

# 10 食品 Food

农夫山泉致歉华润怡宝后又反转悬赏寻证

## 各大水企推新品开启盛夏“水战”

7月20日,农夫山泉同时在《广州日报》和《深圳商报》上发布致歉声明。自2013年3月以来的农夫山泉“标准门”事件至此暂告一段落。但事件之外,各家水企紧密布局、加大市场竞争的步伐正在逐渐加快。

农夫山泉在媒体公开发表的致歉信中提道:“农夫山泉股份有限公司在没有充分证据的情况下,通过官方微博和博客公开侮辱和诽谤作为同行的华润怡宝。该行为侵犯了华润怡宝的名誉权,依法应承担侵权责任。现根据深圳市南山区人民法院(2013)深南法民一初字第269号民事判决、深圳市中级人民法院(2015)深中法民终字第1993号民事判决,农夫山泉股份有限公司向华润怡宝赔礼道歉以恢复华润怡宝名誉。”

### 农夫山泉仍要悬赏征线索

同日,在报纸上发布致歉声明后,农夫山泉官方微博再次发声,称“此次道歉声明是深圳市南山区法院实施的强制执行”。并表示,“仍要查清是非曲直。”

2013年3月份,关于质疑农夫山泉产品标准和水源地水质的多篇连续报道将公众视野转移到农夫山泉身上。

随后,农夫山泉开始向全国多家权威媒体发出“郑重声明”,不但否认有关报道、声言产品质量高于国家现有的任何饮用水标准,更直指有关报道由其竞争对手华南知名水企“策划”的。华润怡宝在当年5月4日发布官方微博澄清与北京桶装水销售协会负责人的关系,同时表示已在深圳起诉农夫山泉。

## 辉山借巴氏奶涉足华东市场

拥有全产业链的乳制品商辉山要进军上海,而且瞄准了华东市场的巴氏奶市场,欲在国内外巴氏奶云集的大都市一较高下。在业内人士看来,这是辉山布局全国的一次有效尝试,巴氏奶在一线市场具有较好的发展潜力,且O2O的渠道区别于传统卖场、便利店,容易得到一线城市消费者欢迎,然而辉山所选择的城市,本土企业光明的地位难撼动,这也将对后来者辉山形成压力。

和其他乳制品公司走线下渠道不同,辉山这次将通过O2O方式将自己的鲜奶打入上海市场。

7月23日,辉山乳业在沈阳大本营与华东地区的生鲜互联网网站盒马鲜生签订战略合作协议。双方将实现供应链管理的跨界整合,共同推出中国首个乳业O2O品牌——咣客,并首先试水上海。

辉山此次采取的商业模式为——辉山的全产业链发展模式将与盒马鲜生的重塑生态零售模式进行融合,以线上线下融合的创新方式将牧场、工厂与线下零售终端以及冷链配送团队进行垂直整合,打造真正意义上的乳品全产业链新鲜闭环。简言之,辉山的新品牌产品咣客可以通过线上平台完成“五公里范围,半小时送达”。

鲜奶不同于常温奶,要全程低温运输,因此对于奶源的就近性有着较强的要求。辉山深耕东北市场十余年,是东北三省第一大液态奶品牌,而这一次也是借助牧场的华东布局,为鲜奶进入上海市场奠定了基础。

今年5月辉山乳业江苏盐城工厂开始建成投产。当时,在建设盐城工厂时,辉山乳业就曾表示,通过这次投资,辉山将在江苏省、浙江省及安徽省等地实现布局,也是该公司进入中国东北部以外的地域终端市场的尝试。

实际上,当时辉山就看准了上海的鲜奶市场。辉山乳业曾表示,以上海为例,按零售额计算,巴氏奶占液态奶市场接近一半。上述项目的目标是华东市场的2.26亿消费人口。

在乳业专家宋亮看来,辉山乳业正在不断强化和巩固其与O2O领域合作伙伴的纽带关系,提升通过大数据洞察消费者行为能力,更好地运用互联网思维实现自身“互联网+”生态圈战略的目标。未来,辉山乳业的全国化布局,也将因更多“盒马”这样的盟友加入而加快步伐。

