

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6月21 星期五 主编:李国政 责编:方文煜 编辑:李晓虎 版式:张彤

企业家日报

9

揭秘咖啡洋品牌在中国“猛掘金”

西南边陲小城普洱的街道上,凤凰花正沐浴着阳光开得绚烂。而离城不到 30 公里的大开河村,空中不断翻涌阵阵远雷,低矮的云幕之下,79 岁的杨金花却挨着一棵结有青果的咖啡树避雨。

她是这座毗连西双版纳的“咖啡村”里年纪最大的咖农之一。每年自家采摘的 300 公斤咖啡鲜果,都在脱皮、发酵、晾晒等简单加工后,以带壳豆或咖啡米的形态被外资咖啡巨头收购。

在被称为“插根扁担也能发芽”的地方,如此“十里不同天”的气候特点,令素以茶叶闻名的普洱成为隐秘的咖啡天堂,亦是星巴克、雀巢的原料后花园。

七八年前,杨金花的这片咖啡林还是一座茶山。而如今,她只在丛立的咖啡树间隙,保留了极小面积的茶树。

记者多处调查后发现,刚刚结束的采收季,星巴克在当地收购带壳豆的价格是 11—12 元/公斤。再加上烘焙成本,一杯售价 25 元左右的现磨咖啡的“豆成本”只有几毛钱。

产地探秘：洋品牌咖啡豆产地多在国内

最早的记载始见于阿拉伯传奇,最大的种植产地在南半球巴西,最昂贵的象鼻咖啡产于泰国,最大众的知名品牌蓝山、麝香猫、曼特宁、科纳无一不是舶来品——提起咖啡,似乎天然少了几分中国味。

上海的写字楼男女在午后享用一杯香气四溢的现磨咖啡,被默认是洋溢着西式情调,但很少有人了解,杯中之物的原产地其实是不折不扣的本土货,产自云南边境的“茶乡”普洱。

“星巴克去年在普洱收购的带壳豆总量达到了 5000 吨。”思茅区南屏镇大开河村村支书华红林对记者透露。当记者综合当地信息按图索骥,走访这个普洱市郊外资巨头集

中收购咖啡的村落时,他正以“大开河村咖啡协会会长”的身份召开咖农会议。

会议间隙,华红林告诉记者,星巴克在大开河村已是除了“大熟客”雀巢之外的第二大咖啡豆买家,“80 年代雀巢就在那里种咖啡了,现在改良的中粒种也是它引进的,去年雀巢在普洱一共收购了 10000 多吨咖啡米,其中,在大开河村收购了 700—800 吨。”

随后,记者通过多个渠道证实,去年星巴克在整个普洱地区带壳豆的收购量约在 4000—5000 吨。2010 年星巴克大中华区董事长王金龙曾在接受媒体采访时表示,若以星巴克单店咖啡饮品每日消耗 10 公斤的数字计算,在中国市场一年消耗的咖啡豆生豆量大概需要 6000 吨。如今星巴克在中国消耗的咖啡豆多数产地都是云南。

“星巴克在普洱自己建有初加工厂,所以,向咖农收购的是带壳豆,就是先由咖农摘下咖啡鲜果,通过发酵后脱皮、脱胶、并进行水洗,然后晾晒,保留 12% 的水份,就成为带壳豆,公司在收购以后,再按照公司自己的标准杯测,包括离径分选、色选、重力分选等,去掉空壳,完成整道初加工工序后就成为咖啡米,雀巢、麦氏这些在本土没有初加工厂的企业一般就直接收购咖啡米,咖啡米的下一道深加工工序就是分目焙炒。”资深咖啡烘焙师王勇给记者详细解释咖啡的加工工艺。像他这样有经验的咖啡技师在普洱可是香饽饽。

其实早在星巴克于国内开出第一家咖啡店时,雀巢就已经深耕这座边境小城长达 13 年。“在‘茶乡’种咖啡”这个现在在许多外行眼中还带有几分猎奇色彩的举动,早就因普洱优厚的自然条件而成为雀巢提前布局的战略安排。

“在普洱市,北回归线穿境而过,和世界著名的咖啡种植地区哥伦比亚属同一个纬度区,都是咖啡种植的黄金地带,美国特种咖啡协会还把思茅小粒种咖啡与哥伦比亚咖啡做过比较,综合评分哥伦比亚咖啡

85.88%,思茅小粒种咖啡 88.75%,比哥伦比亚咖啡还高 3 个百分点呢。”星巴克在亚太地区唯一的合作伙伴、爱妮集团咖啡厂厂长朱志宏对记者谈起养在深闺的“普洱咖啡”时,忍不住感慨,对评分的复述更是精确到了小数点后两位。

