

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8月9日 星期五 主编:李国政 编辑:李晓虎 版式:张彤 企业家日报 ENTREPRENEURS' DAILY 9

“水井坊”处于管理真空期

■ 本报记者 李国政 小白梅

《证券日报》近日报道称,在没有受让全兴集团原控股股东成都盈盛 4%股权之前,帝亚吉欧在水井坊的话语权相对薄弱,在水井坊董事会中的席位只有两席,很难在决策方面获得决定权。于是,帝亚吉欧为争夺控股权加快了脚步,之后,帝亚吉欧从全兴工会手中收购了 6%股权。

2006 年 12 月,帝亚吉欧以 5.7 亿元收购了水井坊集团 43%的股权,从而间接持有水井坊股份 16.87%的股权,成为水井坊集团第二大股东。后经两次股权收购,帝亚吉欧以 53%的股权持有比例成为水井坊集团的大股东。

近日,帝亚吉欧收购四川水井坊集团股份有限公司剩余的 47%股权,使水井坊由中外合资企业变成了外商独资企业,这也算得上是帝亚吉欧布局中国白酒产业阶段性的完美“收官”。

客观地看,这有助于中国白酒“走出去”。帝亚吉欧亚太区总裁顾斯鑫在 7 月 24 日的公告中称,帝亚吉欧将致力于把“水井坊”打造成一个领先的白酒国际品牌。

如今,水井坊正式成为外资企业后,全兴高管的去留是一个敏感话题。“在帝亚吉欧控股水井坊之前,全兴方面的人员就开始行动了。”有知情人士透露。“目前水井坊高管的心态是,本地高管无心工作,外资方面高管还没来,水井坊管理进入真空期。”上述人员称。

水井坊乱,难道还能乱过当下的郎酒?“现在的水井坊还没有郎酒好,郎酒董事长汪俊林虽然玩消失,但是公司营收并没有下降很厉害,水井坊高端酒营收下降幅度约 50%,低端酒表现更差。”对于当前水井坊的现状,白酒资深专家铁犁认为,水井坊面临三个方面压力——产业调整压力,企业团队对接压力,高端酒销售不畅、低端酒没有很好品牌的压力。对已“变身”的水井坊的未



来,他持谨慎乐观态度。

水井坊 2013 年一季报显示,公司实现营业收入 3.24 亿元,同比下降 49.52%;实现净利润 1.14 亿元,同比下降 36.79%。沪深两市上市白酒企业中,除受塑化剂打击的酒鬼酒之外,水井坊成为今年一季度营收降幅最为明显的公司。其他的财务数据的跌幅同样让人惊讶。作为衡量企业经营情况的重要指标,水井坊的经营活动产生的现金流量净额

一降再降,从 2011 年末的 4.72 亿元,减少至 2012 年末的 6258 万元,再到今年一季度末净流出 了 6802.07 万元。

去年第一季度,水井坊的预收账款有 6694.14 万元,而在今年前三个月,水井坊的预收账款只有 2617.34 万元,同比减少了 60.9%。由于销售量减少,今年第一季度水井坊的营业税金及附加只有 2248 万元,比去年同期相比减少了 50.14%。

市场分析普遍认为,梅花集团最近的连续上涨中,最近 5 个交易日涨幅已经超过 20%,而莲花味精最近 5 个交易日的涨幅也达 17%,另外一家通过 100%控股子公司美味鲜公司从事调味品业务的中炬高新股价最近也已经连拉 7 根阳线。因此,投资者短期应规避回调风险。(敖晓波)

味精价格狂涨,拉动股价飙升

连日来,味精价格一路大涨,引发 A 股市场几家生产味精的公司股价连续飙升。

随着原材料上涨、限产保价以及落后产能厂家被淘汰,全国味精厂家涨价频繁,国

内味精均价一路走高。数据显示,7月初全国味精均价为 7350 元/吨,到月末上升至 8400 元/吨,涨幅为 1050 元/吨,均价环比上涨 20.8%。

受此影响,A 股市场上几家调味料公司股票连续受到市场的追捧。梅花集团近日开盘后就大涨,临近尾盘涨停,收于 5.05 元。莲花味精也全天高位震荡,尾盘大涨 5.28%。

诚信、自律、共赢、发展 2013 年(第四届)中国食品安全高层对话(中)

宗庆后(杭州娃哈哈集团有限公司董事长):