不过,于一线城市的鲜奶市场而言,辉山算得上后来者,上海本土企业光明乳业的市场地位不容忽视。数据显示,光明热占国内巴氏奶市场份额的半壁江山。以2015年数据为例,三元位居国内巴氏奶的第二位,市场份额约占10.09%,然而却呈现-13.98%的负增长。卫岗、香满楼、新希望雪兰位居国内巴氏奶第三阵营,分别占据国内巴氏奶3.24%、2.59%、2.5%的市场份额。此外,日本、韩国等邻国家的巴氏奶也频频加码中国市场,与中国企业抢羹。

因此,对于辉山乳业华东市场的尝试,有业内人士也表示压力不小,然而也有分析认为,渠道或将是该产品差异化竞争的优势。“鲜奶讲究的是鲜,O2O确实能够在速度上保证新鲜,在方便度上要优于大卖场、便利店等,但是用户的范围也相对较小。辉山的巴氏奶计划能否顺利推进,最终也要看渠道的消费力度如何。”有业内人士如是判断。(阿茹汗)



深圳市中级人民法院近日就2013年4月“华润怡宝诉农夫山泉诽谤案”做出民终字第1993号民事判决,判令农夫山泉败诉,公开向华润怡宝致歉。

### 消费升级速度不容忽视

被勒令道歉之后再寻求新证据“翻案”,此举反映了农夫山泉急于要求恢复自身品牌美誉度的迫切。对于农夫山泉的声明,华润怡宝回应称,华润怡宝完全拥护法院对于“农夫山泉侵害华润怡宝名誉一案”的终审判决。华润方面相信,此次终审判决将进一步规范市场竞争,推动行业共同进步。

记者了解到,自今年1月1日《食品安全国家标准包装饮用水》正式实施以来,国

内的包装饮用水市场已发生了明显的变化,高端功能水概念遭遇质疑。以农夫山泉自2015年以来主推的三款新品为例,玻璃瓶装高端水、婴幼儿专用水、学生专用水均主打高端市场。其中,750毫升玻璃瓶装高端水定价在35~40元之间,由于消费者群体较窄,该高端水重点铺设酒店、高端餐饮等渠道。

中国品牌研究院研究员朱丹蓬表示,华润怡宝近些年北上表现抢眼,去年该公司的收入已经超过100亿元,坐到了中国饮用水头把交椅,这也为农夫山泉带来了压力。“据我们的统计,农夫山泉饮用水业务的收入在75亿元左右,从市场份额上看,华润怡宝比农夫山泉多了2~3个百分点。尤其是在广东、广西、海南这三个饮用水用量最大的地

区,怡宝占据较大优势,农夫山泉的进场不是十分顺利。如果农夫山泉此次能够找到充足的证据,这确实将对农夫山泉的终端销售起到助推作用。”朱丹蓬表示。

与此同时,另一水企康师傅也高调对外宣布,其旗下的一款“优悦饮用纯净水”近日成为国内首款通过国际NSF国际实验室认证的纯净水。康师傅控股有限公司饮品事业品牌本部水品类组总监刘燕洁对记者表示,今年康师傅将主打这款有纳米级滤净工艺的纯净水。

据康师傅的市场分析数据显示,其旗下品类增速最快的是天然矿泉水,为20%左右;而从去年到今年,饮用纯净水则保持百分之十几的增速。“唯一在下滑的市场就是其他饮用水的市场,从这个趋势大家可以了解到消费升级的速度不容忽视。”刘燕洁表示。

### 业内分析:饮用水市场将更细分

根据不同的消费群体主推不同的新品,已成各大水企业共识。例如,康师傅的包装水走的是比较经济的价格策略,它的铺货会广到乡镇、地级市这些地方。“我们各款饮用水,现在都在跟一些不一样的合作伙伴进行合作。”刘燕洁表示。

