

中国食品周刊

FOOD WEEKLY

协办:中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司 辽宁道光廿五酒业集团 双汇集团 广告热线:028-68551386 新闻热线:13908058548 电子邮箱:1722428646@qq.com

2013年4月26日 星期五 主编:李国政 责编:戴琳 编辑:李晓虎 版式:张彤 校对:阳红

企业家日报

9

丰谷“低醉酒度”——中国未来白酒消费的风向标

■ 本报记者 李国政

绿色、健康已然成为食品消费新时尚。时代在变化发展,安全、健康理念已经深入人心。但就白酒消费而言,消费群体的细分化已经从最初简单的香型划分发展到了随后的口感喜好,而如今已经演变成了对身体舒适度的追求。依据情势看来,“浓酱清”三足鼎立的主流品类格局并非牢不可破,以丰谷酒王为代表的“低醉”之风,早已裨阖而来。

著名白酒专家高景炎指出:“如今消费需求日益变化,消费者在变化,白酒保持不变不行。”对于白酒企业而言,在品牌塑造、文化演绎以及品类打造过程中,也应该坚持以变化的思维来看待未来的发展,如果一味围绕品牌文化的翻新、同质化产品的推陈出新来打造市场竞争力,而忽略了消费者日渐变化及细分化的需求的话,企业注定无法掌控核心竞争力,始终是在“追”着市场跑。

控制醉酒因子适应消费需求

2010年6月,中国白酒界首创这一科研成果的丰谷酒业顺势推出了扛鼎之作“丰谷酒王”,成为中国白酒市场一朵众人所向的“奇葩”。“三大科研首创”、“三大品质保障标准”的低醉酒度产品,一时间成为人们对白酒消费选择的最佳品牌。

在采访时,丰谷酒业副总工程师告诉记者,“低醉酒度”的科研一直都是以满足消费者饮酒时和饮酒后的精神状态和身体健康为前题展开的。“低醉酒度”科研组在查阅大

把好食品“四道关”让职工吃上放心餐

■ 通讯员 魏俊泉 房泽龙 宋娟

为更好地预防各种流行疫病特别是H7N9流感的蔓延,近日,山东能源肥矿集团梁宝寺公司加大了食品卫生管理,重点把好进货、验收、制作和销售四道关,切断病毒经食物传播的途径,确保广大干部员工家属有一个良好的就餐环境,食用安全放心的食品。

严把进货关。该公司在采购原材料时,重点选择信誉好、卫生质量过硬的供应商,并要求它们每次供货都提供产品生产日期、保质期和食用注意事项等相关信息,确保原材料质量批批合格。

把好材料验收关。每次采购的原材料都由一名食堂分管领导对货物进行检验,并把重点放在肉类的检查上,通过观、闻、切等方式检查肉是否变质,是否有寄生虫等,对无厂名、厂址和保质期等标识不全的商品直接退回。

把好食品加工关。所有食品在加工前均用沸水进行消毒,对直接食用的瓜果在食用前应用洁净的水彻底清洗干净并尽量去皮,杜绝食物中毒事件的发生。

把好销售关。饭菜销售时,肉类和蔬菜、生食和熟食类分开销售,每类食品都有专用取放工具,从而避免了交叉污染,保证了食堂饭菜质量和卫生质量。

增长最快到回落最快 酒鬼酒高成长火车头遭遇滑铁卢

自去年下半年至今白酒行业遭遇回调以来,业绩与股价回落速度之快莫过于酒鬼酒和洋河股份;而在此前的数年白酒行业成长期之中,业绩与股价增速之快亦莫过于酒鬼酒和洋河股份。

去年下半年以来,预收款项下滑和存货激增是酒企面临的主要困扰,而前端销售下降、终端价格的下降和销量下滑,又似乎预示着这两家酒企的数年快速成长长期业已终结。

从增长最快到回落最快

“请问您是来照相还是买酒?”《第一财经日报》记者近日走访位于上海中山北路的一家“洋河蓝色经典”专卖店,店内唯一的工作人员坐在电脑旁一面编辑照片一面向记者问道。

“请问这里是照相还是卖酒的?”“既照相也卖酒。”上述工作人员回答道。不过记者注意到,大概十几平方米的店内,只有一个占地大概2平方米的玻璃柜摆放着酒,最上层摆放的还是张裕等红酒,相面的玻璃上贴着“一瓶八折,整箱七折”字样,而门



