

10 食品 Food

美登高推袋淋与北冰洋抢市场

俄罗斯袋淋产品也同步上市 北冰洋称将增加产量和口味

随着主打“怀旧”风的北冰洋袋淋正式回归一个月，袋淋已一跃成为今夏冷饮市场上的明星单品。北京青年报记者近日走访市场发现，除了北冰洋，美登高上个月也推出了一款袋淋产品。此外，市场上还出现了大庆一家冷饮厂推出的“北京专供”版袋淋。俄罗斯进口的冷饮产品也在抢夺袋淋市场这杯羹。

北冰洋袋淋生产线24小时运转仍供不应求

袋淋是上世纪80年代由北冰洋冷冻食品有限公司生产的冰淇淋，因为是塑料袋包装，价格平民化，被人们亲切地称为袋淋。自5月10日“回归”以来，主打怀旧情结的北冰洋袋淋以每袋200克、6.5元的亲民价受到不少消费者热捧。

虽然上市已经“满月”，但由于产能有限，义利旗下百余家食品店目前仍旧多数采取单双号供货方式，部分客流量大的门店还采取每人限购两袋的销售措施。但即便如此，仍然无法满足袋淋供不应求的市场缺口。

据朝阳区东四环附近一家义利食品店店长透露，每逢店内袋淋到货的日子，附近的居民一早就会赶来排队，“8点店里开门，7点就有人排队买袋淋了，主要以周边地区中老年顾客居多，通常100袋袋淋2小时就能卖光。而等到傍晚很多年轻人下班再赶过来，袋淋早就没货了，所以我们有时候不得不私下留一些给年轻人，让他们也能尝到儿时的味道。”

由于目前还无法做到大面积铺货，北冰洋袋淋“回归”后也饱受争议，甚至有消费者质疑其饥饿营销。北冰洋副总邢慧明12日表示，北冰洋绝对不会搞饥饿营销，厂家一直加紧进行袋淋的生产并不断扩充产能。他介绍，袋淋生产线已经24小时运转，食品厂工作人



●美登高袋淋产品

员熟练程度也得以提升。虽然目前产能比一个月前提升了不少，但仍然难以满足市场需求的缺口。

电商加入进一步带火袋淋市场

上班族无法提早到义利门店排队购买，因此主打年轻消费市场的电商看准袋淋火爆引发的商机。继京东、天猫超市不定时限量供应袋淋之后，每日优鲜12日起正式加入线上争战，以每袋7元的价格开始销售北冰洋袋淋。

“厂家一直货源紧张，我们首日200箱产品不到4小时就销售一空，部分区域简直就是线上秒杀。以国贸区域为例，根据以往的冰



●产自俄罗斯的袋淋产品

激凌销售数据，并通过大数据算法提前为国贸区域前置仓准备了几十箱北冰洋袋淋，不到两小时就已经售罄。”每日优鲜相关负责人介绍。

同样属于“手慢无”状态的还有京东，由于不定期到货，该平台每次到货基本上都在半小时内全部售罄。

多款品牌抢占袋淋市场

瞄准袋淋商机的除了北冰洋，还有同样主打京津市场的另一家老牌冷饮企业美登高。上个月，美登高也推出一款500克包装的袋装冰激凌。6月1日起又在电商每日优鲜上以每袋16.9元的价格开售。

安康富硒茶系列招商推介活动启动仪式在西安举行

“安康茶最生态、最有机。”6月10日，安康市人民政府副市长鲁琦在西安举行的安康富硒茶推介会上如是说。

安康是全国最大的天然富硒区，被誉为“世界硒源”、“中国硒谷”，是全国产富硒茶最好的地方，已经成为全国天然、生态、有机茶的最佳产区之一，先后选育出紫阳群体种和陕茶一号两个国家级良种。富硒茶已经成为安康对外开放的一张“金名片”。

鲁琦说，安康市有91.9%的面积属于国家禁止和限制开发区，所有农作物全部禁止化肥和农药。

近年来，安康市坚持绿色循环发展理念，把富硒茶产业作为农业产业的首位产业和农民脱贫致富的当家产业。

安康市委副书记鲍永能说：“紧盯2020

年建成100万亩茶叶基地、实现100亿元茶叶产值‘两个100’目标，安康富硒茶产业步入了发展‘快车道’。”