我是来自基层食品生产企业的,应该说对当前我们食品安全领域的一些问题有着切身的体会。借今天这个机会,我也想把本人在这方面的几点想法向在座的各位简单作一个汇报,不当之处还请大家批评指正。

改革开放三十多年来,我们的综合国力极大提高了,老百姓的生活水平也有了很大的改善,应该说是吃穿不愁了,但事实情况是很多老百姓日常生活中总是为吃什么而发愁。现在党中央正在领导全国人民为全面建成小康社会而努力,从而早日实现中华民族的伟大复兴、实现中国梦。习总书记在去年“十八大”闭幕后的记者见面会上曾指出,我们的人民热爱生活,期盼有更舒适的居住条件、更优美的环境,期盼着孩子们能成长得更好、工作得更好、生活得更好。我想这就是我们的中国梦最朴实、最基本的体现。民以食为天,如果没有一个安全的食品生产和消费环境,不仅老百姓的幸福感无从谈起,我想中华民族的伟大复兴同样也无从谈起,因此我认为,只有尽早彻底解决食品安全问题,才能早日真正实现我们的中国梦。

之所以当前食品安全问题层出不穷,我认为从根本上讲还是诚信缺失所造成的。回想一下,不要说在我们这一代人年轻的时候,就是在 2、30 年前,虽然我们的物质生活很不富裕,食品的种类也远没有现在那么丰富,但是大家从来没有担心过什么食品安全的问题,农民老老实实种粮种菜、企业老老实实加工生产,而且那时候也没有现在那么发达的科技水平,什么苏丹红、瘦肉精、地沟油都是闻所未闻的东西。因此虽然大家都比较贫穷,但是吃得放心,也吃得安心。现在科技发达了、生产水平提高了,物质生活也极大丰富了,老百姓却越来越不敢吃东西了。为了降低成本赢得竞争,最大限度地追求利润,一些食品从业者放弃了底线、触碰了红线,不该添的添了、不该省的却省了,许多利用现代科技偷工减料以次充好的技术也堂而皇之地在市面上流行,甚至作为先进经验推广。虽然制造假冒伪劣、有毒有害食品的只是少部分企业,但如果任由其长期发展下去最终损害的是整个中国食品行业的声誉和形象。我想只有从内部严格自律、外部加强监管两方面入手,才能重塑食品行业的诚信。首先是企业要自律、整个行业要自律,要牢固树立“做食品先做人”的观念,种养殖、加工和销售每一个环节都应该拿出把产品当作是给自己食用的态度来;其次是外部监管要到位,政府部门不应该再把主要工作放在事前的审批上,而是应该多到现场去、多到基层去,进行实地监督,一旦在监管过程中发现企业违反法律和标准,不管是大企业还是小企业,都要一视同仁,对其予以查封,从严处罚,从而改变当前违法成本低、违法现象屡禁不绝的状况。

娃哈哈创业 26 年来,始终坚持诚信经营,象像护自己眼睛一样珍视我们的产品质量,做到员工对企业诚信,企业对消费者诚



●娃哈哈集团董事长宗庆后



●山西汾酒集团董事长李秋喜

信。我们首先实行了预警机制,投资了大量的分析仪器设备,对原材料进行全面检测,保证原材料的质量,并且实行了全员质量管理,全过程质量管理,全面质量管理,我们落实了后道检查前道的质量监督制度,让每一名员工都承担起质量保证义务,同时建立了生产记录制度,亦就是说将每批次产品各个环节是谁生产的都记录在案,若出现质量问题能追溯到人来提高员工的责任性,同时又建立了售后服务、市场监管制度,一是要求经销商每月反馈产品质量意见;二是建立了督查部,经常在市场上进行检查等一系列食品安全监督制度,确保食品安全。因此这些年来消费者对于我们的产品质量还是感到认可和放心的。人无信,不知其可,无论是对于个人,还是对于企业,诚信都应当是我们在社会上的立身之本。而食品企业肩负着对老百姓生命健康安全的重大职责,更应当视诚信为生命,坑蒙拐骗偷奸耍滑固然可能取得一点眼前的蝇头小利,但是从长远来看,这样的企业必将会被市场所淘汰。食品安全是关系到每个人切身利益的头等大事,也是我们实现中国梦的最根本基础,我想只

要我们政府和企业、我们全社会都能做到诚信为本,切实承担起自己的责任来,食品安全问题完全可以、也完全应该在我们手上得到彻底解决,给我们的下一代创造健康、幸福、和谐的生存发展环境。