量科研文献资料对可能影响醉酒度的因子进行筛选。科研组对45到52度之间275个酒样,通过醉酒度评价动物模型筛选、检测,找到影响醉酒度的2个主要因子和3个重要因子。然后对以上醉酒因子的生成影响因素进行科学实验,通过三年时间,最终找到了控制醉酒因子生成的有效方法,并且在丰谷酒业的最终产品上得到了严格把关和应用。

这个创举在白酒界是前无所有的,丰谷酒业总经理张军说,在产品同质化时代,创造对每一个企业来说都至关重要,企业前进一小步,行业将迈出一大步,为了更好地适

应人体健康消费的需要,在今后发展中,丰谷将一如继往地把创新、创造活动,低醉健康生活方式推行下去。

丰谷以低醉酒度等众多创新项目推动白酒行业朝消费者饮酒健康方向发展,志在探索白酒行业最新核心技术,意在引领白酒健康消费升级。在同时具备了身体舒适度和市场可行性的条件下,“低醉”将崛起发展成为白酒新的品类,饮酒健康必将成为以后白酒行业的发展趋势。

健康饮酒大势所趋

谁能准确把握市场机会和行业趋势,谁

牛羊肉价格飞涨 专家呼吁加大扶持力度

今年以来,原本是百姓餐桌上“常客”的牛羊肉价格节节攀高,平均涨幅超过20%,群众戏称其为“牛魔王”“羊贵妃”。业内分析,刚性需求增加成为牛羊肉涨价的主要推手,而存栏下滑直接导致供需失衡,建议加大对肉牛羊产业的扶持力度,提升规模化养殖水平,稳定市场供给。

牛羊肉涨成“贵族肉”

在北京市回族聚居地牛街,记者从“兰大优鲜”“聚宝源”等多家牛羊肉店了解到,目前牛后腿价格每公斤约64元,羊排价格每公斤56元,羊后腿价格每公斤64元。在一家熟食店,酱牛腱子的价格甚至高达每公斤132元。

在牧业大区新疆,乌鲁木齐市三屯碑牛羊肉批发市场的羊肉批发价达到每公斤50-52元,牛肉批发价达每公斤51-54元。在乌鲁木齐北园春批发市场,目前剔骨羊肉零售价为每公斤67元;去年同期只有每公斤30多元的牛后腿肉,今年一路飙升至61元。在新疆其他地州,牛羊肉批发价也都保持在每公斤55元以上。

记者从北京、杭州、济南等地多个菜市场了解到,今年以来,牛肉每斤上涨了六七元,羊肉每斤上涨了四五元,涨幅为历年之最。

供需失衡乃涨价推手

中国畜牧业协会副秘书长刘强德分析,需求量上升是拉动牛羊肉价格上涨的主要因素。近年来,无论是民族地区还是内地汉

族地区,牛羊肉的需求量都在上升,牛羊的存栏量却处于下滑状态,市场供应和需求出现反差,而且这个反差正处于扩大状态,导致牛羊肉价格上涨。

国家统计局数据显示,2012年我国牛肉产量662万吨,羊肉产量401万吨。“在总的肉类消费量中,牛肉所占比例越来越大,牛羊肉缺口每年大约在220万吨,供需失衡导致供不应求。”国家肉牛产业技术体系专家曹兵海说。

长期研究牛羊产业的北京东方艾格农业咨询公司畜牧业分析师王晓业说,前几年养母牛不赚钱,宰杀母牛当普通肉牛卖的情况非常普遍。母牛存栏经过多年的持续下滑后,已到达底线,犊牛供应非常紧张。同时,养牛20个月才能上市,每头牛也就赚2000来元,与打工比较效益低,农民不愿意养。

此外,近年来,我国在八个主要草原牧业省份推行生态政策,限制超载,保护草原。不少地方为实现草畜平衡,肉牛和肉羊的绝对数量明显减少。牧区落实草原生态补奖机制,舍饲圈养将成为主要养殖方式,圈舍、饲料、用工等成本支出不断加大。