本次活动由陕西省供销社、省农业厅、省林业厅和安康市人民政府主办，安康市林业局、市农业局、市供销社等承办，旨在积极响应丝路经济带建设，加强与丝茶之路沿线重要节点城市的合作与交流，加快推动安康富硒茶走出去步伐，持续提升安康富硒茶的品牌知名度和市场影响力，振兴陕茶发展，全力打造茶叶全国知名品牌。

据了解，此次系列招商推介活动，分别将在西宁、兰州、乌鲁木齐、银川、呼和浩特等西北重要节点城市开展宣传推介，推进安康富硒茶产业快速发展。

(袁庆文 文/图)



●“共建丝茶之路、同品安康富硒茶”系列招商推介活动启动仪式。

我国乳业或迎“走出去”第二波高潮

终端产品上进行合作。

而为应对奶粉新政刚刚宣布收购两家国外工厂的澳优乳业也走在乳业国际化的前列。资料显示，2011年澳优乳业收购荷兰海普诺凯，2016年8月又收购营养品公司 Nutrition care；2016年9月澳优与westlane协议建立合资公司，澳优乳业还以羊奶粉佳贝艾特为核心，布局海外市场；2017年5月澳优乳业宣布收购澳洲乳企ADP100%的股份和Ozfarm50%的股份。

曾经的国产奶粉第一品牌贝因美一直在进行国际化布局。资料显示，2012年底，贝因美与爱尔兰 Kerry 集团签订垄断协议，正式进军国际市场；2014年4月，贝因美联手一致行动人以3亿美元合资收购一家美资平台企业；2015年10月贝因美以3.67亿元收购恒天然澳大利亚有限公司下属生产中心达润工厂51%股权。

如何判断国产乳业国际化的成功与否，乳业行业专家宋亮对中国商报记者介绍说，目前中国乳业的国际化总体来看还算成功，因为其大方向和战略布局都是对的，具体运作中，伊利、澳优、光明国际化运作较好。一是因为这几家企业的产品销量好；二是企业利用了当地的资源，降低了自身成本，保持了良好的经营状况，赢利性较好；三是在奶粉新政的大背景下，海外建厂的市场前景很好。

而这从几家公司的业绩上可见一斑。资料显示，伊利作为国产乳业的老大近几年业绩不断上扬，其最新公布的2016年财报显示其营收破600亿元，同比增长0.75%，净利润实现56.62亿元，同比增长22.24%。澳优乳业也保持了较高的利润水平，其2016年年报显示，公司2016年营收同比增速为30.3%，净利润同比增速为320.4%。而澳优乳业旗下羊奶粉佳贝艾特2016年继续稳居国内进口羊奶婴幼儿配方奶粉市场第一品牌，同比增长43.9%。

而光明收购的新西兰新莱特业绩也逐步

利好。资料显示，光明乳业旗下新西兰新莱特2015年扭亏为盈，实现9579.7万元的净利润，2016年实现1.81亿元的净利润。此外，2016年财报显示，新莱特营收在光明乳业营收占比达到14.07%。2016年9月光明乳业对新莱特的增资扩股可见光明乳业对新莱特的重视程度逐步增强。

国际化或掀第二轮高潮

资料显示，在经历了前几年的跨国并购高潮后，近两年国内企业走出去的步伐减慢已成共识，其中的原因有很多。包括中国企业走出去融资困难，面临当地的政治经济风险以及经营不善等，此外，近两年美元持续升值也使国内企业面临更高的汇率成本和更大的海外投资风险。

而中国乳业也在一定程度上存在上述问题。资料显示，贝因美作为国际化很早的乳业企业之一，自2014年后公司业绩却连年下滑，最新公布的2016年财报显示，贝因美2016年全年实现营收27.64亿元，同比下滑39.02%，净亏损7.8亿元，同比下滑853.24%。而雅士利自2013年被蒙牛收购后便进入业绩下滑通道，甚至出现亏损，近日，雅士利国际发布的最新财报显示，2016年雅士利实现营收22.03亿元，同比下滑20.2%，股东应占亏损为3.2亿元，同比下滑370.7%。

而在融资方面，业内人士分析，政府给予乳企海外融资的扶持资金较少，附加条件多，并严格限制资金使用方向。

对此，宋亮表示，在融资方面，中国乳企获得的政府扶持政策资金确实很少，包括伊利在内的很多乳企都是利用自有资金进行海外建厂和并购。而在经营状况方面，在国际化过程中，确实有一些企业业绩不好，但這些企业国际化的大方向并没有错。例如贝因美在澳洲、新西兰、爱尔兰、瑞士进行的投资，对公司长期发展是利好的。

