

甘肃安多集团董事长王志荣受聘陇菜协会荣誉会长

安多牧场荣获陇菜协会中央厨房示范食材供应单位

■ 周喻胜 本报记者 何沙洲

4月28日,正值甘肃省陇菜协会成立一周年之际,甘肃省陇菜协会在敦煌饮食文化主题餐厅——“敦煌盛宴”,推出以“工匠精神、陇菜韵、厨艺美”为主题的“迎五一‘抗疫’新菜品发布暨敦煌饮食文化成果展”,全省复工复产企业负责人代表300多人齐聚一堂。受邀参会的甘肃安多集团董事长、安多集团因其安多牧场牦牛、藏羊产品的有机、生态品质,荣获陇菜协会中央厨房示范食材供应单位。

甘肃地处中国内陆腹地,历史悠久,文化源远流长,是古丝绸之路必经地段和中西文化交汇之地。为打造丝路经济带黄金段美食之都,资深中国烹饪大师赵长安经过二十多年的研究和实践,从理论上系统阐述,按地域科学划分,提纲挈领,明确提出了创立陇菜体系新概念。其“陇菜十八系、廿四名宴、三十二名锅、五十六名吃,百家餐饮名店、千位陇菜文化名师大师”的理论体系,构筑了甘肃陇菜新框架,推动了陇菜发展走上新的高峰。在此次活动现场,甘肃省陇菜协会执行会长赵长安大师将这一份价值1500多万的无形资产捐赠给了甘肃省陇菜协会。至此,陇菜协会所有会员都可以共享赵长安大师凝聚40年心血的厨艺精髓,尤其是在敦煌饮食研究领域里的丰硕卓越成果。

在“迎五一‘抗疫’新菜品发布暨敦煌饮食



●甘肃省陇菜协会会长赵长安(右)为安多集团王志荣董事长颁发“甘肃省陇菜协会荣誉会长”聘书

文化成果展”上,甘肃省赵长安劳模示范性创新工作室根据抗疫的需要,召集学员、同行,加入抗疫药材,改良原有菜品,创新新菜品,专题推出的“抗疫”新菜品悉数亮相,有热菜、凉菜、面点、艺术拼盘共33道菜,其中17道热菜,每一款都具有食疗功效,款款美味更是为复工复产中的陇菜餐桌添香无数。

2020年的春节,在新冠肺炎疫情的肆虐

下,餐饮业受到了前所未有的重创,与此同时,更好的品质、可追溯产地的食材,成为了每家餐企在产品端的核心竞争力。雪域安多牧场甘南草原水草丰美,在这里自然生长的牦牛、藏羊肉富含生命力极强的自然基因和人体必需的多种微量元素,具有高蛋白、低脂肪、高能量特点,含抗辐射、抗癌、抗衰老效果和人体无法合成的多种氨基酸,是天然、绿

色、生态、有机、健康的食材。这也是致力于打造青藏高原最大生态有机清真肉品加工基地和传播“健康—源于自然”企业理念的安多集团在去年的“甘肃餐饮30年”活动中获得甘肃省突出贡献企业、绿色食材供应商和战略合作企业荣誉后,又荣获陇菜协会中央厨房示范食材供应单位。

甘肃省陇菜协会现场为安多(清真)牦牛肉、藏羊肉供应链中央厨房示范基地授牌。甘肃省陇菜协会与安多集团形成战略合作伙伴,双方将依托安多集团安多牧场牦牛、藏羊肉产品,整合牦牛、藏羊肉产品菜品资源,把原生态食材开发成高端菜品。

2019年荣膺甘肃餐饮30年功勋人物奖的王志荣董事长,应邀出席“迎五一‘抗疫’新菜品发布暨敦煌饮食文化成果展”并上台接受甘肃省陇菜协会会长赵长安先生颁发的“甘肃省陇菜协会荣誉会长”聘书。