李秋喜(山西杏花村汾酒集团有限责任公司董事长):

近几年来白酒行业成为了社会关注的焦点和热点。我个人认为,白酒的食品安全关键要解决五个基础性的问题,或者说要构建白酒行业食品安全的五大基石。第一大基石是白酒的战略诚信。按照现行的白酒标准,中国白酒大体可分为两大类别,一类是传统工艺白酒,一类是新工艺白酒。白酒工艺是中华民族的非物质文化遗产,其特殊性是固态发酵与固态蒸馏。新工艺白酒是用食用酒精配制的酒,是现代工业化的产物。上世纪五、六十年代为了节约粮食,我国学习国际酒的工艺,后来成为新工艺白酒。经过几十年的发展,有专家说市场上的新工艺白酒大概占白酒总量 70%左右。面对这个现实,我们不禁要问,第一白酒是不是非物质文化遗产?如果是,那么新工艺白酒就不应

该称之为白酒。第二,为什么食用酒精配制酒在产品标识注明上都是高粱、小麦、大米不是食用酒精?第三,我们说产能过剩是食用酒精配制的产能过剩,还是传统白酒的产能过剩?如果是食用酒精配制成为白酒的主流,那么白酒行业还是民族产业吗?所以我觉得“到底是什么是白酒,什么不是白酒”是一个方向性的诚信问题,是一个战略的诚信问题,解决白酒的诚信首先要解决什么是白酒的问题。第二大基石是白酒的消费者教育。为什么我们把食用酒精配制的烈性酒称之为白酒?为什么混同于传统白酒?由于大部分消费者认为只要是酒精勾兑的酒就是假酒,消费者对酒的认识上有偏差与误解,与实际情况存在距离。我们应该传播科学的知识,对消费者坚持不懈的进行普及性教育,让大家对传统工艺白酒和食用酒精配制酒有科学的认识。我们不应该藏着掖着,否则消费者不会对白酒行业有信心,所以应该把传统白酒和食用酒精配制区分开,在产品标识上标清楚,给消费者讲清楚,知识普及到位,这也是一个战略诚信问题。特别需要强调的是,这个问题不是具体哪个企业能解决,应该上升到行业的层面去解决。第三大基石是白酒的标准。标准是诚信的基石,没有标准就没有诚信,标准有多少问题,诚信就有多少问题。目前,我国白酒标准中的产品标准居多,而涉及到白酒酿造卫生、加工工艺、过程控制、包装材料等主要影响产品质量和食品安全的相关标准较少。目前白酒标准中没有专门针对白酒酿造用粮的标准,而是引用国家商品粮食的标准,更没有白酒酿造的相关指标。同时,在白酒生产环保标准体系构建上也才刚刚起步。这些因素既不利于规范国际市场,又使得白酒产业和品牌的国际化宣传缺乏技术支撑。去年的白酒塑化剂问题就是标准问题,如果白酒的标准化问题不能解决,白酒行业就无法实现现代化与国际化,白酒也永远不可能在国际市场上与世界知名酒获得公平竞争的机会。所以,应改建立切实统一的白酒加工生产全过程的标准化体系。第四个基石是传播情况。如果白酒产品明明是食用酒精配制的,还写着纯粮酿造、百年陈酿,我们是不是可以通过科学手段解释出来?显然,以我们目前的技术手段来说难度很大,我们还不具备先进的技术手段支撑。第五个基石是白酒的价值观。今年在政协提案的时候我去调研了,我发现我们的白酒有些自我感觉良好,像每升酒精含量低于 80%的酒,没有独特的商品编码,或者说没有独立的商标。面对这样的现实,我们仍有一个中国梦,走向国际市场,向全世界展现华夏酒文明独特魅力。如果中国白酒市场面向国际市场的时候,我们也会把传统酒和配制酒分开,我们会更深刻地认识到这是发展之源,力量之本。如果我们都能发自内心地确定这样的梦想,并把它转化为永不枯竭的动力和时不我待的行动,我们的白酒行业才有未来。最后,欢迎大家有时间到美丽古老的杏花村做客,品尝号称中国酒魂的清香白酒。(编者整理,待续)

国办印发通知:当前应把居民饮水安全放在首位

国务院办公厅 8 月 4 日下发《关于做好当前高温干旱防御应对工作的通知》。通知要求全力保障正常生产生活秩序和饮水安全,把确保城乡居民饮水安全放在抗旱工作的首位。

