

方便自热食品产业大会半年内在成都举办两次,并引发自热食品下个“爆款”是谁的讨论

从几家增长到 50 家 方便火锅川企仅用了一年

■ 侯冲

3月20日,第二届全国方便自热食品产业大会现场,广汉市康达食品有限公司负责人康明菊忙得不可开交,又做笔记又拍照,生怕漏下任何有用信息。活动比预定时间延长了40分钟,大厅里的几百人离席的不多。去年10月25日,首届全国方便自热食品产业大会在成都举行。为何不到半年时间,连续举办两届方便自热食品产业大会?“因为产业发展太快,新问题、新变化亟待全行业坐到一起讨论。”成都市食品工业协会秘书长任伟维表示。

发展有多快?方便自热食品八成为火锅,“川军”销量约占全国一半

嘉宾演讲现场的楼下,是来自全国各地的方便自热食品展会。记者注意到,80%的展品都是方便火锅及上下游产品,大部分方便火锅都来自四川,包括小龙坎、大龙燄、美好等品牌。

2016年4月,方便火锅进入公众视野,最开始是通过微商渠道销售。去年成都糖酒会期间,众多品牌方便火锅纷纷上市。方便火锅一下“火”了起来。

“目前每月销量10万盒左右。”味蜀吾餐饮集团快消部经理王宇介绍,仅今年“三八”妇女节,一天线上销售就突破3万盒。去年

“双11”当天,小龙坎、老城南、德庄、海底捞、大龙燄5大品牌共计销售超过54.9万盒,小龙坎一家就卖了19.6万盒。

方便火锅市场,川企是名副其实的主力军。任伟维介绍,2017年四川方便火锅成品企业从个位数增长到约50家,相关配套企业超过50家,川产方便火锅销量约占全国一半。在中国食品科学技术学会副秘书长刘昊宇看来,四川发展方便火锅产业,有着得天独厚的优势。

成都市食品工业协会统计数据显示,今年3月,四川方便火锅月销量同比增长4到5倍,月销售额在2亿元以上。方便火锅的走俏也带动了诸如包装盒、发热包、荤素原料等一系列上下游产业。

问题在哪里?行业标准欠缺,口感、安全和环保都需要提升

作为特邀嘉宾,刘昊宇第一个上台发言。没想到,他先泼了一盆“冷水”：“问题和隐忧不容忽视。”

首先是标准。刘昊宇介绍,目前方便火锅尚无统一的国家标准或行业标准,很多企业生产参照的还是企业标准,这使得市场上的产品良莠不齐,如食品添加剂等公众敏感问题,就缺乏管理依据。

“有一些小厂商通过降低标准,谋求更多利润。”成都佳享食品有限公司销售总监李正

秋坦言,由于缺乏统一标准,这些小厂商有时会扰乱市场秩序,最终不利于行业发展。

其次是安全和环保。刘昊宇认为,方便火锅靠化学反应加热,发热包如果出现破损泄漏,可能造成危险品的迁移和污染。很多方便火锅采用塑料材质包装盒,增加了环保压力。此外,还存在食材不新鲜、缺乏营养、口感较差、产品同质化等问题。

任伟维建议,企业首先要在技术上下功夫,力争将方便火锅的口感提升到餐饮店级别;加大市场推广营销力度、拓宽销售渠道,改变方便火锅线上销售为主的现状,将其推向大型商场、超市等。

去年8月,成都在全国率先出台《成都市自热式方便火锅生产许可审查方案(试行)》。任伟维透露,今年成都市食品工业协会将与全国食品科学技术学会一起争取全国行业标准立项,尽快对方便火锅生产流程、质量标准进行规范。

下一个自热爆款产品是谁?方便食品、冷冻食品和外卖的价格缝隙和场景缝隙中钻出

“不用电、不用火就能吃的烧烤,欢迎品尝!”成都金大洲实业发展有限公司副总经理李涛在展场高声吆喝。这是全场唯一一款自热烧烤食品,“年初刚面世。”李涛表示,再做方便火锅没有特色,所以选择了做烧烤。

还有不少四川企业在研发其他品类方便



自热食品。在展场,记者看到有自热米饭、冒菜粉、羊肉汤、钵钵鸡等自热食品。“我认为自热食品未来很有可能发展成为百亿、千亿级的行业。”百家食品董事长陈朝晖说。

下一个自热爆款产品是什么?好想你健康食品股份有限公司产品事业部总联席振华认为是“早餐”,人们对于早餐的要求无外乎两点,现做、热的,这正是方便自热食品的优势。四川大学食品与农产品加工研究院常务副院长赵志峰认为,随着中国逐步进入老龄化社会,保健营养型方便自热食品将是未来主流,具有广阔的市场空间。