据美登高相关负责人李女士介绍，这款名为“袋淋”的单品上市一个月以来，日销售量5000袋，目前已累计销售15.6万袋。“我们计划布局500至700个经销商，覆盖万余个终端网点。很多经销商订单过大，也出现供不应求的现象，今年销售预计到10月份结束，如果市场反应好，明年将布局扩大生产。”李女士表示，类似产品已经在市场上消失近20年，希望它能唤醒80后、90后儿时的回忆。美登高关注到这一市场热点，此次推出的袋淋还结合了俄罗斯冷饮实惠量大味道好的产品风格。

而真正来自俄罗斯的袋淋也出现在了京城市场上。近日，在京粮广场跨境电商体验中心，来自俄罗斯的两家冷饮品牌推出的10款袋装冰激凌就吸引了很多消费者选购。这些来自俄罗斯的袋淋包装朴素，量大，每袋500克左右，售价在42元左右，口味有奶油香草、樱桃、哈密瓜、草莓等。与国产袋淋最大不同之处是，俄罗斯袋淋的主打卖点是：鲜牛奶是主打原料之一，因此赢得消费者尝鲜的心理需求。据店方统计，仅上周末两天该店共销售了15箱，共计180袋袋淋。

记者发现，面对今夏袋淋火爆的现象，一些不知名的外地厂商也来搭车。近日，在个别冷饮批发市场，出现了一款外包装及重量与北冰洋袋淋类似、产自大庆的“袋儿”冰激凌。该产品特意标注着“北京专供”字样，口味上有草莓、香草、朗姆等。

“来自外地的厂家也这么跟风，专在北京城乡结合部的冷饮市场进行批发。”北冰洋的邢总表示，他们已经注意到了这种现象。“袋淋市场现在可谓鱼龙混杂。”据他透露，下一步，北冰洋一方面将继续加大产量，以解决供货问题；另一方面，也将增加口味。继草莓口味一枝独秀后，北冰洋菠萝口味的袋淋也将于近期面世。

(李佳)

新疆最大葡萄干初加工仓储基地开业

6月9日，新疆最大葡萄干初加工仓储基地在吐鲁番市高昌区经济开发区交河物流园建成运营，不仅可以促进吐鲁番葡萄干贮藏、加工、销售等各环节的有机结合，还能进一步推动吐鲁番葡萄干全产业链的融合发展。

据介绍，新疆果业葡萄干初加工色选仓储基地占地245亩，总建筑面积近10万平方米，由新疆果业集团投资1.5亿元引入葡萄干光电色选、比重机等国内外先进的农产品产地初加工设施建设而成。同时，它与先前该集团投资5亿元建设的新疆特色农产品（吐鲁番）电子商务服务园区相互衔接，可以有效地解决葡萄干产后集中销售难的问题，实现错季销售和均衡发展。

作为全国最大的葡萄干种植基地，吐鲁番市平均每年种植制干葡萄90万亩，葡萄干产量达18万吨。而新建成的葡萄干初加工仓储基地可同时满足300余家商户入驻使用，年葡萄干初加工能力10万吨。

新疆果业集团副总经理楼英超表示，今后将依托新疆果网B2B平台和基地初加工设施大力推进电子商务，有效解决农产品产后损失大、质量安全隐患突出以及收获期集中上市而导致的价低、卖难等问题，实现农产品的错季销售和均衡供应，切实增加农民收入。

基地商户买买提·卡米力说：“先进的光电色选设备每小时可加工葡萄干5吨以上，效率远超传统方式，可以给我们节省很多成本。同时，新疆果业集团还为我们提供了金融贷款、线上线下交易、价格行情、供求信息发布等众多惠农服务，可以帮助我们更好地发展。”

(董少华)

天津市人民政府近日批准公布了第四批市级非物质文化遗产名录，在这个名录中，名满海内外的天津“煎饼馃子”成功入选。无独有偶，在云南省人民政府近日也公布第四批省级非物质文化遗产代表性项目名录中，德昂族酸茶制作技艺等千百年的特色美食也入选在内。

