

# 当雀巢遇上徐福记

来源：[香港商标注册](#)

专注国外商标商标注册，但是国内的当雀巢遇上徐福记还是值得关注。近年来，雀巢公司逐步放慢了在中国的结构。12月6日，雀巢公司收购徐福记60%股权的生意业务通过了中国商务部的反垄断审查。综观其近年来的收购，有观察者认为，雀巢公司一直都是凭借其庞大的资本在蚕食”中国的本土品牌。回顾近年来的现实不难发现，1998年雀巢公司收购国内鸡精行业第一品牌上海太太乐80%股权，1999年收购广东最大冰淇淋品牌广州五羊97%股权，2001年收购国内第二大鸡精生产商四川豪吉60%股权，2010年收购云南矿泉水第一品牌云南大山70%股权，2011年4月收购国内最大八宝粥和花生奶生产商厦门银鹭60%股权等。着实，在经济全球化的背景下，跨国工厂并购曾经是一种司空见惯的市场行为。改革开放以来，外国工厂通过合资、归并、收购等方式蚕食”中邦本土品牌的案例屡见不鲜。如香雪海冰箱品牌在中韩合资时被收购、天府可乐与百事可乐合资后消失等，这表明，只有中国工厂在与那些跨国公司的竞争中无法真正的强大起来，可能终究难逃被收购的运限。然则，近年来的情况确实有了改变。随着一些中国工厂的气力增强，也出现了中国工厂对外投资或者并购。如，TCL重组汤姆逊、遥想收购国外贸易机器公司(IBM)寰球自我计算机(PC)营业、吉利汽车收购沃尔沃等。是以，无论是外国工厂收购中国品牌，还是中国工厂收购外国品牌，只有是两边平等、自愿的市场生意业务行为，而且符合有关条文法规，就没有什么值得含血喷人的。自20世纪90年代以来，工厂并购的数量迅速增长，而绝大多数的并购生意业务是由于并购方对于目标工厂的知识产权无形资产的需求。只是，大多数跨国公司在华睁开的工厂并购活动，其醉翁之意显然并不只是看中中国工厂所拥有的数量不多的知识产权这杯酒”，而在于中国庞大的消费市场这块肉”。由此，个中有些情况需要我们反思。近几十年来，市场上各领域的洋品牌”在中国不断扩散；虽然说中国工厂的专利申请数量在节节攀升，驰名形象”、中国名牌产物”不断涌现，但现实上，即便在一些传统产业领域，仍然有许多本土品牌，面对跨国公司抛出的并购绣球，却挡不住其诱惑呢？个中缘由，就是本土工厂尚未做大，或者大而不强的问题仍然存在，再加上巨大的市场利益，使跨国工厂有了扩张的能源。有专家认为，雀巢大肆收购正是看中了国内消费品市场的高速增长。雀巢收购徐福记，象征着徐福记在中小城市甚至乡村的广阔市场将为雀巢所拥有。10年前，雀巢制定的寰球扩张目标就是，到2020年实现新兴国度市场对雀巢集团的营业收入贡献率达45%。面对市场竞争的近况，众多本土品牌工厂是否也在精心谋划自己的未来呢？从雀巢公司收购一系列本土品牌的案例中能够看出，中国工厂在国表里市场中的竞争能力还依然不是很强大。而要从根本上提升中国工厂的运作程度和竞争能力，除了加大技术翻新和品牌建设外，踊跃地走出去”，去并购掌握高端技术、品牌和渠道的西洋工厂，也是一个重要的途径。如果中国工厂通过跨国并购，能够获取外国的知名品牌和先进技术，取别人之长补己之短，则能够提升中国工厂在国

外市场中的竞争力，有助于促进中国工厂及其品牌做大做强。

友情链接：[商标转让](#)

来源网络，如有侵权，请联系作者