考虑到成本、口感、安全等因素,北京思美思誉管理咨询有限公司董事长陈崖枫认为,方便自热食品不太可能成为常规性的大众品类,自热食品必须瞄准方便食品、冷冻食品和外卖的价格缝隙和场景缝隙,并具有充分的不可代替性。

“假阿胶事件”个别媒体张冠李戴 东阿阿胶拟追责侵权报道

有媒体日前发布“东阿县多家阿胶厂家用牛皮下脚料甚至骡马皮做原料来做阿胶”报道后,引发各界广泛关注。

然而,在对上述“假阿胶事件”的跟踪报道过程中,个别媒体断章取义、张冠李戴,将媒体报道的东阿县问题阿胶厂家与知名阿胶企业东阿阿胶股份有限公司混为一谈。为此,东阿阿胶4月5日晚间发表《关于依法追究个别媒体侵犯名誉权行为的严正声明》(下称《严正声明》),表示将追究违法报道者的法律责任。

《严正声明》指出,个别媒体及自媒体账号、商业网站平台等,在撰写、转载、评论相关新闻信息的过程中,未经核实,在文中使用东阿阿胶股份有限公司的企业字号、商标或产品图片,将违法阿胶企业指向我公司。通过对原文删改,断章取义,张冠李戴,将违法阿胶企业与“东阿阿胶”混为一谈,让读者误以为文章中东阿县的其他阿胶制品为东阿阿胶股份有限公司产品,或与东阿阿胶股份有限公司有必然联系。更有甚者,直接在标题中指出

“东阿阿胶”变“问题阿胶”,或配用“东阿阿胶”官方产品的图片加以不实文字说明,诋毁“东阿阿胶”名誉。

东阿阿胶表示,“东阿阿胶”是我公司企业名称、字号、股票代码、产品名称,也是我公司注册商标,消费者的认知中,“东阿阿胶”是我公司的专属名称及标志,四字连用已成为我公司及产品在行业内的专用指代,受法律保护。个别媒体在与我公司无关的报道中,错误使用“东阿阿胶”字样、产品或图片,对我公司企业

信誉及产品声誉造成不可挽回的损失。

“在我公司向个别出现错误的媒体、机构指出错误后,仍不更正,且个别机构甚至存在借机敲诈勒索等令人发指的行径。我公司强烈谴责以上违法行为,并请有关媒体及自媒体账号、商业网站平台等严谨对待新闻事实,立即停止侵权行为,删除错误文章、信息,并予以澄清道歉。我公司已将违法行为依法取证,对拒不更正者近日提起诉讼,依法追究其法律责任。”《严正声明》称。(魏好勇)

新华制药：创新增强内生动力,积聚发展新动能

在新旧动能转换中,医药企业以创新增强内生动力,主动抢占高端市场,新的发展动能正在积聚。在新华制药,已经建成的现代医药国际合作中心一期工程已经运行,它彻底改变了一个老牌制药企业的生产和销售结构。

记者在新华制药国际医药合作中心一期的制剂车间看到,工人师傅们正在新生产线上为国际认证做着充分的准备。这条生产线是从备料到成品包装无间歇一体化生产下来,大大缩短了生产时间。达产之后每天可以生产出200亿片的片剂,其中80亿片输送出口。

新华制药总经理杜德平介绍说:“这个项目是我们不断地加快新产品转化的速度,推动国际合作不断深入的重要的一个平台。产品从包装到入库再到出库都实现了无人操作,也是我们企业实施先进制造,推动新旧动

能转换的一个重要支撑项目。”

新旧动能转换离不开的是科技的创新和人才,记者了解到,现在生产线已经实现了自动化、智能化、链接化的改造,并且还设立了6大技术平台,7个研发空间还有一支强有力的生产团队,源源不断的科技创新动力正在加入进来。

杜德平告诉记者:“随着我们的布局调整,越来越多的新产品不断地投入市场,越来越多连续化、自动化的智能制造项目不断地投入使用,同时也不断有新的项目投入建设。我们企业应该说取得了良好的发展态势。”

我国是原材料药业第一生产大国,国际化是必然的趋势,目前我国企业与国际的链接更多地还是停留在贸易层面,但下一步,随着供应链延伸,中国药业会在大的生产体系当中占据一定的地位。