王志荣在会上作了讲话并对陇菜协会成立一周年庆典表示祝贺。王志荣的受聘期为2019年4月16日至2024年4月15日,他表示将认真履行责任,为陇菜协会发展建言献策,带领安多公司坚持“做真牦牛、真做牦牛”的经营理念,发挥牦牛肉产品加工企业的规模和技术优势,不断提高创新能力,以更高品质的食品,更严格科学的工艺,更标准化的产业链,不断向餐饮、家庭提供更多优质、绿色、健康、营养的安多牧场牦牛、藏羊肉产品,身体力行地为陇菜的发展贡献自己的力量。

猪肉大佬秒变“小鲜肉” 双汇频上热搜不断出圈

■ 本报记者 李代广 实习记者 李薇

近来,敏锐的投资者看中了植物蛋白领域,“植物蛋白肉”无疑成为时下广受关注的热词。据调查研究报告预计,全球植物性人造肉市场规模将以每年15%的复合增长率增长,到2025年将达到279亿美元,而中国肉类消费大约占全球的四分之一,推测植物人造肉在中国将会有更大的增长空间。

“植物肉”到底是什么、味道怎样、营养如何?对于公众来说可能还是一个抽象的概念。近日,记者就捕捉到一条很有想象空间的信息,中国农业产业化龙头企业——双汇,开展了一场新颖独特的线上首发,带来的正是备受业界关注的“植物肉”——双汇素食界

蛋白素肉。

4月26日,双汇联手阿里,在天猫“豆趣联名正当红”全球经典IP吃豆人40周年主题会场开设“蛋白素肉”专区,启动了吃豆人联名礼盒限量首发,双汇蛋白素肉战略新品类正式登场;与此同时,双汇豆星人&吃豆人的联名短视频,在拥有4亿日活用户的抖音平台同步首发,视频一出街就被刷屏,着实吊足了粉丝的胃口。

透过本场“植物肉”的线上首发,我们获知,双汇本次推出的双汇素食界子品牌,打出了科技智造、天然生态、低碳环保、健康未来的品牌内核。从产品端来看,本次手撕蛋白肉有粉丝喜爱的四大风味“五香、麻辣、甜辣、烧烤”,主打非转基因,高蛋白、高膳食纤维、低脂肪、低胆固醇等大健康理念,秘制配方、丝

丝入味,赚足了吃货们的口水,众粉直呼美味与健康的化身,像吃肉一样过瘾,想怎么吃就怎么吃。

双汇作为中国肉类品牌的开创者,其一举一动,一直是行业的风向标,此次布局植物肉产业,其“动物蛋白+植物蛋白”的双轮驱动战略呼之欲出。双汇的这次跨界类延伸,可能正在形成中国“人造肉”的虹吸效应。在2020这个极其特殊的年份,面对新冠肺炎疫情的冲击,动物蛋白和植物蛋白作为人体免疫力的物质基础,其健康价值在公众心中的地位愈加重要,其投资价值对于投资者来说充满了无限想象空间。

通过资讯扫描,记者发现双汇频上热搜且不断出圈,2019年签约国民老公黄磊代言食材产品双汇筷筷,签约著名主持人晓戈

引导整箱消费,推出智趣多鳕鱼肠打造中国儿童高端肉制品领导品牌,还有王中王街舞大赛、火炫风抖音挑战赛等等。

4月14日,双汇携手“淘宝一姐”薇娅,直播带货“鸿运当头”猪肉肉,限时20秒,限量6.3万包被疯抢一空,按下了肉类企业的“直播键”,开启了网红经济的新出口。

继薇娅之后,4月24日,双汇王中王被号称“中国初代网红”的罗永浩看中并直播秒杀;26日,素有“厨王”之称的明星林依轮再度向粉丝直播推介双汇猪肉肉。

这家肉类行业老大的肉类标杆企业,过去一贯稳健、内涵、深沉的“猪肉大佬”,摇身一变,成了粉丝眼中的“小鲜肉”,这些行动潜藏着什么信息,接下来双汇又会有什么新动作,让我们拭目以待。

