

中国电信业百年拐点：
“倒置论”改写行业生态

(33-40版)

WAL*MART

“紧缩”弥漫沃尔玛
中国供应商洗牌

(20版)

恒生电子：
一个垄断者的“美好生活”

(26版)

“通信行业首先需要的是倾听其他行业需要什么，产业链和运营商再考虑怎样提供，政府再为他们提供必要的政策支持。”

战略上更专注“提高资本和增加投资回报”，采购上则致力剔除“供应链中多余的成本”。

证监会要求推广销售适用性，系统要作相应的程序处理，恒生公司对此一开价是60万元，最高竟然开到了75万元。

21世纪经济报道

星期一 2008.11.3

21st CENTURY BUSINESS HERALD

第10期 www.21cbh.com

¥2元

本期44版 港币5元(香港)

4 891962 002296

数千万入股Sinodis 法国洛希尔银行中国投资第一单 法国人谢思杰的最大进口食品经销商之梦

本报记者 郝凤苓 上海报道

数千万入股Sinodis

2008年9月，中国银行出资2亿多欧元收购法国埃德蒙·德·洛希尔银行(Edmond de Rothschild)20%的股权。

据悉，这是中国主要银行在欧元区进行的首个战略投资，同时也为洛希尔银行在中国开展业务提供了便利。

洛希尔银行始建于1953年，是一家以资产管理和私人银行业务见长的跨国银行，也是LCF洛希尔集团在法国的子公司。

今年6月，洛希尔银行出资数千万元入股在中国从事进口食品经销业务的法商独资企业Sinodis[西诺迪斯食品(上海)有限公司]。

据了解，Sinodis是洛希尔银行在中国的首个投资案例。

法国人谢思杰的中国生意

Sinodis是一家注册在上海的进口食品代理商，主要从欧洲国家进口各种干货、鲜货、奶制品等，并通过零售和餐饮两大销售网络销往中国。

Jean-Pierre CHESSE是Sinodis的创始人，今年还不到40岁的他已经在中国的进口食品经销领域摸

爬滚打了15年。他还给自己起了一个很中国化的名字，谢思杰。

1992年，刚出校门不久的谢思杰只身来到香港工作。第二年，他加入了一家位于上海的法国食品进出口公司，担任项目经理，负责一款叫做Entremont的法国奶酪在中国的市场的开拓。

在法国公司积累了3年的经验后，1996年谢思杰带着Entremont品牌离开，并创立Sinodis。

“我那时很年轻，富有想法，也充满了精力。”谢思杰说，自己懂得如何在中国做进口食品经销了，并希望在这一领域行有更大的发展。

“家乐福、沃尔玛这样的‘大家伙’来到中国，他们一定会需要进口食品的。”谢思杰讲着不错的中文，他说，每年有越来越多的外国人来中国，也有越来越多的中国人愿意尝试进口食品，这些都是Sinodis的目标消费群。

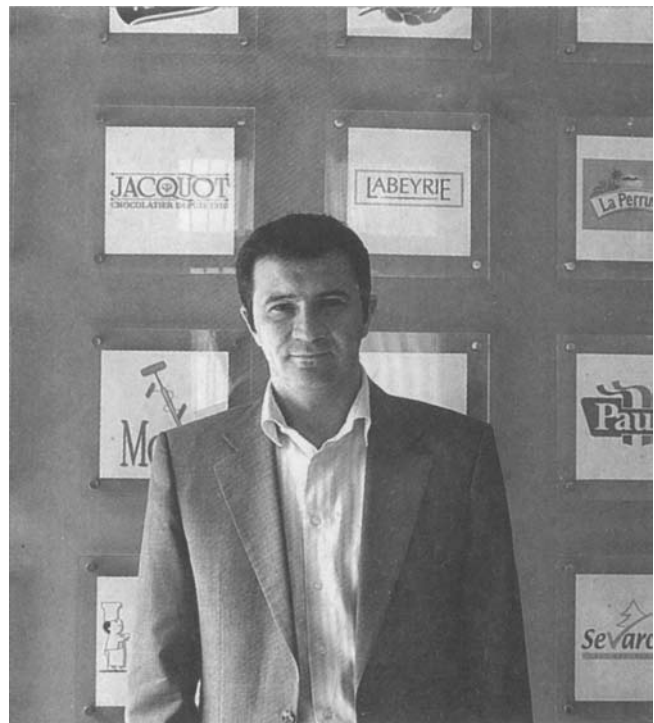
上海商情快速消费品分析师吴朝晖表示，在1995年前后，进口食品经销商开始在国内起步。Sinodis较早进入了这个尚未开垦的领域。

