中国食品周刊
FOOD WEEKLY

协办：中国食品工业协会花卉食品专业委员会协办　　广告热线：028-68551386　新闻热线：13908058548　电子邮箱：1722428646@qq.com

2013 年 11 月 22 日　星期五　主编：李国政　编辑：李晓虎　版式：张彤

五粮液集团首推兽首高端收藏酒

本报讯（记者 李国政　李晓虎） 近日。五粮液集团公司推出了一款十二兽首高端收藏白酒。在白酒市场持续低迷的状态下，此举或能给市场带来一股暖风。

此次推出的五粮液十二兽首酒是以中华十二兽首为原型，酒樽采用“四平八稳”的设计，鎏金的龙首配上景德镇烧制的酒樽，每樽盛酒 3 公斤，这是五粮液首次推出的以十二樽为一组的收藏酒。在十二兽首酒发布现场，这款酒引起了很多白酒投资收藏人士的关注。五粮液金谷春的负责人说，这款酒将是五粮液今年力推的高档收藏酒，由于发行的数量不多，将会采取限购的策略。

发布方称，这款收藏酒每一滴酒都来自五粮液老窖，滴滴醇香，自然老熟；樽中的佳酿，樽外的五粮液品牌，这无疑是好拿配好鞍；因此，这款收藏酒定能驰骋白酒市场市场。

从发布现场一位酒类经销商那里得知，五粮液收藏酒已经提价，提价幅度为 15%—20%。此次提价只限于收藏酒。

王琳：低价竞争不利于我国蜂蜜产业发展

■ 人民日报记者 李彦增

我国一直以来是蜂蜜出口大国，但最大问题是蜂蜜的价格被严重低估，中国蜂蜜在世界市场上声誉不高，我国和世界蜂蜜主要出口国的出口单价差距越来越大。

中国蜂产品协会会长王琳近日说，我国一些蜂蜜出口企业以“数量扩展，低价竞销”的方式拓展国际市场，不仅损害了蜂农利益，也影响加工企业技术投入，还削弱了中国蜂产品的国际竞争力。

他认为，“成熟的市场竞争，应该是质量的竞争，品牌的竞争，服务的竞争，而不应该是恶性的低价竞争。低价竞争的结果是背离产品的价值，质量难保证、企业难盈利、行业难发展。对消费者不利、对企业不利、对行业发展更不利。”

王琳指出，我国蜂产业已发展到了一个转折点，靠单一追求数量扩张、低价竞销难以为继，必须加大力度推动蜂产品的经营方式从根本上转变，靠开发中高端市场增效。在产品创新上，不再追求蜂产品低价低质竞争，重在科技创新和研发科技含量高的精品增效。

消费市场已经告别高增速 传统零售业转型步履艰难

商务部流通业发展司副司长王德生日前透露，电子商务的快速发展给传统商业领域带来革命性的变化。据商务部监测，今年前三季度全国三千家重点零售企业网络购物同比增长 34.7%，大部分企业已开始“触电”。

王德生在“第十五届中国连锁业会议”上说，目前我国零售业已进入创新转型的关键时期，面对多重挑战。首先是成本费用持续上涨的压力，据商务部典型调查数据显示，2012 年全国零售企业平均费用上涨 8.3%，其中房租和人工费用是推动费用上涨的主要因素，连锁百强企业平均房租上涨 21%，人工费用上涨 20.5%。

其次是经过近三十年的高速增长，我国消费市场已经告别 20%左右的高增速。今年前三季度，我国社会消费品零售总额同比增长 11.3%，进入平稳增长的新阶段。

再次是电子商务等新型商业模式带来巨大挑战。虽然大部分实体企业已开始“触电”，但受出租柜台、联营扣点模式形成的惯性制约，传统零售企业转型提升步履艰难。即便是在发展很快的网络购物领域，同样面临着物流的瓶颈，盈利前景也有诸多挑战。