扩10万吨产能 洽洽喊话三只松鼠

4月27日晚,“瓜子一哥”洽洽发布公告称,拟募资14.6亿元扩建10万吨产能、开设上千家“坚果店中店”等。对此,洽洽表示,这符合公司业务布局战略,可以进一步提升公司的盈利能力。在业内人士看来,开店、扩产能是为了加速达成“1-2年的时间,做到每日坚果第一,3-5年时间做到中国坚果第一,10年时间成为世界坚果领先企业”的战略目标。但从目前国内坚果市场来看,三只松鼠以百亿元的年营收稳居第一,洽洽则不到50亿元,因此洽洽想要成为坚果老大还面临重重考验。

甩不掉的产能题

根据公告,洽洽拟募资14.6亿元投资建设“滁州洽洽坚果休闲食品项目”“合肥洽洽工业园柔性工厂建设项目”“长沙洽洽食品二期扩建项目”“洽洽坚果研发和检测中心项目”“品牌升级项目”和“坚果店中店”营销推广项目。

其中,滁州洽洽坚果休闲食品项目拟使用募集资金4.9亿元,项目建成后年可生产原香瓜子1.2万吨、香瓜子3万吨、山核桃/焦糖瓜子1.8万吨、坚果6000吨。合肥洽洽工业园柔性工厂建设项目投入2.6亿元,项目建成后形成年产9000吨每日坚果、2400吨壳坚果、2400吨风味果仁的生产规模。长沙洽洽食品二期扩建项目投入1.7亿元,项目建成后形成年产9000吨香瓜子、9000吨山核桃/焦糖瓜子、3000吨坚果类的生产规模。这意味着,洽洽将在此次募集投资建设中扩建约10万吨产能。

对此,洽洽表示,随着销售市场的不断扩大,公司现有的产品品种、产能、产量已不能和日益增大的市场需求相匹配,开发新品、扩大产能已成为公司发展的必经之路。

值得一提的是,洽洽从谋求上市至今,一直在围绕产能进行扩建。在当时递交的招股说明书中,洽洽曾披露,IPO募集的资金主要用于产能扩张,计划投资2.75亿元用于建设年产3.6万吨香瓜子、9000吨原味瓜子、9000吨油炸产品、9000吨多味瓜子、7200吨脆皮花生的产能。

至洽洽2011年成功上市后,其产能问题得到了缓解。2016年7月,洽洽在投资者互动平台上表示,产能可以覆盖需求。

不过,近年来,洽洽产能再次出现缺口。2020年4月8日,洽洽发布公告称,以注册资金2000万元在安徽滁州经济技术开发区



设立全资子公司,该公司负责实施年产10万吨坚果休闲食品项目,计划总投资约6亿元。

在中国食品产业分析师朱丹蓬看来,洽洽目前形成了多品类产品矩阵,此次加码产能符合其中长期战略规划。

但也有业内人士认为,扩建工厂看似是加码产能的直接手段,但对于洽洽而言,提高产能利用率才是解决问题的根本途径。目前,洽洽在国内建立了以合肥、阜阳、长沙、重庆、廊坊、包头、甘南、哈尔滨为主的八大生产基地。

渠道如何平衡

除了扩建产能,洽洽还拟使用募集资金加速渠道发展。其中,“坚果店中店”营销推广项目拟投入1亿元。该项目计划3年内在北京、上海、广州、深圳、重庆、成都等全国城市中的主要卖场中布局1345个“坚果店中店”。对于建设“坚果店中店”,洽洽在公告中称,这将进一步拓展线下渠道的深度和广度,更精准地把握消费趋势,提升公司核心竞争力。

事实上,线下一直是洽洽的核心渠道。在发展初期,洽洽曾通过“开箱有礼”的赠券金促销方式调动经销商积极性,并进军KA卖场,构建了基于底层的营销网络,开启全国化快速扩张。