提起在中国的创业经历，谢思杰说，“在中国做生意是非常艰难的，我们也遇到了很多很多困难。”

Sinodis成立之初，谢思杰曾跟一些Partner合作。但由于合作不慎，几乎导致公司破产。2001年



谢思杰的计划是，此轮融资后，Sinodis将在食品安全管理、供应链控制等方面加大投入。不过，未来他也准备建立自己的品牌。



西诺迪斯的执行董事谢思杰

资料图片

起，谢思杰开始一切都亲力亲为，逐步将公司扭亏为盈。

Sinodis发展到今天，谢思杰认为，得益于一个好的团队，他们有很好的主意，很了解中国市场，知道如何做事情，而且一直非常遵纪守法。

12年后的今天，Sinodis的员工已有180人，年销售额达2亿元。

Sinodis目前已经在全世界12个国家代理35个供应商的1200多种食品，向全国约1000家专业客户供应食品。

资料显示，Sinodis现在主要有零售和餐饮两大销售渠道，分别在Sinodis的渠道中占据50%和45%的份额。在零售渠道中，Sinodis已覆盖了全国所有大型的国际连锁卖场，包括家乐福、沃尔玛、百盛、易初莲花等。从2004年起，Sinodis逐步开拓餐饮渠道，向诸如香格里拉、希尔顿、金茂君悦、喜来登等四星级和五星级的宾馆及向北京、上海的五大航空公司直接供货。

2008年，Sinodis成为北京奥运会的进口食品经销商。

图谋中国最大进口食品经销商？

Sinodis此前“一直靠自有资金在发展”。

2007年底，美国的战略投资者看好Sinodis在中国的管理和销售网络，并希望收购。经过审慎思考后，谢思杰还是希望自己做大、做强。

于是，由亚盛担任财务顾问，Sinodis拟引进风险投资。

Sinodis融资的消息传出后，一些基金闻风而来，洛希尔银行是其中一个。

“进口食品代理这两年成长非常快，通过在业内搜集的信息看，每年增长都在30%以上。”吴朝晖说，虽然目前国内年销售额过亿元的进口食品经销商不超过30家，但3000万元以上的进口食品经销商在全国有150家左右。除Sinodis外，上海的三昶、可迪、山隆、北京太子行等都是规模做得比较大的企业。

“像Sinodis西诺迪斯这样由外国人在中国创立，来做进口食品经销的企业，”上海市进口食品协会一位人士表示，“在上海为数不多，而且做到这样规模的也不多。”

谢思杰认为，“Rothschild投资我们，也是看到我们将成为中国最大的进口食品经销商。”

“我当然也做了筛选，综合考虑洛希尔银行的

价格、名声、团队，他们的团队很懂中国”，谢思杰说，Sinodis因此决定选择这家法国的投资机构。

虽然供应商主要分布在欧洲，谢思杰表示他更希望Sinodis未来开拓美国供应商时，洛希尔银行的名气能够帮到他，“在欧洲已经有很多人知道Sinodis了”。

据了解，洛希尔银行在Sinodis拿到少数股权，并且那位曾任职于家乐福的投资人在董事会占有一席。“他对中国食品市场的了解，可以为Sinodis开展中国业务提供很多帮助”，毛认为。