对此,中国饮料工业协会副秘书长李涛也表示,据协会统计分析,今年以来,我国饮料行业发展比较缓和,但高端饮用水的占比同比增长了12%，“可以肯定的是,未来针对每个消费群体都会有一些商品在竞争,哪种产品更健康更打动消费者,哪种产品才能胜出。”(杜萌)

## 国联水产与思念食品拟开展全面业务合作

国联水产7月22日发布公告称,公司与郑州思念食品有限公司签订了《战略合作协议》,双方拟在原料供应、产品研发、生产加工、渠道合作、品牌建设等方面进行全方位的业务合作。

根据合作协议,国联水产即时启动对思念食品现有虾仁水饺和虾仁云吞产品所需的基础海鲜原料的供应;未来思念食品将利用国联水产全球优质采购平台进行更多品类的新鲜原料采购合作。同时双方将合作研发新产品,借助双方研发优势,面向中高端消费人群,进行优质冷冻水产、调

理休闲类食品等高附加值产品的深度合作。双方将利用各自国内外研发团队及高标准生产设施,为对方提供针对性的产品研发和代加工服务,满足对方特定产品研发生产需求。并充分利用各自海内外销售渠道资源及品牌影响力,实现双方渠道互补以及双方海外子公司资源共享,扩大双方产品在全球的市场覆盖。在研发、生产、渠道等深入合作基础上,合力打造优质中高端食品品牌。

公司表示,本次合作有利于充分发掘双方在各自领域的资源优势,实现优

势互补,合作共赢,有利于优化公司产品销售渠道和产品结构,提升公司产品的研发能力,完善公司产品品牌建设,尤其是优质中高端食品品牌,符合公司未来发展战略。

据悉,思念食品为中国最大的专业速冻食品生产企业之一,产品涵盖速冻汤圆、速冻水饺、速冻面点、速冻休闲食品、速冻西点、速冻调理制品等六大系列,300多个单品,主要产品在国内市场占有率达20%以上,品牌影响力、生产能力、销售总量均位居全国同行业前列。(常仙鹤)

## 出资近5亿元 深圳前海全资收购陕西太白酒

自去年10月份起,经过长达8个月的前期酝酿和多次磋商,今年7月11日,深圳前海班客资产管理有限公司(以下简称前海公司)与陕西省太白酒业有限责任公司(以下简称太白酒业公司)正式签署收购协议,前海公司出资近5亿元人民币,全资收购太白酒业公司,双方约定:太白酒业公司名称不变、生产地不变、纳税地不变、商标不转移。

太白酒业公司此次被全资收购一事,在宝鸡乃至眉县引起了不小的轰动。“太白”作为陕西省著名的白酒品牌,上世纪末及新世纪初的前十年间,与“西凤”两翼齐飞,然而自2012年起,企业连年亏损,举步维艰,最终被其他公司全资收购。

### 事件:发展60年的太白酒业被全资收购

7月12日上午,记者走进了太白酒业公司,公司大门上方悬挂着一条横幅,印着“欢迎太白酒业员工回厂”几个醒目的大字,公司行政大楼前“一滴太白酒,十里草木香”的浮雕大字依旧鲜明夺目。

从2015年10月份起,前海公司负责人与华泽集团(2009年7月,经太白酒业公司首届股东会第五次会议研究,同意与华泽集团湖南金六福酒业有限责任公司合作,引进资金9498万元、持有太白酒业公司股份2541万股,占比51%;原太白酒业公司股东以净资产9126.1万元持有股份2441万股,占比49%)、太白酒业原有股东经过了多次磋商,拟收购太白酒业公司股份。经太白酒业公司股东会审议,同意收购。今年7月11日,双方正式签署收购协议,前海公司出资近5亿元,对太白酒业公司全资进行收购。

