

大中华区换帅 好时拟重启多元化布局

在剥离了本土收购回来的“金丝猴”和重塑在华巧克力供应链后，主营糖果和巧克力的好时中国开始重启多元化经营。走出连年的低迷，好时近日调整了大中华区负责人，并推出饼干产品，开设全球首家线下概念店。曾经因剥离金丝猴，好时暂停了多元化战略，此次再度重启，但同时也将再次面临市场挑战。

原总经理高升

据了解，自2019年6月1日，现任好时大中华区高级销售总监胡庭洲将被提拔为好时大中华区总经理，现任全国销售总监的田磊将被任命为大中华区销售部负责人，现任好时大中华区总经理Rohit Grover将出任好时国际业务总裁。

资料显示，胡庭洲于2017年7月加入好时，担任大中华区高级销售总监，负责管理好时销售部门。在加入好时之前，胡庭洲曾担任百事食品中国区大客户部资深总监，先后领导过现代渠道发展、市场研究、客户服务及收益管理团队等。随后在2016年12月，他加盟本土美妆品牌相宜本草担任分管销售的副总裁，



但不到一年后离职。

Rohit Grover被任命为好时国际业务总裁，胡庭洲被提拔为大中华区总经理，与好时中国实现了业绩好转不无关系。好时全球首席执行官Michele Buck在一封内部邮件中表示，中国业绩好转是好时国际业务回归盈利的关键因素。

多元化发展

伴随大中华区负责人的调整，好时全球首家甜品概念店也正式在上海开业。并且，好时还与京东等平台联手，拓展线上渠道，推出饼干产品。

据了解，好时线下概念店2月开始试营业，主要提供各种特色的巧克力产品，以及鲜果茶饮、冰乐等非巧克力产品，产品售价在27-32元不等。好时相

关负责人表示，期待从好时概念店上积累更多线下经验，为更好地推广好时品牌和产品体验积累更深的消费者经验。同时，通过将概念店作为试点，探索实体零售的多样化。

好时推出饼干产品，也是重要的多元化举措。据悉，该款饼干含30%的燕麦和膳食纤维，定位注重健康的消费人群。新品将在零售渠道的散装区域进行陈列和售卖，以及在电商渠道销售。北京商报记者注意到，目前在京东平台，该饼干售价为218元/箱，共计约为3公斤约150包。

在业内人士看来，中国市场巨大，但中国市场多元化需求复杂，消费者更看重个性化和定制化，好时仅依靠传统的生产、渠道和终端模式难以适应现在消费者多元化的需求。

盈利考验

不管是大中华区负责人调整，还是新品拓展，在业内人士看来，都是基于好时摆脱了连续的低迷。

数据显示，与2017年相比，2018年好时中国的净销售额增长了14%，营运利润增长了18%。这是好时在过去四年中第一次实现净销售额的增长。其中，“双11”好时在京东销售额实现了149%的增长。

2019年一季度，好时中国超额完成“净销售额和营运利润目标，截至3月底，相较原计划，好时中国的净销售额超额完成了2%，营运利润超额完成了34%。

因曾经收购金丝猴，好时在中国的发展遇到了困境。2015年底，好时先后共计以近30亿元的价格收购了金丝猴全部股权，但收购后双方的摩擦不断，最终导致2018年好时将金丝猴甩卖。2017财年，中国成为好时国际业务中亏损最为严重的市场。2017年第四季度，好时在中国市场的销售额下降高达30%。

业内人士认为，好时摆脱了金丝猴的拖累，但仅仅依靠巧克力业务难以支撑在中国业务的持续发展。为迎合中国消费者的需求，好时开始转型多元化布局，但在中国市场仍然面临水土不服的风险。

对此，Grover也坦诚表示，好时开发新品时，要确保新产品达到公司对毛利的要求。如果达不到盈利的要求，就需要停止推进项目”。

北京商报记者 李振兴/文

图片来源：企业官网

· 资讯 ·

宝贝格子与中检溯源达成战略合作

北京商报讯(记者 蓝朝晖 白杨)4月20日，北京宝贝格子控股股份有限公司(以下简称“宝贝格子”)与中检集团溯源技术服务有限公司(以下简称“中检溯源”)签署了全球战略合作协议。双方将围绕“溯源+全球直供”进行全方位的深度合作，进一步提升消费者购物体验，打造“跨境母婴新时代”。

