

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 12 月 13 日 星期五 主编: 李国政 责编: 杜高孝 版式: 张彤

企业家日报

9

鱼翅燕窝价格降半 “面子菜”难回餐桌

鱼翅、燕窝是高端餐饮的标志性菜品，是奢侈性消费的标志。禁止公款消费鱼翅、燕窝，是“厉行勤俭节约、反对铺张浪费”政策的深入和细化。燕窝鱼翅被禁止，对于餐厅来说意味着什么？它们的价格会不会一降再降呢？



■ 于建

中共中央办公厅、国务院办公厅近日印发《党政机关国内公务接待管理规定》。《规定》指出，工作餐应当供应家常菜，不得提供鱼翅、燕窝等高档菜肴和用野生保护动物制作的菜肴。记者探访鱼翅燕窝市场发现，它们的价格相比去年已经有大幅的下降。而不少高档餐厅也早就撤销了这种高档菜。

“牙拣翅”价格降了一半

12月11日，记者联系到位于丰台区的

一家鲍翅行。该店老板吴先生向记者：“买鱼翅和燕窝是自用还是酒店用？”当记者回答是买给家人时，他略微有一些失望：“酒店的客户已经很少了，还以为你是个酒店大客户呢？”

吴先生介绍，其实这个管理规定对他们的冲击度没有别人想象的那么大，毕竟限制三公消费也有一年多了，该消停的都已经消停了，“这好像是久未愈合的伤口上又来一刀的感觉，你也感觉疼，但好像这种疼已经能忍住了，叫不出来了。”据他介绍，鱼翅中“牙拣翅”的价格降得最多，去年还能卖到每斤一千元，今年这个时候价格也就是五六百

元一斤，“特别高档的鱼翅价格还是没降，因为特别稀少，降不下来。”

“牙拣翅”属于销路比较多的鱼翅，它的价格会不会再降呢？吴先生分析说，应该不会了，因为已经是极低的价格了，从捕捞到晾晒，这中间的成本很多，“除非有经销商抛货，那时候应该很便宜。”当记者又问现在可以介入鱼翅生意吗？吴先生惊讶地说：“还介入啊，我都快要撤摊了。”

部分餐厅燕窝打折销售

燕窝鱼翅被禁止，对于餐厅来说意味

上涨幅度有限 整体物价可控

肉菜涨价难破全年调控“上限”



年关将至，肉价开始回升，特别是猪肉价格逐渐走高。专家指出，要警惕年末物价出现较大攀升撞击调控“红线”。对于未来走势，分析认为，通胀形势并未呈现趋势性上行压力，完成全年CPI(居民消费价格指数)3.5%的调控目标不成问题。明年物价上涨压力有可能高于今年。

肉价回升撞击调控线

近期，全国肉菜价格都有所回升，特别是猪肉价格整体呈上升趋势。据新华社全国农副产品和农资价格行情系统监测，与前一日相比，猪肉价格上涨；牛羊肉价格稳涨为主；成品粮价格稳中有涨；食用油、水产品、蔬菜、水果价格小幅波动。

“11月猪肉价格整体是稳步上扬趋势，这是因为市场需求逐渐好转，企业销售量较前期有所增加，尤其是进入11月中旬以

后，食品企业与养殖户看好冬至消费能提振市场，而养殖户惜售待涨情绪浓，这导致食品企业收猪难而致价格上涨。”卓创资讯生猪分析师姬光欣说。

业内人士认为，由于上半年“漂浮猪”等事件导致养殖户的生猪存栏率普遍低于往年，从而使后期的市场猪肉供应紧缺，因此现在价格上涨明显。

猪肉价格上升势头还将延续一阵。分析人士指出，首先，生猪养殖最快的育肥阶段也要4—5个月，所以春节之前，猪肉的价格还会上涨。其次，今后下雪等天气因素会令交通受阻，从而使猪价有所上涨。还有，随着元旦、春节临近，市场需求旺盛。专家指出，目前猪肉价格上涨趋势将对未来物价调控形成一定压力，要警惕肉价大幅上扬冲撞物价调控“红线”。

今年调控目标仍可期

不过，猪肉价格上涨持续时间不会长。在姬光欣看来，此前3年一个轮回的传统猪周期基本被打破，已被缩短为微型周期。他说：“政府对养殖户的补贴，提高了他们的养猪积极性；信息更加通畅，使养殖户在生产安排上更趋于理性；最后是国内加大

了对猪病疫情的防控。”

专家和机构普遍认为，猪肉价格上涨周期缩短，涨幅有限；年底整体物价可控；全年物价涨幅不会冲击“上限”。

国家信息中心日前发布的《中国与世界经济发展报告(2014)》预测，今年全年CPI上涨2.7%，完成预定3.5%的调控目标无虞。中信建投研究发展部高级副总裁安尉分析说，虽然9、10月份通胀上行，但未形成上涨的持续压力，并且今年大部分月份的CPI均在3%以下，因而预计全年物价水平在2.8%左右，远低于预期3.5%的通胀目标。

“CPI仍处上行区间，但上行空间有限，预计CPI明年一季度见顶。”联讯证券宏观及固定收益高级分析师杨为教预计。

明年涨幅或略超3%

对于明年物价走势有两种观点，一种认为上涨压力大于今年。交通银行首席经济学家连平预计，今年CPI已进入上行周期，根据历史经验，国内CPI的上行周期一般会持续两年左右，且周期的高点会在第二年出现。因此，预计明年物价上涨压力可能比今年略大些，明年CPI同比的高点也可能高于今年的3.2%。