亚盛投资担任了Sinodis此次融资的财务顾问，并参与了投资。其创始人毛区健丽表示，谢思杰作为法国人，在中国创业的精神是她决定帮忙的原因之一。

据了解，洛希尔银行的一位投资人曾就职于家乐福，对中国的食品行业甚是了解和钟情，因此希望在这个行业寻找投资机会。

但至本文截稿时止，记者未能联系到洛希尔银行相关投资人。

进口食品经销商的下一步机会

目前，经销行业已经在与资本嫁接。2006年底，家居用品行业的经销商五天实业的母公司福建冠福家用(002102)成功登陆A股。

日本商社伊藤忠收编中鑫营销、香港大昌收购上海山隆等都是战略投资者在进口食品经销领域的手笔。

不过，随着外国品牌在中国的发展，他们很可能跨过经销商，自己做直供。宝洁和联合利华都有过削减大经销商的做法。

对此，吴朝晖表示，的确会有类似现象发生，但供应商削减几个经销商，并不代表经销商没有生存空间。他认为，做直供供应商一般是在一线城市，但在全国的其它城市，还是需要经销商帮助的。

不过，谢思杰似乎并不担心，他说，“比如家乐福，它很大，但它并不会与众多食品生产商直接打交道，而是希望通过一个可以代理多种品牌的经销商来合作。”

在北京太子行上海分公司的姚姓负责人看来，能否抓住供应商，除了销量，还要看经销商提供什么有价值的服务。

据了解，Sinodis每年跟客户签一次合同，销售网络相对稳定。；在产品促销上，以餐饮渠道为

例，Sinodis不仅提供产品，还会提供相应的培训，向厨师介绍和演示各种产品的使用方法。同时，Sinodis还会向消费者介绍各种食品的文化，如何食用等。

毛区健丽认为，Sinodis作为进口食品经销商，除了向中国提供食品外，其在推广国外饮食文化与理念方面的努力是吸引她投资的重要方面。

此外，食品安全在今天变得极其敏感和备受关注。

事实证明，对于一个食品企业来说，品牌的塑造可能需要几十年，但一次安全问题足以让一个品牌在瞬间灰飞烟灭甚至遗臭万年。

这也是进口食品经销商回避不了的问题。

谢思杰表示，Sinodis在食品安全问题上做出了自己的努力。例如，Sinodis建立了自己的物流团队，进口的食品从生产厂家到进入中国，整个流程均可直接控制。另外，Sinodis有一套SAP系统，可以随时查看产品的物流及销售进度，一旦哪个环节出现问题，可以及时查处。

北京太子行上海分公司姚姓负责人表示，进口食品的卫生和安全检查是比较繁琐的，从出厂到出厂，再到中国海关等都要经过检验，除非在市面上销售的产品出现安全事故，被检验出的不合格产品基本是不会流通到市场上的。

但无论如何，食品安全永远是经销商们不得不紧绷的一条神经，包括Sinodis。

对消费品行业感兴趣

优势资本合伙人吴克忠认为，拥有自己的品牌或者长期拥有某些品牌的独家代理权对于进口食品经销商来说是保持持续增长的关键。

目前，已经有一些进口食品经销商在尝试自建品牌，比较成功的有南浦食品的天喔、南洪的百味林、山隆的阳光生活等。

除自有品牌外，部分经销商也在试水自建销售终端，例如，南浦有自己的天喔专卖店。据了解，目前太子行也在尝试建设自有终端。

吴朝晖预计，“经销商发展到一定规模后一定会做自己的品牌，会做自己的渠道，甚至会自己生产。”

谢思杰的计划是，此轮融资后，Sinodis将在食品安全管理、供应链控制等方面加大投入。不过，未来他也准备建立自己的品牌。