官方数据显示,云南咖啡产量占到了全国总产量的 98.8%,普洱咖啡产量又占云南总产量 57.8%。目前云南出产的咖啡豆有七成被星巴克、雀巢、麦斯威尔等咖啡巨头瓜分,普洱出口的咖啡则占了云南省总出口量的 77.8%。

成本算账：300ML 现磨咖啡“豆成本”3 毛 5

朱志宏 1 米 9 的大高个,却是半个上海人。在加盟爱妮之前,他笑言曾是“烧锅炉的”。朱的父亲是上海人,现在在宝山呼玛还有一套房,“家里说话都用上海话”。1992 年时,他曾来到金山县的东海啤酒厂学习整套酿造工艺,至今还能忆起“在石化海滨游泳场游泳的情形”。

正因为这份匪浅的渊源,朱志宏见到记者的第一句话便是“上海那么多人爱喝咖啡,你们知道普洱咖啡吗?”有此一问,是因为年初参加北京的咖啡之夜晚会,首都人民对普洱咖啡几乎一无所知。

这令朱志宏也备感遗憾。因为此时,普洱咖啡已和星巴克携手已一年有余了,爱妮的咖啡豆精加工厂更是租用着合资初加工厂的厂房,去年合资厂带壳豆的初加工销售额达到了 1 个多亿,爱妮精加工厂也做了 1000 多万销售业绩。

双方的合作本是“郎有情、妾有意”,星巴克看中普洱咖啡豆原料的物美价廉,而普洱则想借外资巨头提高品牌内涵与知名度,但现实却依旧“骨感”,这场双边合作中获利更丰厚的显然还是外资。

“爱妮自己种植的咖啡豆主要来自两个

种植园,一个是地处普洱与西双版纳交界的傣德村,有将近 9000 亩咖啡林,另一个在思茅区的曼中田,有 6000 亩。”朱志宏对记者介绍,目前两大基地自产的咖啡豆年产量约为 400 吨,“精加工厂今年的目标是 100 吨,约有 150 吨库存,这些豆子都是卖给星巴克的,并由合资厂代为首加工。”

据记者了解,星巴克上一个采收季报给咖农的带壳豆收购价是 11—12 元/公斤,而咖啡米经爱妮精加工厂烘焙后的出厂价是 69 元/公斤,这也大致反映了普洱当地熟豆的进口成本。

“一杯 300 多毫升的咖啡一般只需要 5 克烘焙过的咖啡豆,两头意式咖啡机最多是装 20 克,所以,每杯最多也不会超过 10 克咖啡豆。”当地一位不愿具名的咖啡贸易商对记者坦言,以 1 公斤出厂价 69 元计算,5 克咖啡豆的成本应该是 0.345 元,“现在每中杯平均售价算 25 元,1 公斤的咖啡豆就可以卖到 5000 元,出厂价还不到 70 元,就算再加上税收、运输、人力、店租等成本,每公斤咖啡豆的成本应该也不会超过 200 元,可以看出现磨咖啡的利润空间究竟有多大。”

另一位化名许开的本地咖企老板则对记者分析,速溶咖啡的“豆成本”更低廉,“一包速溶咖啡一般只用到 0.5 克咖啡豆,剩下的都是添加剂,就算都以好豆子计算,排除次品豆,0.5 克咖啡豆也只要 3 分钱。”

记者注意到,市场上一包 13 克速溶咖啡的售价在 1 元左右。

据许开透露,外资在普洱收购的价格是按每天 8 点半纽约期货交易所的咖啡停盘价,加上每天的外汇浮动,将每磅价格换算成公斤后,再减掉自己的利润空间,形成报价,“一般都是每磅减掉 15 美分左右,也就是每吨净赚 330 多美元。”若以 5000 吨的收购量计算,去年星巴克光是将从普洱收购到的生豆转卖出去,换手就能赚得 165 万美元的差价。

(下转 P10)

2013 全国食品行业品牌价值评估暨品牌发展大会参会回执表

(2013 年 12 月、钓鱼台国宾馆)

单位名称	(单位盖章)			
地址				邮编
电话				传真
出席代表	性别	职务	手机	E-mail

一、收费标准:

一般代表 0.3 万元/位 嘉宾:0.8 万元/位 VIP 贵宾:3 万元/位 铂金赞助商 5 万元/位

二、说明:

(1)、一般参会代表:(参会费 0.3 万元,只限注册资金 50 万以下企业、或个体工商户)
1、出席大会的全程活动,领取品牌价值评估证书,赠全套会议资料及纪念品;
2、与出席大会的的领导、专家集体合影,获赠合影照片一张;
3、以文字形式在企业家日报食品周刊统一刊登一次。