王德生表示，商务部将从两方面入手，为零售业加快改革、创新发展营造良好外部环境：

一是推动零售业加快模式创新，研究通过试点示范等多种方式支持和引导企业开展供应链资源整合，O2O 商业金融等方面的交流与合作。

二是促进商贸物流发展。第三方物流是当前基于互联网营销的零售企业普遍面临问题。商务部将加强部门协调，大力培育第三方物流企业，为物流业发展营造良好的政策环境。

（雷敏）

伊利全球布局奶源

“得奶源者得奶市天下”，这句话在乳制品圈中成为不二法则。然而我国一直被市场需求旺盛，奶源供应紧张所困扰。

在近日召开的奶源基地建设会议上，与会专家表示，我国奶源供应短期有所缓解，但长期形势严峻，并预测未来十年奶源供应紧张的状况难以缓解。

乳业面临生存危机，纷纷抢占奶源，伊利、蒙牛入股多家原奶企业，伊利近期还把触角伸向欧洲，蒙牛雅士利新西兰工厂也按部就班的建设中，奶源之争的无声战役正在火热进行。

业内专家：奶荒短暂缓解 长期仍不乐观

对于 2013 年所遭遇的奶慌，乳业专家陈连芳分析，由几大原因导致，一是气候异常，二是奶农散户退出过快，三是新西兰原料粉被禁止进口。她预计，随着全球原奶产量的恢复、与国际主要奶源国合作的进一步加强、以及伊利等诸多国内乳制品企业自 2012 年以来奶源建设开始发挥作用等指标看来，最早在明年初，中国的乳制品市场供需即将恢复平衡，

农业部资深乳业分析师、中国奶业协会理事陈渝说，按照乳业市场调节规律，从生鲜乳价格上涨周期、全球原奶产量、2012 年牧场建设数量和 2012 年奶牛进口数量这四项行业指标来看，牛奶供应在四季度初已经开始恢复，“奶荒”的周期即将过去。

而中国乳制品工业协会早在 9 月份年会时透露，我国将长期处于缺奶状态。蒙牛相关负责人也对记者表示过，以中国目前奶源发展形式，很难以满足成倍增长的市场需求。

有业内人士称，实际上，中国的“奶荒”源于进口奶粉，中国的奶牛养殖业的兴衰也和进口奶粉息息相关。前几年奶粉价格低，大量奶粉进入中国市场，被企业还原制作成乳品供应了市场，生鲜乳的收购价格一路下滑，奶农养奶牛亏损严重，不少奶农被迫杀牛卖牛转行，奶牛的实际存栏数大幅度下降。

伊利集团执行总裁张剑秋关于斯嘉达合作答记者问

一、伊利集团欧洲攻略

Q:能向我们透露一下，为什么会选择斯嘉达这个企业作为伊利的合作伙伴吗?它有什么特点，伊利又是出于什么考虑选择了它呢?

A: 斯嘉达公司是欧洲一家重要的乳品生产商，也是意大利最大的乳品生产商。斯嘉达这个企业有个特点，就是他属于奶源、技术、品控都很优秀的“全能选手”，和欧洲很多大型乳企有稳定的合作关系，而不限于意大利本国。他拥有了欧盟和欧洲很多个国家的乳品生产许可。这是我们看重这家企业的原因。

Q: 看来选择斯嘉达是伊利在欧洲发展计划的一部分。伊利对于与欧洲乳业的合作有哪些考量呢?

A:欧洲的乳业的特点，一个是重品质、标准高，欧盟的乳业标准是世界上最严格的标准之一，而且欧盟各国，比如意大利，还有自己国内更严格的标准；另一个是生产加工技术领先，欧洲的乳业历史悠久，有深厚的鲜奶、奶酪等奶制品的加工传统。很多乳制品加工技术，比如膜过滤技术，就是从欧洲起步的。所以和斯嘉达这样的欧洲乳企合作，会让我们在生产、技术、标准、品控等方面和欧洲全面对接。这对我们企业乃至中国乳业都会有很大提升和促进作用。所以在欧洲布点，一直是我们全球战略的目标之一。

当然，最终肯定是双方的需求促成了这样的合作：中国目前是全世界增长速度最快的乳业消费市场，而传统的欧美市场却逐步趋向饱和。另外一个消息是，欧洲实行了几十年的配额制将在 2015 年取消。换句话说，欧洲乳制品的生产将不再受到配额的限制。这一方面为他们的生产去掉了“紧箍咒”，同时也给他们的市场开拓增加了压力。欧洲的乳品企业也需要寻找新的市场和新的合作伙伴。那么，伊利无疑是欧洲乳企参与中国市场资源分配的最佳选择。从这个意义上说，中国乳企对接欧洲的时机目前已经成熟了。

二、先打桩后织网

Q:就我所知，伊利与欧洲的合作其实早就开始了，伊利拥有很多的欧洲供应商和合作伙伴，比如利乐、康美。那么这次合作的特殊意义在哪里呢?