(王源)



贵州湄潭：采春茶 正当时

清明时节,贵州湄潭等地进入采茶季。当地茶农抢抓时机,采摘新茶供应市场。

新华社记者 陶亮 摄影报道

新掌门人上任 承德露露困局待破

■ 王子扬

日前,承德露露发布公告称,鲁冠球之子鲁伟鼎正式成为公司的实际控制人。摆在这位新掌门人面前的首要问题,是承德露露近年来的业绩增长乏力。自2015年起,承德露露就结束了业绩高增长态势,并连续在2016年、2017年迎来业绩双降。

业内认为,承德露露的根本问题在于“露露”产品老化,县级以下市场受山寨产品严重挤压,在植物蛋白市场竞争激烈的当下,客群逐渐流失。鲁伟鼎接手后,如果承德露露依然不注重新产品、新领域的探索,维持现状,将难以突破困局。

针对上述问题,截至新京报记者发稿,承德露露方面尚未回应。

鲁伟鼎成为新实际控制人

3月20日,承德露露发布公司实际控制人变更公告,鲁冠球之子鲁伟鼎继承了其父名下万向三农集团有限公司95%股权,从而持有万向100%股权,承德露露40.68%股权,成为承德露露实际控制人。

公开资料显示,现年47岁的鲁伟鼎近5年内分别担任万向集团、万向三农集团有限公司、中国万向控股有限公司、民生人寿保险股份有限公司及万向信托有限公司的董



●承德露露2017年业绩下滑。新京报 王远征 摄

事长、总裁、执行董事等职位。

事实上,早在1994年,时年23岁的鲁伟鼎就成为万向集团总裁。相较于其父鲁冠球专注于汽车领域,鲁伟鼎似乎更偏爱资本领域。在鲁伟鼎带领下,1995年,通联资本前身深圳通联投资有限公司成立,随后万向系拿到了两张金融牌照。2001年,万向控股成立,将此前成立的深圳通联、万向租赁、万向期货、通联创投等金融投资公司收编至旗下。中国保监会2010年核准鲁伟鼎担任民生人寿董事长一职,鲁伟鼎也被业界称之为“国内最年轻的险企董事长”。

业内分析认为,鲁伟鼎接手后对于承德

露露的影响不会很大。承德露露作为万向三农集团的旗下公司,在万向系的大盘中体量并不大,鲁伟鼎的精力也有限。另外,自2016年新任总经理鲁永明开始执掌承德露露后,进行了一系列的架构调整。相比于鲁伟鼎,鲁永明对于承德露露的决策更为直接。

业绩下滑困局待破

对鲁伟鼎来说,接手承德露露后面临的首要问题就是业绩不断下滑。

承德露露2017年财报显示,其营收为21.11亿元,同比下滑16.23%;净利润为4.13亿元,同比下滑8.16%;经营活动产生的现金流量净额也大幅度减少了82.11%。

对于业绩下滑原因,承德露露未在年报中披露,但此前公司方面曾表示,行业增速放缓、竞争激烈导致“小企业维持现状,大企业经营下滑,传统产品市场不振,新产品难见成效”。

事实上从2015年起,承德露露业绩就结束了高增长态势。财报显示,2015年承德露露营收为27.06亿元,同比仅提升0.13%;净利润为4.63亿元,同比增长4.52%。2016年,承德露露营收25.21亿元,同比下降6.85%;净利4.5亿元,同比下降2.78%。

营销专家路胜贞认为,导致承德露露业绩下滑的原因主要有两个:一是在县级及以

下市场,山寨产品的劣币驱逐良币,导致露露最大的立基市场丧失了基础,至少拉窄了承德露露30%以上的市场空间;另一个是杏仁露面临其他植物蛋白饮品的挤压,消费者流失加快。

产品老化为最大问题

面对业绩下滑,承德露露于2016年推出了核桃露、果仁核桃、花生露等新类,之后又推出小露露和露露甄选系列产品,试图在儿童群体和高端产品方向发力。此外,承德露露在2017年调整了组织架构,将原来的14个部门优化合成7个部门+1个营销中心,强调营销中心的核心地位,同时对营销中心实施事业部制,设立四大区域。