收购方案约定:对企业职工持有的49%的股权本着自愿原则,可以转让,也可以继续持股;收购后,保证陕西省太白酒业有限责任公司的企业名称不变,太白酒的生产地不变,纳税地不变,商标不转移。商标到期后,续住在陕西省太白酒业有限责任公司;凡原在岗职工,本人愿意,均优先聘用,并签订劳动合同,依法缴纳各项社会保险;收购后,对公司采取产销分离、合并报表、统一核算的办法进行管理,利润以合并报表方式在太白酒业公司核算;收



购后,企业原有债务关系不变,由收购变更后的公司承担,企业原来对其他企业的贷款担保合同到期后自行解除,原企业同经销商签订的合同承诺不变;根据企业资产状况,对职工持有的2441万股,按每股2.5元人民币进行收购。

7月12日下午,太白酒业销售公司总经理胡耿栋代表太白酒业公司接受了记者的独家专访,他说,陕西省太白酒厂成立于1956年,为县属国有企业,为了转换经营机制,建立现代企业制度,增强企业的市场竞争力,自2004年3月开始,在眉县县委、县政府主导下启动了太白酒厂的改制工作,2006年3月7日,眉县政府办下发了《关于设立陕西省太白酒业有限责任公司的批复》,陕西省太白酒业有限责任公司正式组建。改制过程中,对资产、商标权、职工安置及安置费、股权结构等几个关键问题进行了处理。

### 探因:2007年收入3.73亿元 5年后连年亏损举步维艰

胡耿栋说,在原太白酒厂厂长、太白酒业公司董事长张吉焕的带领下,太白酒厂1999年实现产值4087.7万元,销售收入6502.58万元,利润40.48万元,一举走出10年连续亏损的困境,之后一年一个台阶,逐步走上快速发展的道路,至2007年达到了发展的顶峰,销售收入达到了3.73亿元。谈到这一系列逐年攀升的数据时,胡耿栋如数家珍般地脱口而出,脸上洋溢着自豪和荣耀。

与此同时,面对白酒竞争日趋激烈、白酒市场资源向一线品牌集中的形势,为了增强太白酒抵御风险能力,做强做太白酒

酒品牌,2009年7月,公司与(华泽集团)湖南金六福酒业有限责任公司合作。从合作近6年的运行情况看,太白酒业在引进资金的同时,也引进了一些先进的管理理念和经验,有效促进了太白酒的发展。但同时也出现了相互之间文化差异大、磨合时间过长等问题,尤其是2012年,国家大环境和政策发生变化后,太白酒销售出现大幅度下滑,企业连续亏损,运行举步维艰。

胡耿栋多年主管太白酒的销售,对于销售连年下滑的局面深有感触,对于近几年的销售数据,他不便透露。据他分析,在国家整体经济下行的大环境下,“八项规定”出台,“官盘”、“军盘”、“民盘”(白酒行业术语,即官方市场、军队市场、民间市场)接连受挫,加上白酒市场近乎白热化的竞争以及消费者饮酒的健康意识的提升等因素,是造成这一局面的主要原因,面对困境,太白酒业只得另寻出路。

### 规划:布局全国力争5年内成眉县亿元纳税户

眉县工信局副局长赵宏强表示,此次太白酒业公司被深圳前海公司全资收购,是企业发展遇到困境时,企业自身寻求生存和发展的选择,也希望太白酒业公司能以此为契机,走出困境,重塑“太白”辉煌。因近期事务繁忙,前海公司负责人婉拒了记者采访,但通过胡耿栋表达了全资收购太白酒业公司后的承诺,计划3年内将太白酒年销售做到3亿元,5年内达到5亿元,10年内达到10亿元,力争5年内成为眉县亿元纳税大户。初步计划在全国设立8个分公司,立足陕西,布局全国。(赵国强)

## 中国野山参将率先进行行业标准化

中国首届野山参产业标准化与金融创新高峰论坛日前在北京举行,全国参茸产品标准化技术委员会秘书长仲伟同表示,我国中药材质量监管仍有待加强,以早日拿回我国还未能拥有国际定价权。因此,野山参将率先进行标准化,通过中国供销集团中药材交易中心建立《中药材电子交易编码标准》,对上线交易品种实施全国统的中药材流通追溯标准体系。