A:你说的很对，伊利和包括欧洲在内的国外乳业早就建立了密切的合作关系。那么这次与斯嘉达合作的特殊之处，在于这是我们全球化战略的重要一步。换句话说，这次合作，我们将不仅仅满足于产业链上某个环节的输入，而是谋求整个生产链的同化。

对于全球化有一个说法，在经济全球化情况下，发展中国家产业的发展，离不开企业在全球价值链中的地位提升。这句话有点拗口，我们可以这样理解：在地球村中，只有在全球产业链中占据越来越主动的角色，产业才有可能获得一个好的发展。虽然这并不能完全准确的概括我们的发展路径，但我们的全球化过程背后的规律其实与这个异曲同工。

2007 年有一件事，大家现在不一定记得了，伊利集团生产的 28.8 吨黄油出口埃及。这在当时是一件大事，大宗原料的输出。但这实际上是一宗特别基础的合作。

从那时候起，我们就在努力通过一系列国际平台，做价值链的高端，做全球品牌。这些年我们的一些尝试大家也非常熟悉。这些尝试里面包含有北京奥运和上海世博--伊利是 2008 年北京奥运会的唯一的一个乳制品服务企业，然后我们把这个“唯一”的头衔延续到了 2010 年的上海世博会。通过北京奥运和上海世博这样两个盛会，我们迅速积累了品牌在全球的知名度，让全世界的消费者在短短两三年的时间内认识了这个来自中国内蒙古的乳品企业。

Q:您的意思是说，从 08 年开始，伊利就在为今天的全球化做准备是吗?

A:可以这样说。品牌积累和企业发展其实就像盖房子一样。我们的全球化战略也同样遵循的是一个“先打桩后织网”的过程。为什么在签约下北京奥运以后，我们进行了一系列的尝试?那时候，包括赞助美国职业棒球联盟里最著名的洋基队、包括将产品出口到埃及，其实都是我们在各个方面进行试水。图的就是为未来的全球化做准备。虽然那时候路径还不是很清晰，但我们的董事长潘总很早就已经意识到：没有国际化的撬动，伊利很难从一家出身中国西部的企业真正跃升为有影响力、可以永续经营的公司。

一旦有了这样的战略，接下来的很多事情其实都是水到渠成的。比如说目前我们在大洋洲、美洲和欧洲的布局。如果单纯谋求奶源或者技术，我们完全可以集中在一个地区。这样在融合成本上至少会低很多。但我们这几年随时在体察全球的乳业变化，接触和了解了世界各地的发展模式和条件。我们很清楚的知道：只有这种面足够广的提前“布桩”，才有可能在最终在全世界织起来一张大网，网络全球的资源，为我们的产业链服务。

今天，我们这样一张网的雏形，你已经可以看到。至少它已经有了三个结点，也应该是最大的三个网点。一个是大洋洲，包括新西兰、澳大利亚；一个是美洲，其中最大的牛奶产国就是美国，它的产量排名世界第二；还有一个就是欧洲。此前我们已经在新西兰投资了奶粉生产项目，与美国最大的牛奶生产商 DFA 达成了战略合作关系，而这次就与欧洲乳企斯嘉达进行了品牌层面的战略合作。这样我们在全球三大洲都有了品牌全球化的支点。

三、三步走全球化战略

Q:看来伊利早就制定了全球战略，能否请您解释一下伊利全球战略的内涵?

A:伊利的全球战略，它的实质就是全球产业链的一体化。包括全球战略资源的一体化、全球食品安全的一体化和全球消费市场的一体化。这个全球战略是我们多年来按计划坚决推进的，实际上也是在当前乳业全球化的趋势下，中国乳企的必然选择。

我们集团的董事长潘总一直抱有这样一个观点：中国乳业是世界乳业地球村的一员，正在实现也必须实现全球战略资源一体化，也就是加入全球产业链的整合，就是说用全球的资源为全球消费者服务。我们认为，战略资源一体化的趋势，就是按照国际分工的规律，在资源禀赋最适宜的地方进行生产，使世界乳业进一步成为一个大的产业链条。在资源上打破国别界限，使各国的乳业成为你中有我，我中有你的有机整体。

所以我们在新西兰的投资，在美国与 DFA 的战略合作，都是基于这个考量。这次伊利和斯嘉达的合作，也是如此。

Q: 能否请您简单概括一下伊利的全球战略?

