涨已经不可避免,厂家、消费者、市场三方的博弈也全面拉开。

空调大战在即,农村市场先热

自去年5月打响家电下乡第一枪,奥克斯空调经过1年的市场积累与磨合后,再度推出升级版的三重补贴方案,将推动农村市场从量变向质变升级。升级版的三重补贴方案更具有吸引力。活动期间,消费者购买奥克斯下乡空调,除了厂家给予13%的补贴,还有商家给予最高1000、最低500元的补贴。以及来自国家的13%

补贴。仅此一项,有农村消费者算了一笔账,便可以为农村消费者省出10年甚至更长时间的空调电费。奥克斯空调负责人表示,农村一直是企业的战略市场,无论是过去,现在,还是将来,奥克斯都将会坚持农村市场的战略地位,通过“健康可持续”的发展理念,响应国家政策,回报农村居民,推动企业发展。农村空调普及,服务保障先行 如果把“家电下乡”比作一场硬仗的话,服务则是此战成败的关键。俗话说“兵马未动,粮草先行”,实现家电下乡的前提是服务下乡。奥克斯空调负责人透露,与同行相比,奥克斯

下乡空调除了拥有节能、高品质等优势,还拥有独家掌握的“6重健康技术”,为农村消费者在享受空调带来的凉爽之外,还能避免空调病等问题的出现。

此次,作为行业领导品牌的奥克斯空调便要打破此行业陋习,消费者不仅享受空调送10年整机免费保修,同时还可以享受每年三月进行的终身免费检测服务。业内专家分析,家电下乡不仅仅只是产品和销售渠道的下乡,更需要相关配套服务举措的跟进,奥克斯空调敢于开展“十年保修,终身免费检修”活动既是对自身产品质量和品质的信心,更是对消费者利益的保证。