通知要求,要全力保障正常生产生活秩序和饮水安全。要全力做好水电供应和调度、高温中暑防御、卫生防疫以及交通安全管理、城市和林区防火等工作,减少或尽量避免高温时段的户外作业。

要把确保城乡居民饮水安全放在抗旱工作的首位,对旱区缺水状况进行全面摸底排查,针对不同缺水类型,细化人饮解困方案,采取打井取水、应急调水、拉水送水、对口帮扶等措施,保障群众基本生活用水。

质检总局发布新西兰两款婴儿配方乳粉消费警示

国家质检总局 8 月 5 日凌晨发布最新消费警示,提示消费者暂不食用纽迪西亚可瑞康 1 段婴儿配方奶粉和可瑞康 2 段延续较大婴儿配方乳粉。

国家质检总局 4 日午夜接到新西兰驻华使馆的最新通报,称新西兰初级产业部长再次发出进一步消费建议,表示鉴于“不能排除以下纽迪西亚可瑞康产品受到污染的可能性,建议不要给婴儿喂食以下产品,直到有进一步的通知:纽迪西亚可瑞康 1 段婴儿配方奶粉;纽迪西亚可瑞康 2 段延续较大婴儿配方乳粉。建议家长及护理人员使用其他品牌配方乳粉,直至有进一步通知。”据了解,新西兰初级产业部此次只建议消费者暂不食用上述产品,并未实施召回。国家质检总局表示,已要求新西兰政府尽快查清并提供纽迪西亚公司可能受污染产品的全面准确信息,采取切实有效措施保证输华乳品的安全。国家质检总局将密切关注新西兰调查进展,并警示消费者暂不食用上述两款婴儿配方乳粉。

奶业协会理事:乳品安全性不比其他食品低

8 月 4 日晚,农业部资深乳业分析师、中国奶业协会理事陈渝接受京华时报记者专访时称,有专家说连奶都不能喝,就没有东西可以吃了,我不会说得那么绝对;但是乳品的安全性确实并不比其他食品低。经历过惨痛的教训,这么多人关注,各国都在加强管理、检测,不管哪个国家和地区出现问题,立刻会引起各方警觉。实际上这个行业出现大量的系统性的大规模事件的概率相对低,这个行业要想隐藏黑幕、潜规则已经很难了。第一,国外的奶不是百分之百放心的。第二,说明各方都在关注,各方都在管理,不会说喝了几年致癌了都没人管。对这次肉毒杆菌事件,不是说新西兰不公布我们就不设防。现在对进口原料的检测也是非常严格的。更严格的是对三聚氰胺等的检测。

国家发改委:中国《反垄断法》反对经营者滥用市场支配地位

国家发展和改革委员会价格监督检查与反垄断局局长许昆林 8 月 4 日接受新华社记者采访时表示,《反垄断法》实施五年来,有关部门查处了一批价格垄断案件,其中不乏一些大案要案,对维护公平竞争市场秩序,保护消费者合法权益发挥了重要作用。我们反对的是经营者滥用市场支配地位的垄断行为。今后,国家发展改革委将进一步加大反价格垄断工作力度,在不断总结执法经验和深化理论研究的基础上,严格规范市场价格秩序,维护统一、开放、竞争、有序的社会主义市场体系,保护经营者的合法权益和消费者利益。他表示,中国《反垄断法》并没有对不同所有制的企业进行区分。只要经营者违反了《反垄断法》相关规定,破坏了公平竞争的市场秩序,都会受到《反垄断法》的规制。

食药总局公布 128 家婴幼儿配方乳粉生产企业名单

为鼓励广大消费者和社会各界参与婴幼儿配方乳粉质量安全监督,国家食品药品监督管理总局 8 月 6 日对外公布各省级食品监管部门批准取得食品生产许可证的 128 家婴幼儿配方乳粉生产企业的的相关信息。这 128 家企业包括了美赞臣营养品(中国)有限公司、多美滋婴幼儿食品有限公司、雅培(广州)营养品有限公司、内蒙古伊利实业集团股份有限公司等。国家食药总局表示,下一步将按照新修订的婴幼儿配方乳粉生产企业许可条件和婴幼儿配方乳粉备案管理办法,组织开展婴幼儿配方乳粉生产企业的再审核再清理和产品信息备案工作,进一步清理婴幼儿配方乳粉生产企业,规范产品信息和包装标签。婴幼儿配方乳粉生产企业的动态变更信息及详细产品信息,将在备案工作完成后及时向社会公布。(编者整理)