(2)嘉宾:(参会费 0.8 万元)
1、出席大会的全程活动,领取品牌价值评估证书,赠全套会议资料及纪念品;
2、与出席大会的的领导、专家集体合影,获赠合影照片一张;
3、以贴花形式在企业家日报食品周刊统一刊登一次

(3)、贵宾:(赞助费 3 万元)
1、参加申报表彰 2、会上领导现场颁奖;
3、大会会刊等权威媒体、网站公布获奖名单单位;
4、大会会刊彩色整版宣传推广。品牌价值评估结果在《企业家日报》食品周刊版面尺寸 6cmx12cm 公告 1 次

(4)、铂金赞助商:(赞助费 5 万元)
1、参会代表披授带就坐贵宾席位;
2、配发单位领导人专访文章;
3、会刊彩色跨版宣传推广;
4、提供一个易拉宝广告展位;
5、参会代表享有与出席会议领导、专家合影留念;
6、成为“品牌联盟”发起单位,颁发联盟理事证书;
7、单位宣传册发放领导及参会代表礼品袋中;
8、品牌价值评估结果由组委会指定在《企业家日报》1/4 版面公示广告一次;
9、公示内容与企业协商约定。

(大会冠名、协办、赞助、年度表彰等详情来电咨询)

申报表彰	☐ 全国食品行业最具影响力民族品牌 ☐ 全国最具影响力自主创新品牌 ☐ 全国食品行业诚信品牌建设示范单位。 _____ 或 (自荐荣誉)
------	--

汇款账户:承办单位:户名:企业家日报社
开户行成都市工商银行峨影支行 账 号:4402265009024900730
并注明发票需开具项目,以便我们及时为您开具发票注:请传真汇款底单票。

组委会办公室1:
地 址:北京市丰台区洋桥 70 号
联 系 人:韩琳 18801103751
联系电话:(010)67221597 传真:(010)67229477
详情请登录国家健康食品网(www.gjjksp.com)

组委会办公室 2:
地 址:成都市二环路西二段 121 号 618 室 邮编:610072
联 系 人:李先生 18583295909
联系电话:(028)68551386 传真(028)68551386
注:可下载、复印此回执寄往组委会办公室。

中国食品工业协会
全国食品行业品牌价值评估暨品牌发展大会组委会

全国食品行业品牌评估组委会 2013 第(001)号函

关于邀请参加全国食品行业
品牌价值评估暨品牌发展大会的函

全国食品生产及流通企业：

食品行业品牌价值评估是实施品牌兴国战略,强化食品安全,振兴民族食品工业的重要举措,是提高食品品牌的社会美誉度、消费者的认知认可度以及把品牌形象、品牌文化转化为无形资产的重要手段。

为了响应党的十八大提出的“推进绿色发展、循环发展、低碳发展……建设美丽中国”的伟大号召,根据《食品安全法》第七条规定,加大食品行业管理和诚信品牌建设力度,由中国食品工业协会指导,全国食品行业品牌价值评估暨品牌发展大会组委会主办,中国食品工业协会花卉食品专业委员会、中国企业家日报社共同承办,人民画报社、北京东审资产评估有限责任公司,国家健康食品网(www.gjjksp.com),成都翰逸神飞文化传播有限公司协办,中央电视台等众多主流媒体参与宣传与支持的全国食品行业品牌价值评估暨宣传推广活动已于 2013 年 3 月 11 日正式启动,本次品牌价值为公益性评估,活动公正权威。

本次活动所颁发的证书可作为申报驰名商标、重点龙头企业、项目、融资、信贷、招商、加盟、转让、上市等的重要参考依据。并拟定于 2013 年 12 月底在钓鱼台国宾馆召开全国食品行业品牌发展大会,特邀贵公司参加本次活动,详细情况请浏览国家健康食品网(www.gjjksp.com)。

此函

指导单位：中国食品工业协会

承办单位：中国食品工业协会花卉食品专业委员会 中国企业家日报社

主办：全

全国食品行业品牌价值评估暨品牌发展大会组委会

二〇一三年四月十一日

联系地址:北京市丰台区洋桥 70 号中国内研中心国际培训楼 610 室
秘书处电话:010-67221597 传真:010-67229477
网址: 国家健康食品网(www.gjjksp.com)
联系人:韩琳 13031022173