天津“煎饼馃子”入选市级非遗名录

天津市人民政府近日批准公布了第四批市级非物质文化遗产名录，在这个名录中，名满海内外的天津“煎饼馃子”成功入选。无独有偶，在云南省人民政府近日也公布第四批省级非物质文化遗产代表性项目名录中，德昂族酸茶制作技艺等千百年的特色美食也入选在内。

天津第四批非遗名录共计76项

绿豆面、鸡蛋、葱花、油条、面酱、辣子……天津“煎饼馃子”历史悠久，是天津最知名的风味小吃之一，被誉为继狗不理包子、十八街麻花和耳朵眼炸糕“天津三绝”之后的“第四绝”。

据了解，此次新公布的第四批市级非物质文化遗产名录包括民间文学、传统音乐、传统舞蹈、传统戏剧、曲艺、传统体育、游艺与杂技、传统美术、传统技艺和传统医药九大类，共计76项。

其中，在传统技艺类中，德禄斋煎饼果子制作技艺、二嫂孑煎饼馃子制作技艺和艺津老味煎饼馃子制作技艺“榜上有名”。

记者在这份名录中还看到，工艺毛猴、桂顺斋京八件、津沽龙须面、静海迷踪拳、穆式花键等知名品牌也成功入选。

云南非遗名录“餐桌上的非遗”成亮点

无独有偶，云南省人民政府近日正式公布第四批省级非物质文化遗产代表性项目名录，昆明微雕、德昂族酸茶制作技艺等一批传承千百年的特色非遗项目入选。未来，它们将得到更加科学的传承保护。

公告显示，此次入选省级名录的非遗项目165项、扩展项目37项，涵盖民间文学、传统音乐、传统舞蹈、传统戏剧，食饮品制作技艺等10大类，涉及云南16个州市、20个少数民族。具体包括苗族叙事长诗《红昭 and 饶觉席那》、安宁小调、香童戏、苗族射弩等。至此，云南省省级非遗名录增至450项。

值得一提的是，此次云南人口较少的德昂族、阿昌族等均有项目入选；食饮品制作技艺类非遗项目成为一大亮点，德昂族酸茶、巧家小碗红糖、建水汽锅鸡、丽江粳耙制作技艺等一批“餐桌上的非遗”也悉数入选。

其中，风味独具的酸茶曾一度隐藏在大山深处。德昂族酸茶制作技艺传承人杨腊三介绍，在云南德宏州芒市三台山德昂族乡，当地人世代传承着古老的酸茶制作技艺：将新采摘的茶叶放入竹筒，埋藏地下，经发酵后取出捣碎，然后制饼、晾晒后即可烹煮饮用。酸茶酸涩回甜，汤色金黄透亮。

据介绍，云南非遗保护部门将针对此次公布的非遗项目制定详细的保护规划，加快落实各项保护措施，更加科学地传承和弘扬民族传统文化瑰宝。

(据新华社)



继伊利宣布以8.5亿美元收购美国有机奶第一品牌Stonyfield后，近日光明旗下新莱特宣布完成对新西兰乳业公司NZDC100%股份的收购，此外，澳优乳业也宣布收购澳洲乳企ADP100%的股份和Ozfarm50%的股份。

在经历了一波收购高潮后，中国企业国际化的速度有所放缓，乳业企业国际化目前处于什么阶段，国际化的成效如何，未来又将怎样？

经历第一波国际化高潮

我国乳业的国际化进程早已开始，2010年光明乳业以8200万新元收购新西兰新莱特51%股权，打响了国内乳业海外收购乳企的第一枪。之后光明还收购了澳大利亚玛纳森75%股权、英国谷物食品商维他麦60%股权、法国葡萄酒出口商Diva70%股权，2015年三月底光明又收购了以色列TNUVA76.7%股权，光明乳业还与光明集团签订托管协议，受托管理TNUVA集团。2016年9月光明以39亿万新元参与新莱特增资配股项目，2017年5月30日光明旗下新莱特又宣布完成对新西兰乳业公司NZDC100%股份的收购。

此外，伊利、蒙牛等龙头乳企在国际化进程上也不断发力。资料显示，2013年伊利正式布局国际化战略，先后与美国最大的牛奶公司DFA和意大利斯嘉达合作，在新西兰投资11.03亿元奶粉项目，前不久还提出8.5亿美元竞购美国有机酸奶龙头Stonyfield。

而蒙牛则加快奶源加工资源布局到国外，先后与乳业巨头Aria合作，与达能携手成立低温乳制品合资公司，与美国白波食品在