不过记者在走访市场时发现,承德露露新品收效甚微。在露露京东旗舰店和天猫旗舰店,小露露的销量远不及经典产品原味杏仁露。

“承德露露面临的最大问题是产品老化后没有新的替补产品形成阶梯式的后备,核桃露、果仁核桃、花生露、小露露和露露甄选等战略新产品培育投入不足,导致企业后劲稀薄。”路胜贞认为,新掌门人的战略如果是维持露露现状,只在露露上做文章,不注意新产品、新领域的探索,利润分配倾向于股东分红,要改变现状仍比较困难。

1亿元A轮融资 “四川造”手术机器人有望明年面世

4月9日,天府软件园明星创业企业博恩思医学机器人有限公司(下文简称“博恩思”)宣布完成1亿元A轮融资。

本轮融资由德屹资本领投,瑞华控股和天翼投资联合投资。本轮所筹资金将重点用于支持公司完成博恩思全系列微创手术机器人的注册认证以及商业化上市前准备工作。

博恩思创始人李耀表示,目前微创手术机器人已完成了动物实验,正在做注册认证相关工作,最快2019年面世,“胃肠肝胆手术都可以做,可以有效帮助医生,让手术操作更精准,出血量更少更安全。”

博恩思是一家以人工智能医学为核心,致力于精准外科机器人的研发、制造及临床应用的创新公司,总部位于成都高新区天府软件园及生物城,同时也在美国硅谷设立了研发机构。

机器人手术是微创外科的发展未来,目前全世界已有33个国家、800多家医院成功开展了60多万例机器人手术,手术种类涵盖胃肠外科肝胆外科、泌尿外科等学科。据BCG波士顿咨询预测分析,全球医疗机器人行业未来5年年复合增长率能稳定在15.4%,至2020年,全球医疗机器人规模有望达到114亿美金。(熊筱伟)

重庆生物技术研究所在长寿打造千亩灵芝园

4月8日,重庆市科学技术研究院生物技术研究所以召开科研新成果报告会,对最新研究成果破壁灵芝孢子粉进行介绍。目前,重庆长寿已打造1200亩灵芝庄园,形成系统采集破壁灵芝孢子粉的基地。

据介绍,灵芝具有安神、增强免疫力、促进肌体康复等功效。但野生灵芝常生长于深山峭壁,数量稀少,且生长周期不可控,同时,由于长时间遭受雨淋虫害,实体腐化严重,药用价值大打折扣,而人工培育灵芝则可以有效解决这类问题。

经过多处考察,重庆生物技术研究所以携手纯芝谷集团,最终选定长寿国家农业科技园区作为培育地点。长寿气候适宜、雨量充沛、土壤肥沃,能为灵芝生长提供优越的天然环境。

长寿纯芝谷灵芝庄园规划占地1200亩,种植的灵芝全部采用青冈木为基质,一年只产一季,灵芝孢子粉开始喷出时,采用开放式套袋法收集孢子粉,该方法可以保证孢子粉的高纯度。栽培土地实行“种两年、休五年”的轮作制,以保证孢子粉品质稳定。

据悉,重庆生物技术研究所以从上世纪70-80年代就开始了灵芝栽培技术以及产品开发应用的研究,今后还将继续开展孢子粉破壁技术、灵芝粉与其他成分搭配开发新产品等方面的研究。(李海岚 杨璐)

宜宾燃面出台制作标准为燃面百亿产业“助燃”

4月1日,《宜宾燃面烹饪技术规范》正式实施,《规范》从主料准备、烹饪技术、卫生要求、质量要求等9个方面对宜宾燃面作了规范化标准,宜宾市的相关餐饮企业可以参照执行。

据悉,《规范》的制定将保证宜宾燃面风味的传承并“助燃”宜宾燃面百亿产业。去年10月,《宜宾燃面产业发展规划(2017-2021年)》出台,开启了宜宾燃面百亿产业化、规模化、标准化的发展道路。该规划提出,宜宾燃面将采用两种发展模式,一种是以工业化模式批量生产“方便型”燃面,另一种是鼓励燃面企业在外地开设宜宾燃面连锁经营店。“连锁经营的前提就是有统一的操作标准。”宜宾市燃面产业发展领导小组办公室成员李海龙说。

不同的人对于食物口感有不同要求,《规范》的制定是否会让宜宾燃面口味变得单一?李海龙表示,《规范》的制定是为了保持传统宜宾燃面的风味并保证食品安全,餐饮企业可以在《规范》的基础上进行创新,制作出不同口味的宜宾燃面。

目前,宜宾市已拥有方便型宜宾燃面企业10余家。宜宾燃面的销售区域不断扩张,2017年,宜宾燃面(方便型)销售收入达3亿元。(黄大海)