以上,线上渠道占比不足10%。与此同时,三只松鼠、来伊份、良品铺子的线上占比均高于洽洽,而来伊份线下渠道占比也高于洽洽。

为了应对线上渠道相对薄弱的局面,洽洽开始培养线上渠道。2019年,洽洽实现线上线下融合,逐步完成新零售整合,通过打造直播团队,成为零食类目TOP商家,同时,培养人气网红,孵化洽洽直播机构,并依托自有线下实体店资源,整合线上用户,建设私域全会员体系。

快消品零售专家鲍跃忠在接受记者采访时说,伴随消费者养成了多场景、多渠道购物的消费习惯,全渠道融合成为坚果炒货休闲食品行业渠道建设的必然趋势,洽洽目前主要以线下渠道为主,布局产能、品牌营销可以进一步在坚果市场分羹,并与其他坚果巨头抗衡。

事实上,目前我国坚果企业正在经历渠道角逐。2015年至今,坚果行业线上渠道占比逐渐提升,呈现线上线下全渠道融合的销售模式。而百草味、三只松鼠等电商品牌已在在线上占据优势。针对洽洽将采取什么措施和三只松鼠竞争的提问,洽洽回复称:“电商是我们重要的销售渠道、品牌传播阵地、新品推荐的窗口,我们将把线上发展作为公司战略重点。”

“老大梦”何时圆

年时间成为世界坚果领先企业。

鲍跃忠称,洽洽想要登上“中国坚果第一”宝座,意味着要与三只松鼠、百草味、良品铺子等抢食市场,目前来看,在坚果领域中,无论是在品牌力还是在营收方面,三只松鼠都稳居第一。

2019年,三只松鼠预计实现营收101.9亿元,同比增长45.61%,归属净利润为2.5亿元,同比下滑17.8%;而洽洽营收为48.37亿元,同比增长10.29%,归属净利润为1.489亿元,同比增长30.78%。

“虽然三只松鼠与洽洽在营收上相差50亿元左右,但在归属净利润上仅相差1亿元,且三只松鼠的归属净利润大幅下滑,这说明,三只松鼠的营收一定程度上是依靠低价出售产品获得的。不过,从营收增长速度来看,三只松鼠超过40%的增幅需要洽洽警惕,这也从侧面反映出洽洽确实需要扩大规模。”业内人士分析道。

针对洽洽将具体采取哪些措施实现其发展目标,记者联系采访了洽洽,但截至发稿,对方并未予以回复。

对于竞争对手,王斌曾表示,沃隆从供应商起家,随后推出了“每日坚果”品类,瞬间大火,这也意味着沃隆的优势在于供应链,劣势则是渠道。对于百草味、三只松鼠为代表的互联网品牌,王斌称之为“平台品牌”,营销是这些品牌的强项。

面对坚果市场上的激烈竞争,洽洽也在不断寻求突破,并从产品创新、营销创新、管理创新等方面进行发力。“目前,我们在进行全产业链布局,加大前端的后延。在前端,我们成立了公司,进行坚果种植,也积极与全球先进技术接洽。在后端,我们拼‘大全球采购版图。”王斌进一步称。

“除了加大供应链建设,未来洽洽还应该着重提升用户运营能力,实现用户价值最大化。”鲍跃忠建议。(钱瑜 白杨)

广告



“不见茶商来,茶叶怎么卖”

——四川乐山春茶保产增收记

■ 张超群

“茶摘春山嫩,泉烹雨涧新”。春茶采摘时节,川茶主产地之一的乐山市推出一系列惠农、惠企政策,千方百计确保春茶如期采摘加工,促进茶产业健康发展,捂好万千茶农的增收荷包。