新疆商务厅市场运行监测调节处处长刘斌等业内人士预测,从全年来看,目前牛羊肉价格整体仍处于缓慢爬升阶段,根据当前供应情况,预计未来一段时间还将持续高位运行。

应加大产业扶持力度

为扭转当前牛羊肉价格上涨趋势,缓解涨价给百姓生活造成的影响,专家认为,需

就能取得最后的胜利。经过几年市场的检验,低醉酒度丰谷酒王已经发展成为丰谷发展增长最快、最稳定的战略产品之一。2012年,丰谷累计完成销售30.02亿元,其中,以低醉酒度丰谷酒王为主的高端产品累计完成12.86亿元,同比增长34.24%。这是满足了市场发展趋势的成果,白酒行业千百年来,改变的仅仅只是香型的细分和入口的风味,并未在品质风格上有什么变化,显然不符合“人性化”发展的要求,而如今“低醉酒度”的出现掀起了高档白酒品质的更进一步提升,品类变革悄然掀起。

丰谷酒业总经理张军认为,当前市场上所谓的功能性白酒大获消费者青睐,但缺乏对“文化”和“生活”的延伸,比如消费者喝什么样的酒,喝多少,饮时口感如何,饮后感受如何,什么样的感受是消费者愿意饮用的,什么样的感受是不愿意接受的,白酒企业应该在这里面发挥更多的引导作用。丰谷“低醉酒度”倡导的就是一种新型白酒文化,以“健康消费”迎合其心理需求,把过去的白酒文化延伸开来,融入更具有现代性的、实用性的元素,其代表的是一种健康的生活理念,一种对理性消费的响应。

不仅如此,低醉酒度对中国白酒的发展影响也是深远的,具有重要里程碑意义:低醉酒度开启了中国白酒低醉健康生活方式,开创了中国白酒新品类格局,创新了中国白酒发展和消费的方向。从此,“低醉”成为主流品质,一个以“丰谷酒王”为主角的“低醉酒度”白酒健康消费时代即将到来,而丰谷酒业“低醉酒度”的风向标将引领行业前行。

加大对肉牛肉羊产业的扶持力度,提高基础母牛、母羊的存栏量,稳定市场供应,防止价格“过山车”。

伊犁哈萨克自治州畜牧兽医局总畜牧师赵卫东说,牛羊的生产周期较长,饲料转化率低,饲喂成本投入过大,养殖户收益无保障。同时,牛羊主产区的牧区相对于农区科技水平较低,规模化水平偏低,限制了畜牧业发展。

王晓业介绍,目前我国肉牛羊养殖环节扶持政策缺失,除标准化示范场达到一定规模有几十万元补贴外,一头牛20元的良种繁育补贴杯水车薪。专家建议,建立肉羊、肉牛补贴制度,按照机会均等原则,补贴饲养优质肉用牛、羊的农牧民,提高他们的生产积极性。出台发展草业的优惠政策,对西部牧业大省(区)饲草生产给予良种补贴和生产资料综合补贴,为扩大牛羊养殖提供条件。

业内人士认为,稳定牛羊肉市场供给的关键是提升牛羊养殖的规模化水平。政府应加强引导,增加规模化、标准化生产厂建设补贴,鼓励屠宰加工、养殖一条龙,引导养殖企业与养殖户通过合作社方式,由种牛改良到繁育、收购和生产全方位延伸产业链,加速标准化、集约化、规模化养殖。

同时,鼓励养殖企业与养殖户统一采购饲料,降低生产成本;共享养殖技术,提升产品质量;统一销售打造品牌效应。金融机构应对养殖大户给予信贷支持倾斜,简化贷款手续,保证资金供应,支持他们扩大养殖规模。(新华网)

年上半年期末分别为1.67亿元、10.26亿元、35.13亿元和6.72亿元,而近三季度期末则分别为7.88亿元、8.61亿元和4.87亿元。两公司自去年下半年以来预收款项呈下降趋势,且今年一季度下滑十分明显,预收款项减少主要是经销商预付的货款减少所致,可见其前端销售危机已现。

存货方面,酒鬼酒2009~2011年和2012年上半年期末分别为5.75亿元、4.47亿元、5.12亿元和5.69亿元;而近三季度期末则分别为5.3亿元、6.32亿元和6.34亿元;洋河股份2009~2011年和2012年上半年期末分别为9.14亿元、18.7亿元、37.9亿元和39.5亿元;而近三季度期末则分别为44.46亿元、59.23亿元和60.04亿元。相对于去年下半年以来营收净利增速下滑和酒鬼酒今年一季度净利大降九成,两公司的存货激增亦显示其产能过剩明显。

本月初,记者询问今年一季度的销售下滑情况。“很严重。”他称。近日记者又问是否有所回升,“还没呢,天气越来越热,小淡季。”(第一财经)