另一种观点认为上涨压力没那么大。银河证券首席经济学家潘向东表示，“明年一季度物价水平比2013年四季度略有下行，约在2.8%左右，虽然是食品价格上行时期，但是翘尾水平略低，整体物价水平略低于四季度。由于未来货币政策确定稳重偏紧的格局，那么物价上行压力仍然保持在一定范围，明年总体物价水平约为3%左右。”

国家信息中心的报告预测明年CPI为3.2%，比今年略高但压力不大。国家发改委价格监测中心日前发布的报告预测，明年价格上涨的压力将大于今年，预计2014年CPI涨幅将略超过3%。

据分析，明年物价上涨因素主要在于食品价格温和上涨以及服务价格上行。由中国社会科学院经济研究所发布的《宏观经济蓝皮书》指出，2014年，防止通货膨胀依然是宏观调控的重要任务，国内经济稳中略降、产能过剩、输入性通胀压力较轻和粮食丰收等将抑制物价涨幅，但通胀预期增强、蔬菜和猪肉价格回升、劳动力成本上升、货币环境稳中偏松和翘尾因素增加将推高物价涨幅。

(人民网)

大量进口食品实为“中国制造” 贴上洋标签让售价翻倍

近日，记者在广州几家商场、超市、食品店走访采访了解到，很多进口食品存在标识不全的问题，有的进口食品，外包装上通身全是外国文字，丝毫没有中文字样。这是否符合国家规定呢？

记者在广州多个食品商场发现，不少进口食品摆放在货架上，细看会发现不少进口食品包装有问题。比如说，在店内的一处货架上，记者发现一种售价10元/罐的泰国进口花生豆。该罐装花生豆的外包装上除了充斥着密密麻麻的泰文和英文之外，几乎没有任何中文字样。而从外包装的中文标志上来看，人们除了得知这个花生豆全名叫做“大哥鸡米花生豆”之外，成分、配料、生产日期、保质期这些信息也有。其他的诸如生产商、国内经销商、代理商等等都没有办法知道。包装上密密麻麻的泰文也是让大家觉得非常的怀疑，难道买东西还需要猜么？

还有一种情况就是国产的变身洋血统，比如说有一家大型超市里面，记者就发现货架上有一款“川宁”牌柠檬绿茶的进口袋装茶，其中文标签上写明的原产地在中国，但超市货架上对应的商品信息标签栏上却注明着波兰进口。记者询问超市导购人员为何货架标签和商品包装标签不一致，对此，超市工作人员却回应自己也不清楚。记者询问了该产品的国内经销商客服。客服人员表示说原产地之所以写中国，是因为该柠檬绿茶是在中国分装的。但同时，该客服强调说，虽然是在中国分装，但是其茶叶原料来自世界各地。而《食品安全法》明确规定，进口的预包装食品应当有完整的中文标签、中文说明书。

康师傅并购战略出炉 饮料和食品将拆分上市

在8年来销售额增长最慢之际，康师傅传出正考虑收购方便食品企业以刺激业绩增长，并可能将饮料和食品业务分拆上市。对此，该公司近日回应记者称，不排除会并购或将食品和饮料业务分拆各自独立发展，但还未有时间表。

有媒体日前引述康师傅公司首席财务官林清棠在接受采访时的话表示，康师傅正在寻求并购，可能在明年结成一个新的战略联盟，考虑的对象包括国内和海外的品牌。报道还称，康师傅公司拥有包括现金和短期投资在内的资金达到16亿美元，可利用这部分资金展开收购。

对此，康师傅新闻发言人陈功儒回应称，在方便食品业务方面，公司已和卡乐B、普利玛火腿株式会社及和光堂达成合作。目前，与卡乐B合作的休闲膨化食品已在今年上市，火腿业务目前的主要方向是走餐饮渠道，而跟和光堂的合作则还在进行中。

他表示，康师傅的饼干目前虽然是第二，但与第一差距较大，如要快速赶超，不排除会选择并购，但目前还没有具体项目。此外，目前康师傅的饮料和食品业务各自掌握的资源和市场都已经足够大，分拆上市从而各自发展是个战略方向。

京工商局检出不合格产品 餐巾纸被检出荧光增白剂

北京市工商局近日公布了一批不合格纸制品名单，24种产品被检出不合格，一些餐巾纸、湿巾被检出细菌超标，还有一些餐巾纸被检出可迁移性荧光增白剂等。

市工商局此次检测主要针对餐巾纸、湿巾、纸巾、尿片等，发现的问题主要包括菌落总数超标，内装量短缺，检出可迁移性荧光增白剂等。市工商局表示，尘埃度项目不合格是由于原材料本身质量差、原材料未处理干净或生产中防尘不到位等多个原因造成的。内装量短缺不合格，意味着包装内产品的实际数量比包装标识的数量要少，属于缺斤短两行为。而可迁移性荧光增白剂是一种荧光染料，可以使纸张看起来洁白。但目前对荧光增白剂的危害认识还不统一，缺乏有关荧光增白剂毒性的权威数据。但为了确保消费者的安全，标准规定纸巾纸不应有可迁移性荧光增白剂，防止荧光增白剂转移至人体上。

还有14种产品虽然内在质量合格，但标识存在错误。另有一种标称“制造商：三河市杨庄镇大窝头造纸厂，总经销：天津市鑫达纸制品经销部”的“宝贝猫”卫生纸，被制造商指称为假冒产品。

北京市工商局表示，将按照有关法律法规对销售不合格商品的经销单位进行处理，不合格商品生产企业和有关经销单位应主动采取措施，保护消费者合法权益。

(编者整理)



联系电话: 0830—5600777; 13708284797