乐山市有134万亩茶园,2019年的干茶产量13.4万吨,产值70亿元。面对春茶生产期与新冠肺炎疫情防控期叠加的特殊情况,乐山提出“全力保障春茶复工复产,实现疫情防控和春茶稳产增收‘两不误’”,还针对茶农、茶企、茶商推出一系列财政、金融和担保支持,有效降低疫情对春茶生产的影响。

疫情“叫停了”往年自二月起就会热闹起来的春茶交易市场,“不见茶商来,茶叶怎么卖”一度成为困扰当地茶农的烦心事。

峨眉山市琼花茶叶专业合作社带头人沈小琼为了给合作社中156家农户生产的春茶找销路,40天里四次驱车往返四川、甘肃两省,拜访数十家茶商。她的不懈努力让占合作社产量四分之三的1.5万斤春茶有了买家,还为合作社找来了新客商。

“客商不敢出门了,这就逼着我们我们要走出去。”沈小琼说,“这时候合作社首先要站出来担当,我们苦点累点不怕,但要保证农民的茶叶有人收,农户的收入不受损失。”

乐山当地茶企2月也纷纷复工复产。峨眉雪芽茶业公司2月17日率先复工,几天内企业的复工复产率就回升至80%以上,成为当地茶企复苏的“先行军”。企业“不减计划、不降质量、不压价格”的春茶收购原则,受到广大茶农称赞。

从早春到暮春,乐山的茶园地垄、茶企车间,活跃着党员的身影。

据乐山市组织部介绍,应对采茶人工匮乏等问题,当地成立了“党员采茶义工队”等80余支党员志愿服务队,组织2000多名党员干部成立专项工作组,推出组织出力、党员跑腿、专家下乡、能人回引等举措,建立起茶产业发展问题困难台账,积极破解茶产业复工复产难题。

有31年党龄的夹江县农业农村一级主任科员马建荣定点帮扶的夹江洪椿茶业有限公司年出口茶叶量达3000吨,是当地茶叶出口外销重点企业,主要出口到“一带一路”沿线国家。

马建荣了解到疫情给企业带来融资难、出口难等问题后,在春茶采摘的关键窗口期,协调企业申请到700多万元的“茶叶贷”等助企纾困金融支持,帮助企业第一时间拿到疫情下新增的茶叶出口必要证明。

截至目前,乐山市各类金融机构累计发放茶叶专项贷款14.4亿元,其中四川省农业信贷担保有限公司乐山分公司为199个茶企和个人新增担保贷款2.03亿元。针对茶企的复工复产、鲜茶流通物流费用补贴、电气费用补贴等政策红利相继落实到位。

马建荣介绍,夹江是四川最大的茶叶出口县,绿茶的出口量占四川全省约一半份额。目前,夹江已实现茶叶出口1300吨。其中,洪椿茶业公司已有530多吨茶叶通过“中欧班列”直接出口至乌兹别克斯坦、摩洛哥等国。

据乐山市农业农村局局长介绍,截至4月21日,乐山市春茶干茶总产量3.53万吨,比去年同期略有上升,总产值40.2亿元,带动了当地近100万茶农人均春茶收入超4000元。



● 检验牛肉。上海海关供图

俄罗斯牛肉 取道上海首次入华

记者5月3日从上海海关获悉,4月下旬,1个装有21.4吨俄罗斯输华牛肉的集装箱运抵上海西郊国际农产品交易有限公司进口肉类指定监管场地,这是有史以来首批进入我国市场的俄罗斯牛肉。

据了解,上海海关所属青浦海关在获悉这一情况后,主动对接进口企业,提前办理检验检疫审批,通过“单一窗口”和“提前申报”电子通道,大幅缩减申报时间,为企业提供报关、查验、出证、放行一站式服务,实现即到即查,卫生证书电子信息核查零等待,通过核对箱封、货物感官检验以及包装标识合规性检查判定该批牛肉合格,并为这批牛肉出具入境货物检验检疫证明,予以快速放行,保障该批牛肉顺利进入中国市场。(郭剑烽)