A: 伊利在国内布局中有个“五年三步走”战略，第一步完善下游产销布局，第二步掌控上游稀缺优质奶源，第三步打通上下游产销通路，实现产业链上、中、下游的平衡稳健发展。全球化发展的战略，恰恰也是三步走：第一步是积聚全球的品牌能量；第二步是建设全球化的产业链体系，就是我刚才介绍的。那么下面的第三步，就是进行全球的渠道建设。最后实现市场的全球化。我们的终极目标，是融入世界乳品生产的大链条，也就是用全球的资源服务全球的消费者，实现成为世界一流的健康食品集团的愿景。

（张欣瑜）

一周要闻

食药监总局：食药标准体系建设课题研究进展顺利

为探索和完善食品药品标准体系建设工作思路，国家食品药品监督管理总局科技标准司委托中检院开展了食品药品标准体系建设课题研究。近日，科技标准司和课题组在北京召开食品药品标准体系建设课题研究会议，中检院、药典委、医疗器械标准管理中心、国家食品安全风险评估中心等单位的有关专家参加了会议。会议围绕食品药品监管工作重点，综合国内外食品药品标准发展趋势，梳理总结了我国食品（保健食品）、药品、化妆品、医疗器械标准管理中制约监督检验的突出问题，进一步明确了课题的研究方法，研究讨论了食品药品标准体系的现状与需求、总体思路、发展目标和主要任务等研究方向，提出了下一步课题研究工作的意见和建议。专家一致认为，该课题研究将为实现食品药品标准的科学化、规范化管理提供重要参考。

张茅对做好新《消法》贯彻落实工作提出 5 点要求

近日，国家工商总局召开全国工商行政管理系统贯彻实施新《消法》电视电话会议。总局党组书记、局长张茅出席会议并讲话。

张茅指出，此次会议是学习贯彻党的十八届三中全会精神的重要举措。新修改的《消法》，立足于我国经济社会发展实际，秉持以人为本的立法理念，适应转变经济发展方式、加强和创新社会管理的需要，针对消费领域出现的新情况新问题，对现行消费者权益保护法律制度进行了重要完善。新《消法》的发布实施，对工商行政管理部门消费者权益保护工作赋予了新的任务，提出了更高要求。全国工商系统要从服务国家经济社会发展大局的高度，充分认识贯彻实施新《消法》的重要意义，切实增强工作责任感、积极性和主动性。

张茅对切实做好新《消法》贯彻落实工作提出 5 点要求。一是要认真组织新《消法》的宣传培训工作，扩大法律的社会认知度和执行力；二是要及时做好配套法规和规章的制定完善工作，提高依法行政水平；三是要认真受理和处理消费者投诉，积极维护社会和谐稳定；四是要依法加强行政监管执法，维护公平公正的市场经济秩序；五是要加强部门协调配合，切实提升消费者保护工作水平。

中美商贸联委会产品质量与食品安全工作组交换意见达成共识

为了认真筹备今年 12 月举行的第 24 届中美商贸联委会会议，近日，国家质检总局副局长魏传忠与美国农业部副部长施麦克及美国贸易代表办公室农业谈判大使西迪奇共同主持召开了 2013 年度中美商贸联委会产品质量与食品安全工作组会议。

会上，双方就美国 30 月龄以下牛肉输华准入及中国熟制禽肉输美准入问题达成重要的原则性共识，并就中国苹果和柑橘输美以及美国华盛顿州苹果、加州柑橘和草莓输华准入及禽流感解禁问题充分交换了意见。双方一致认为，科学、坦诚和务实的沟通与交流有助于双方关注食品农产品检验检疫准入问题的解决，并将有助于双边贸易的健康发展。双方同意于 2013 年 12 月初就美国 30 月龄以下牛肉准入问题进行深入的技术性磋商。

食药监总局：抽检方便面调料包重金属含量符合规定

中新网 11 月 20 日讯，近日，国家食品质量安全监督检验中心和国家加工食品监督检验中心(广州)对 67 个方便面样品中的 129 个调料包进行了检验，调料包中的铅、总砷、无机砷指标符合相关规定。

针对外媒报道在台湾“康师傅”、“统一”等方便面油包中检出铅、砷、铜等重金属问题，国家食品药品监督管理总局高度重视，立即布置国家食品质量安全监督检验中心和国家加工食品监督检验中心(广州)开展监督检验，共抽取国内市场方便面样品 67 个，涉及“康师傅”、“统一”、“农心”、“今麦郎”、“五谷道场”、“日清”、“公仔”等 7 个品牌。对 67 个方便面样品中的 129 个调料包（酱包、油包、菜包等)进行了检验，检验项目为铅、砷等指标。国家颁布的《食品安全标准 食品中污染物限量》(GB 2762—2012)规定，调味品铅含量应≤1.0ppm，总砷含量应≤0.5ppm，无机砷含量≤0.1ppm。经上述两家食品检测机构检验，129 个方便面调料包中的铅、总砷、无机砷指标符合《食品安全标准 食品中污染物限量》(GB 2762—2012)相关规定。