

企业自曝中国奶粉全球最贵秘密

洋奶粉渠道商赚一半

“消费者在传统渠道购买一罐洋奶粉,其中平均将近50%被渠道商赚取。”进入中国市场12年,已在美国纳斯达克上市的婴幼儿奶粉企业蕊盛蕊近日在广州召开发布会自曝行业秘密。而专家也直接表示,这是中国婴幼儿奶粉价格全球最贵的主因。



□ 揭秘

◎ 传统渠道

一罐洋奶粉近五成是渠道成本

“以零售价为300元的奶粉为例,每罐奶粉渠道成本费用在48%。但转入电商渠道后,生产供应商便可以156元卖给消费者,这一价格已非常接近全球各国婴幼儿奶粉的平均售价。”蕊盛蕊乳业集团公司总裁余丹表示,高昂的渠道费用在奶粉行业是一个“公开的秘密”。而蕊盛蕊近日此举则直接捅破了洋奶粉近年价格节节攀升的最后一层窗户纸。

余丹更是层层拨开了进口婴幼儿奶粉各项成本构成。以市场上零售价为300元每罐的奶粉为例,其生产成本约20%、产品运输费用及仓储费1%左右、产品关税占成本1%左右、产品进口增值税占成本3%左右、产品国内物流配送1%左右、产品全国总经销商毛利26%左右。到此为止,其成本占比约52%。

“此后进入传统渠道,渠道成本的占比高达48%。”余丹指出,“生产成本不足百元,但最终到达消费者手中价格涨了一两倍。”余丹向记者透露,这背后的一大原因正是渠道成本的不断高涨。

余丹首次公开揭秘洋奶粉价格畸高的内幕,其实早在今年8月国家发改委就对6家奶粉生产企业开出了6.6873亿元的巨额价格垄断“罚单”,让奶粉行业一直以来畸高的渠道费用显山露水。据悉,上述涉案奶粉企业的配方乳粉在我国的渠道费用占比高达20%到40%,远高于世界其他国家4%~14%的水平。

◎ 电商渠道

砍掉渠道成本价格应降一半

“传统渠道商模式费用成本高,这些成本最终都转移到消费者手上,造成产品的价格格外高。”余丹表示,电商的优势在于能够将线下渠道的成本返还给消费者,正因如此,与一些品牌采取线上线下相结合的模式不同,蕊盛蕊将完全退出传统渠道。

据了解,对电商如此孤注一掷在国内奶粉市场还是第一家。记者发现,转走电商渠道之后,较之原来传统渠道的售价,蕊盛蕊的价格体系降幅可谓“惊人”。如蕊盛蕊绿标238系列传统渠道商卖238元,电商价只要119.7元。

事实上,近两年来,各大婴幼儿奶粉已开始不同程度地“触电”。尽管线上卖奶粉压缩了分销、驻场销售人工成本等诸多费用,但是目前线上奶粉的价格实际上仅比实体店有每罐10元~20元的价格优势,甚至有些是线上线下“同价”。

>> 链接·蕊盛蕊

蕊盛蕊是美国纳斯达克上市公司(股票代码:RBOR),是新西兰华裔企业家GLOBAL DAIRY创立,为新西兰四家在美国上市的唯一一家华裔公司。

蕊盛蕊2002年进入中国,从事牛初乳奶粉、婴幼儿配方奶粉生产与销售,在退出传统渠道之前,主要面向广东、上海、四川、海南等华南、西南、华东市场。

□ 专家说法

纯电商模式将冲击目前奶粉价格体系

“在全球的婴幼儿奶粉市场中,我国的售价为全球最贵。”对于中国婴幼儿奶粉价格畸高现象一直不满的知名乳业专家王丁棉近日也少见地出席新闻发布会并公开表示:全球平均售价为120元/900克一罐,我国则为220元/罐。

“蕊盛蕊将进口奶粉品牌运作的成本完全透明化,砍掉渠道运作成本,让奶粉的零售价有大幅回落的可能,这一举措及消费者的举动将会对目前进口奶粉市场的价格体系带来极大的冲击与震撼,从而能使我国的婴幼儿奶粉售价回归到真实的市场价格,实现与国际市场低售价接轨。”王丁棉近日接受记者采访时表示。

不过王丁棉也指出,按照一般性的消费习惯,消费者已经形成了“便宜没好货,贵的就是好的”观念,而要改变这种习惯需要做长时间的引导与教育。

对于蕊盛蕊的揭秘,另一家进口奶粉企业负责人接受记者采访时则表示,中国的奶粉销售渠道要比国外复杂得多,如果经销商层级多,则渠道的利润就相对要高很多。另外,如果品牌商的议价能力强的话,那么渠道商的利润将会低一些。

(据《京华时报》)

