

责编 肖玮 美编 代小杰 责校 张京丽 电话:84285566-3222 kuaijiaogao@163.com

# 美赞臣奶粉 被疑致命在美下架

**相** 对于国产奶粉市场的平静,近期外资品牌奶粉风波不断。继日本明治奶粉因检测出放射性铯而身陷“召回门”不足一月,美国奶粉巨头美赞臣又因涉嫌导致婴儿细菌感染,而遭遇全球最大零售商沃尔玛在全美超过3000家超市下架。洋奶粉事故频发,令国内信奉外资品牌的消费者失望不已,有评论指出,这或许是国产品牌反击突围的契机,国产奶粉正好借机恢复消费者的信任,夺回被外资品牌蚕食的市场。

## 美赞臣深陷“下架门”

上周,有海外媒体报道,沃尔玛从全美超过3000家超市撤回一批批号为ZP1K7G的美赞臣配方奶粉,原因是美国密苏里州一名新生儿在食用这种奶粉后,疑似受到一种名为“阪崎杆菌”的罕见细菌感染,并最终不治身亡。据悉,死亡婴儿所食用的奶粉样本已被送往美国疾控当局,致死原因是否与奶粉有关目前尚无定论。

对此,美赞臣中国相关负责人昨日对本报记者表示,该款产品并没有在国内销售,其他美赞臣产品在国内商场并未下架。在美赞臣公司发布的企业声明中称,阪崎杆菌是肠杆菌科的一种,在自然环境中普遍存在,目前美赞臣正积极配合当地卫生部门对婴儿的感染源进行鉴定。随后,记者走访京城多家超市,并未发现该款产品。据了解,美赞臣婴儿奶粉大多是国

内灌装,没有美国原装进口的新生儿奶粉。

## 国内销售或将受重创

虽然美赞臣方面强调,该款奶粉并未进入国内市场销售,但这或许并不能避免该事件对其在国内的销售产生冲击。多家超市工作人员向记者表示,近几日美赞臣的销售情况并没有出现明显波动,但这很可能是由于大家还不清楚其在美国下架的消息。很多在选购奶粉的消费者也告诉记者,自己并不知道美赞臣在美被调查,如果知道会立即放弃购买该品牌奶粉,同时表示:“虽然知道该款奶粉没有在国内销售,但是对孩子不敢冒这个险。”

有不愿具名的品牌营销专家在接受记者采访时表示,当初明治奶粉“召回门”事件发生后,产品销量出现明显下滑,现在美赞臣奶粉质量问题尚未被证实,这期间很多消费者会选择观望,不敢轻易购买。这个消息来自于国外,很

多国内的媒体周末没有版面,所以消息传播并没有真正开始,等消息广泛传播后,该品牌产品的销量在近几个月内将会受到影响。相关人士预测,销量下滑可能会超过三成。

## 国产品牌迎反击契机

以上营销专家还指出,明治和美赞臣的接连“落马”或许会为国产品牌创造一个恢复市场的机会。“当初国内乳制品企业遭遇了一连串的安全事故和行业丑闻,使国内消费者丧失信心,越来越把消费目光转向洋奶粉,而洋奶粉借国产品牌的信任危机,大量抢占市场,目前已经将国产品牌挤压到了角落。但是现在,外资品牌也频发安全事故,本土品牌正好可以借此机会,重塑品牌,严把质量关,将市场收回。”

记者致电多家国产奶粉企业,但是对方均拒绝对上述事件发表任何评论和看法,只表示会继续做好自己的产品。

此外,洋奶粉的安全事故也令消费者丧失信心。有消费者对记者表示,当初因为国产奶粉频繁出事,所以宁愿高价选购外资产品,以为质量可以依赖,但是现在外资奶粉也频发事故,“接下来真不知道为孩子选什么奶粉了”。

本报记者 李冰

## 虽面临诸多挑战 企业家仍视国际化为最大商机

国际化是我国加入世贸组织10年来,社会各界一直探讨的问题。自2008年经济危机之后,虽然我国企业的生存环境面临内外多重挑战,但国际化仍被看做是国内企业的最大商机。

爱国者数码科技有限公司董事长冯军在2011年度“中国智造·世界强音”高峰论坛上表示:“国际化是中国企业接下来最大的创业机会。”

他指出,为了把握国际化机遇,爱国者还联合格力等国内多家500强企业成立了“爱国者国际联盟”,作为中国品牌的加速器,使国内企业“抱团”走出去。目前,“爱国者国际联盟”已经在英国、丹麦、

比利时等欧洲国家为我国企业入驻获得了部分商业性优惠政策。

除了冯军认为的“最大创业机会”,在此之前,大连万达集团股份有限公司董事长王健林还曾表示,“下一个10年,国际化是民营企业的新机遇”。

王健林认为,民营企业在国际化方面具有制度优势。这种制度优势表现在国际上并购企业时,民营企业董事会可自行决定,但国企就很难做到,但他并不否认国有企业的国际化,只是体制限制了国有企业真正的市场地位。同时他还认为,中国企业的国际化需要到美国和欧洲,因为非洲政局不稳,不利于企业的

发展。

不过,中国企业在接下来的国际化过程中将面临许多不容忽视的问题。

汉能投资集团董事长兼首席执行官陈宏表示,在国际化过程中,缺乏各种各样的人才,这主要体现在两个方面:一方面是国际化的观念和思维方式;另一方面是国际化的管理方式。“任何一个企业国际化均需要过程。在这种情况下,中国企业从中国制造走向全球,要打品牌。我认为中国企业在盈利及利润率各方面都会增长,一定要给企业时间,国际化不要太急。”他说。

本报记者 高立萍