值得关注的是，此次全球签署战略合作协议，意味着宝贝格子成为国内首家与中检溯源战略合作的跨境母婴电商。协议显示，宝贝格子与中检溯源将在商品安全、品质、供应链等方面展开合作，通过中检溯源全球商品溯源服务体系、平台商品第三方检测、中检溯源专区、货品直供等提升客户消费体验及商品安全保障。

对此，宝贝格子CEO张天天表示：“安全是母婴行业的重中之重，此次与中检溯源的第三次合作意义重大。起初与中检溯源合作初衷就是想为消费者带来更加安全、优质的跨境商品。未来，双方将构筑起开放、合作、共赢的跨境母婴生态圈，为中国千万母婴家庭提供可溯源、有保障的商品。”

据悉，宝贝格子2012年成立，目前是国内首屈一指的跨境母婴电商，总部位于北京，在天津、宁波、香港设有子公司。中检溯源则是中国检验认证集团旗下一级子公司，主要为全球商品提供产品质量溯源解决方案及溯源系统建设服务。

连推5款新品 光明乳业扩版图

北京商报讯(记者 蓝朝晖 姚倩)4月23日，光明乳业宣布推出减脂肪50%鲜牛奶、优倍浓醇鲜牛奶、如实高蛋白产品“益菌多”系列风味发酵乳新品以及光明致优高阶鲜奶5款新品。

具体来看，光明乳业旗下产品优倍在现有0脂肪、全脂鲜牛奶的基础上，上市了两款新品即减脂肪50%鲜牛奶和优倍浓醇鲜牛奶。畅优全新推出了适合中国人肠胃健康的“益菌多”系列风味发酵乳新品。如实高蛋白产品和光明致优高阶鲜奶两款新品也即将上市。此外，据透露，光明乳业于今年5月中下旬将对莫斯利安进行升级。

值得关注的是，此次推出的5款产品中，鲜奶产品为3款，占比一半以上，分别为减脂肪50%鲜牛奶、优倍浓醇鲜牛奶以及光明致优高阶鲜奶新品。

数据显示，2018年鲜乳市场总容量已超过427亿元，包括新鲜牛

奶、新鲜酸奶、新鲜乳酸菌产品，年度增速6.1%，普通食品的年度增长率为5%，乳品的增长已经超过了食品的增长，并且有着强有力的增长驱动力。

在光明乳业副总裁罗海看来，新鲜市场的增长来源于新城市等4个维度。“新城市、新青年、新零售、新品牌的出现驱动着乳制品尤其是新鲜品类的持续增长。”

尽管光明乳业主营产品已经涵盖新鲜牛奶、新鲜酸奶、乳酸菌饮品、常温牛奶、常温酸奶、奶粉等多个品类，但在冷饮业务方面此前一直是空白。在坚守新鲜保障、丰富新鲜品类的“领鲜战略”下，光明乳业正在不断扩充业务线。

2018年12月，为进一步丰富公司的产品品类，弥补冷饮业务的空白，光明乳业以1.43亿元收购生产冷冻饮品等益民一厂100%股权。今年2月，光明乳业宣布，公司旗下莫斯利安酸奶冰淇淋将于不久后

在各大超市卖场、便利店等传统渠道正式上线，之后也会相应推出线上购买平台。

在奶粉业务方面，光明乳业也在积极深入地进行布局。2010年，光明乳业以3.82亿元收购新西兰新莱特乳业部分股权，切入婴幼儿高端奶粉市场。财报数据显示，新西兰新莱特2018年实现营业收入为41.61亿元，实现净利润3.24亿元。

光明乳业董事长濮韶华在接受采访时表示，公司投资的新莱特未来将持续为消费者提供中高端婴幼儿奶粉。在国内奶粉业务方面，光明拥有产自黑龙江的自有品牌优幼、光明牧场以及致优。

根据光明乳业披露的计划，公司2019年全年经营计划为争取实现营业收入215亿元(较2018年实际完成额增长2.5%)，归属于母公司所有者的净利润3.6亿元(较2018年实际完成额增长5.3%)。