张勇:做好地震灾区 医疗器械保障 和食品安全工作

2013年4月20日8点02分,四川省雅安发生7.0级地震,国家食品药品监督管理总局局长张勇同志上午即致电四川省食品药品监督管理局和省食品安全办主要负责同志,询问地震灾区有关情况,并请转达对食品药品监督管理战线干部职工的慰问。要求四川省食品药品监督管理局在省委省政府的统一领导下,全力做好抗震救灾工作,特别要做好药品医疗器械保障和灾区食品安全工作。国家食品药品监督管理总局将全力支持四川省的抗震救灾工作。

四川省副省长甘霖称赞 工商部门特别能战斗

4月22日上午,四川省副省长甘霖一行到芦山县考察应急市场建设情况。甘霖称赞工商部门:“行动早,是一支特别能战斗的队伍。”甘霖要求雅安市工商系统干部职工本着对灾区人民群众高度负责的精神,履职尽责,忠于职守,严把救灾物资质量关,不让一件不合格物资流入灾区,从快处置检查发现的不合格物资,确保灾区人民群众身体健康和生命安全。

地震发生后,灾区经营户关门停业,市场供应陷于停顿。四川省工商局及时开展应急市场建设工作,于地震次日建立宝兴县灵关工商所应急市场。截至22日,芦山县城内有6家小超市、2家小吃店、2家凉菜店、6家水果店、5户猪肉经营户、5家日杂店开始营业。此外,还有1家药店为受灾群众免费送药,1家烧烤店免费为受灾群众提供食物。

农业部 促进茶叶生产持续健康发展

4月23日,农业部下发《关于促进茶叶生产持续健康发展的意见》,明确提出要在稳定茶园面积的同时,加强老茶园改造,推广绿色防控技术,提高单产,提高品质,提高效益,促进茶叶生产持续健康发展。

目前,我国茶园面积达3500多万亩。一些地方加快发展,面积呈扩大趋势。农业部要求各地深入实施《全国茶叶重点区域发展规划(2009-2015年)》,根据资源条件和市场容量,因地制宜地发展茶叶生产,积极推进区域布局和品种结构的优化,保持茶园面积的基本稳定。《意见》提出,要积极推进产业化经营,引导支持企业和茶叶专业合作社在优势产区建立生产基地,加快培育一批具有较强竞争力、带动力的茶叶龙头企业。在集中产区和销区建设一批规模大、辐射广的批发交易市场,创响一批茶叶品牌,扩大市场影响力,提升市场竞争力。

国家粮食局: 落实灾区困难民众 每天一斤口粮政策

国家粮食局局长任正晓23日要求粮食部门按照国家有关部门安排部署,细化和完善相关工作措施,积极做好粮食供应工作,确保受灾群众有饭吃、吃得饱、吃得安全、吃得放心。要会同有关部门尽快摸清震后生活困难群众受灾缺粮的情况,抓紧测算需要补助供应的粮食数量,按照“就近就近,精心加工,保证质量,及时供应”原则,尽快落实救灾粮源,组织好救灾粮出库、加工、运输、供应工作,主动配合民政部门做好救灾粮发放,不折不扣地把“每人每天一斤口粮”的政策落实到因灾困难群众。国家粮食局特别要求强化粮食质量监管,要安排有资质的粮油质量检测机构对救灾粮实行严格的质量检验,决不让不符合国家质量安全标准的粮食流入灾区,确保粮食供应质量安全。与此同时,各级粮食部门要加强领导,搞好各环节的无缝衔接,确保粮食供应有序进行,确保救灾部队粮油供应和灾区群众口粮供应,切实维护粮油市场稳定和社会安定。

“消法”首次修改 消费者不再举证难

4月24日,十二届全国人民代表大会常务委员会议了《中华人民共和国消费者权益保护法修正案(草案)》。1993年颁布的消费者权益保护法,在实施了19年后首次修改。

现行《消费者权益保护法》的不足让很多消费者在维护自己合法权益时举步维艰。草案规定“由经营者承担相关举证责任”;草案规定,“经营者提供商品或者服务有欺诈行为的,应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失,增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务费用的两倍”。草案还规定,“增加赔偿的金额不足500元的,为500元。”以此激发消费者的维权积极性。草案退货规定为,“经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品,消费者有权自收到商品之日起七日内退货”。草案不仅规定消费者在网购中可以退货,还将个人信息保护加入了其中。(编者整理)