

# “不涨价”约谈和倡议没几天 部分“洋奶粉”悄悄涨价近两成

惠氏、雅培、美赞臣和多美滋等“主力”尚未下发涨价通知,专家称不大可能全线涨

发改委“约谈”,工商联“倡议”,最近倡议“不涨价”的新闻备受关注。就在老百姓以为最近将“风平浪静”时,还是有人悄悄涨了。记者走访超市发现,美素、雀巢子品牌等“洋奶粉”上调了部分产品价格,幅度接近15%,似乎“吃定”了广大无奈的“奶爸”“奶妈”。

□快报记者 沈晓伟

## 谁在涨价?

1. 雀巢旗下国产品牌“能恩”和原装进口的“超级能恩”
2. 荷兰美素婴儿奶粉1段和2段
3. “澳优”旗下“能力多”有机奶粉系列

在大行宫的一家超市,雀巢奶粉“率先”涨了。旗下国产的“能恩”和原装进口的“超级能恩”两个系列价格都有了不同程度的上调。能恩系列,900克装1段价格从205元涨到225元,2段从167元涨到171元,3段价格没有变化;而超级能恩涨得更“猛”:1段从280元涨到294元,2段从232元涨到276元,3段价格也没变。涨幅最高达到19%。

在新街口一家专门出售外国奶粉的店铺里,销售人员透露,最近荷兰的美素奶粉价格也有一定程度上涨:美素婴儿奶粉1段900克桶装从208元涨到239元,2段从196元涨到227元。涨幅最高达到15.8%。一位前来购买奶粉的妈妈表示,前段时间购买这个奶粉时就被告知断货,当时自己还纳闷为什么这个牌子卖得这么好,现在算是

明白了,“估计是等着涨价,货囤起来好高价卖呢。”此外,“澳优”旗下“能力多”有机奶粉系列,800克桶装从298元涨到了328元,贵了30元。促销人员乘机推销起伊利、贝因美等牌子来,“这些价格稳定多了,本身实惠不说,价格也不会动不动就涨。”贝因美有的系列还在进行促销。

## 都在涨价? 市场“主力”还没涨

对于涨价,奶爸妈妈们显得有点无可奈何:“婴儿奶粉跟其他食品还不一样,别的涨了,我选其他牌子就是,可这奶粉给宝宝喝的,涨价了也不敢随便换,就怕孩子喝不惯。”一名宝宝刚半岁的市民宋女士说,自从孩子喝上奶粉,自己对于价格“早就看开”了。

记者随即致电这些涨价的奶粉品牌。澳优、美素的工作人员均

承认了近期涨价的情况,不过他们都强调涨的只是一部分,没有全线上涨。澳优方面表示,目前涨的只是能力多有机奶粉系列,其他多个系列保持原价;美素客服则表示,美素婴儿奶粉系列涨的只是1段和2段,3段的价格就没有调整。但雀巢方面对于涨价消息没有加以证实。

对此,一家超市负责食品供货的负责人表示,几乎每年都会碰到奶粉的“涨价潮”,各个品牌每年少则一次,多则两次。“三聚氰胺”事件后,洋奶粉日益受到消费者青睐,这股涨价潮也就有了更加明显的趋势:洋品牌先涨,国产紧跟。同时,洋奶粉涨价的频率也比国产奶粉更频繁。

但对于此次涨价,这名人士认为,跟以往相比出现了变化,“洋奶粉‘四大品牌’惠氏、雅培、美赞臣和多美滋,这几家拥有相当的市场号召力。但目前它们都没有下

发涨价通知,相信近期价位也会保持稳定。”他认为,主力没涨,其他品牌自然也是“唯马首是瞻”,再加上目前的稳价大局,涨价只是个别现象,“全线涨”出现的可能性不大。

## 倡议无效? 据称倡议“非强制”

3月初,康师傅、日化巨头“放风涨价”,引发了市民们的担忧和不满,随即一系列措施启动,力压物价:国家发改委先后约谈了康师傅、联合利华、宝洁等喊涨的企业,压下了4月初的这股“涨价潮”;4月2日,发改委又约谈了包括饮料、奶业、家用电器、酒类流通、粮食等17个行业协会的会长、秘书长等负责人,强调稳定物价,要求暂缓涨价;4月13日,全国工商联24家商会集结发出“保供应、稳物价、促和谐倡议书”。

这一幕“三部曲”,速度不可谓不快,效果似乎也很明显,老百姓看着感觉“大快人心”。这些似乎都传达着这样一个信息:最近应该不用担心“涨价”了。

可继续约谈、倡议没几天,还是有企业悄悄涨价了。照理说,目前这两三家奶粉企业,十有八九是奶业协会的会员。不管是约谈还是倡议,这些企业不可能毫不知情。然而这样的局面依然没能拦住涨价的脚步。对此,工商联曾有负责人表示,此前的倡议是“非强制性”的,对企业说到底并没啥约束作用。

## 成本上涨? 专家称,洋奶粉毛利率高达60%

听听各家奶粉涨价的理由,工作人员众口一词表态是由于“成本上涨”。对此,记者致电江苏省奶业协会相关负责人。对方表示,一年来牛奶是有一定程度的上涨。他举例说,江苏本地的原料奶,价格从过去的每公斤3.2元涨到了3.6元。但这名负责人也表示,除了原料等人力成本外,不同的企业,还要根据毛利率区别看待。国内企业的毛利率一般在10%左右就不错了,而外企这方面更有优势。

洋奶粉的毛利有多高?最近,国内一名乳业分析人士对此研究后表示,洋奶粉的毛利率高达60%。这名人士以某品牌洋奶粉举例说,一公斤原装进口奶粉到岸价格仅为10美元左右,而国内市场零售价高达人民币二三百元。他由此推断,由于洋奶粉的盈利空间巨大,就算原材料涨了点,不提价也完全可以消化成本压力。

## 新闻链接

### 八成多国内消费者认为国外奶粉优于国内 国产奶粉信用危机“助涨”洋品牌?

业内人士指出,近年来国内乳业丑闻频出,国内消费者对国产奶粉的信任危机愈演愈烈。在这一背景下,洋奶粉自然成为部分消费者的首选,市场地位日渐稳固。这成为洋奶粉“说涨就涨”的底气。

海关总署2011年3月发布的一份报告显示,八成以上的国内消费者认为,国外奶粉质量优于

国内奶粉,大部分消费者选择购买国内生产的进口奶源奶粉或通过网购等方式购买国外原装进口奶粉,甚至越来越多的国内乳品生产企业,为适应国内消费需求也开始使用进口奶源,导致对进口乳制品的需求居高不下。

上述海关总署的报告则指出,当前洋奶粉已垄断一线城市市场,洋品牌已占据国内高端婴

幼儿配方奶粉市场80%以上的份额。而我国近2000家乳企中,规模较大的200家企业30%在亏损,其余1800家规模较小的企业绝大部分亏损,甚至停产。

专家认为,洋奶粉占有我国中高端奶粉市场60%至70%的份额,基本掌握了我国中高端奶粉市场的定价主导权。

据新华社

一个地产与音乐的共同节日  
一场南京购房人的饕餮盛宴  
一部《金楼市》年度大制作

# 音乐·家计划

《现代快报》读者置业节五一盛大开幕

ilove music  
ilove family 激情 国际 阳光

时间:2011年4月30日-5月2日

地点:南京滨江公园(南京扬子江大道88号)

招商热线:025-84783520 84783535

十万人集中关注

崔健领衔巨星阵容

精准定位都市置业

紧抓五一销售强档

地产文艺跨界交锋

主流媒体全面聚焦