据中国中药协会中药材市场专业委员会主任周雷介绍,目前中国中药企业已达3800家,重要的工业产值已突破8000亿元。中药材是中医药事业传承和发展的物质基础,是关系国计民生的战略资源。

“现阶段我国中药材种植面积突破3000万亩,每年中药材物流总量已突破1700万吨,由于中药材需求量逐渐增大(野生减少),因此中药材质量引起消费者担忧。”周雷表示,中药材目前以家庭作业为主,农药等化学化肥使用过多,土壤污染严重,有些药材种植周期长,采集时间违背科学规律,加之中药材初加工、仓储、包装、养护的环节存较多问题,其后果是中药材质量下降,药效降低。另有个别药商在药材中掺假以及滥用硫磺与硫化铝熏蒸,形成重金属含量超标。

因此,周雷认为,应以立法入手,建立和完善各种标准,包括种子、种苗、种植、土地的管理、中药材采集、初加工、包装、标准化仓储及养护、信息追溯溯源等。(梁倩)

## 四川火锅底料标准 明年将强制执行

四川省卫计委制定的四川火锅底料地方标准《食品安全地方标准火锅底料》日前出炉,并将从2017年1月15日起强制执行,四川省内所有相关企业都要达到此标准。

据了解,此次出台的标准为食品安全产品标准,其中关于污染物限量、真菌毒素限量、微生物限量、农药残留限量、兽药残留限量、食品添加剂、标志标签等相关要求严格遵循国家食品安全基础标准的规定。该标准适用于以食用动物油脂和(或)食用植物油、食用盐、香辛料、辣椒、豆瓣酱中的部分或全部为主要原料,添加或不添加其他原辅料、食品添加剂,经过预处理、配料、炒制或熬制加工、包装(或分体包装)而成的火锅底料。

早在2006年四川省相关部门就曾制定了《火锅底料技术要求》,是推荐性标准,企业可以选择是否执行,但这次的火锅底料标准是强制性标准,企业必须执行。不达标的企业,将受到相应处罚。此外,与火锅底料标准同时出台的还有针对酸菜调味料以及半固态复合调味料两项新食品安全地方标准,也将于明年1月15日起实施。

对此,有业内人士表示,此次四川省相关部门出台针对火锅底料的强制性食品安全标准对于火锅业态的规范化和标准化有推动作用,尤其是火锅因重油重辣等原因一直是食品安全事件的高发地,且因受到消费者的喜爱遍布各地,四川火锅底料地方标准的实行也将为国内其他地区的相关部门提供监管依据,但同时,火锅也一直面临着严重的同质化问题,企业在遵守“标准”的同时也应当注重产品的创新及个性化发展,避免陷入更严重的同质化竞争。江边城外创始人李长江认为,企业应当遵守涉及到食品安全的相关标准,对于企业自身发展以及推动行业进步都有帮助。(钱瑜 郭诗卉)

## 金种子酒斥资千万元 设立安徽健康酒业公司

金种子酒7月25日晚间公告,根据公司发展战略需要,为适应市场和消费者的需求,发挥公司产品及技术优势,加快公司产品结构调整及升级,公司拟出资1000万元设立安徽大金健康酒业有限公司(以下简称“大金健康酒业”)。

公司表示,公司出资设立大金健康酒业有限公司,是公司在充分发挥品牌及科技创新优势的基础上,应对行业调整及长期战略发展需要的一项有效投资,目的在于适应白酒行业消费升级及满足消费者不断呈现的健康饮酒的消费需求。

通过对于消费者需求及市场的定位划分,确立适应日趋成熟的健康饮酒消费理念,聚焦资源打造健康酒类核心战略产品,加快公司产品结构调整和升级步伐,从而占据安徽省内健康酒类市场领先地位,成为“省内竞争格局的颠覆者,安徽健康酒类的领航者”。持续做大做强主业白酒,增强抗风险能力,走差异化竞争之路,实现公司的长期、良性、健康的可持续发展。(翁健)