汪洋副总理：构建社会共治格局 切实保障食品安全

6 月 17 日上午,国务院副总理汪洋出席以“社会共治、同心携手维护食品安全”为主题的 2013 年全国食品安全宣传周主场活动时指出,实行社会共治,关键是落实各方责任。企业要落实主体责任,自觉树立质量意识,健全管理制度,形成层层追溯、相互制约的机制。政府要履行监管责任,创新监管方式,建立覆盖“从农田到餐桌”全过程的最严格的科学监管制度。社会要强化监督责任,形成人人监督食品安全的天网,让不安全食品没有市场,让生产经营者“一处失信、寸步难行”,让不法分子无处藏身。他强调要做好实行社会共治的制度安排,有序向前推进。要完善政策措施,强化激励约束机制,搭建平台桥梁,畅通公众参与渠道,完善管理服务机制;健全法律制度,让各类主体有法可依、有章可循;营造环境条件,加强食品安全宣传教育,引导公众积极、理性、合法、有序地参与食品安全社会管理。构建企业自律、政府监管、社会协同、公众参与、法治保障的食品安全社会共治格局,凝聚起维护食品安全的强大合力。

农业部批准进口三种转基因大豆用作加工原料

6 月 12 日,农业部批准发放了巴斯夫农化有限公司申请的抗除草剂大豆 CV127、孟山都远东有限公司申请的抗虫大豆 MON87701 和抗虫耐除草剂大豆 MON87701×MON89788 三个进口用作加工原料的农业转基因生物安全证书。中国农业科学院植物保护研究所研究员、农业转基因生物安全委员会副主任委员彭于发表示,我国对这三个转基因大豆新品种的安全评审是非常慎重的,是严格按照我国法律法规进行的,从最初递交申请到获得进口用作加工原料安全证书,历时三年左右的时间。据介绍,我国转基因大豆进口始于 1997 年,当年进口大豆 288 万吨。由于市场需求旺盛,国内大豆又不能满足需要,2009 年、2010 年、2011 年、2012 年进口大豆分别为 4255 万吨、5480 万吨、5183 万吨、5838 万吨。

食药监总局约谈强生公司 要求确保上市产品质量

6 月 13 日,国家食药监局有关负责人约谈了强生公司,要求强生公司在华各公司以及在华上市的产品必须严格遵守中国法律法规和相关技术规范,出现产品质量问题必须按规定及时向监管部门报告,并如实向公众讲清质量问题性质、产生质量问题的原因,以及所采取的风险控制措施。本次约谈是针对近年来强生公司因质量问题,在全球频繁发生药品及健康相关产品的召回事件而开展的。2009 年以来强生所属在华公司,共在中国大陆召回产品 33 次。国家食品药品监督管理总局有关负责人指出,任何在华药品生产企业都必须把产品质量放在首位,凡在国外召回药品必须在华同步召回,对药品生产企业召回不报告,召回不及时,将采取严厉的监管措施,直至停止在华生产销售药品。

国家食药总局 要求依法查处加工皮蛋的违法行为

近日,有媒体报道,为缩短皮蛋制作周期,江西省部分企业涉嫌使用工业硫酸铜腌制皮蛋,存在严重的食品安全隐患。6 月 16 日食品药品监管总局要求江西省食品安全监管部门立即依法查处,同时部署各地工商、质监、食药部门立即组织开展对皮蛋生产企业及皮蛋产品进行监督检查。质监部门将全面检查企业使用食品添加剂及硫酸铜等加工助剂的情况,重点检查企业是否存在使用工业硫酸铜加工皮蛋的违法行为,对发现企业使用工业硫酸铜加工皮蛋的,要立即责令其停止生产,并严格依法查处。要组织对企业生产的皮蛋产品和所使用的硫酸铜加工助剂进行抽样检验。

工信部：像管药品一样管乳品

6 月 18 日,在 2013 年“全国食品安全宣传周”上,工业和信息化部发布提高婴幼儿乳粉质量行动方案,提出建设食品安全追溯体系、实行婴幼儿配方乳粉的 GMP(药品生产质量管理规范)管理模式,鼓励乳品企业兼并重组。“我们将参照药品的管理模式,逐步完善婴幼儿配方乳粉的行业准入,全程监管和企业退出制度。”工业和信息化部消费工业司巡视员高伏高伏说,“工业和信息化部将进一步严格婴幼儿配方乳粉企业产业政策与生产许可条件,加快在全行业实行婴幼儿配方乳粉的 GMP 管理模式。”GMP 是国际药品生产质量管理的通用准则,在多数国家或地区都具有法律效力。业内专家表示,推行 GMP 认证,按照药品管理办法来监管婴幼儿奶粉质量,在全世界范围都算是最严格的。

(编者整理)