

# 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27日 星期五 主编:李国政 责编:杜高孝 版式:张彤

企业家日报

9

奶源紧张引关注

## 国务院食安办约谈乳企打“奶霸”



12月20日,国家食品药品监督管理总局官网消息显示,元旦、春节消费旺季将至,国务院食品安全委员会办公室日前召集8家乳制品骨干企业代表和北京、内蒙古等7个省(区、市)食品安全办负责人,召开乳制品生产企业座谈会,国务院食安办提出的五项要求中称,对“奶霸”扰乱奶源市场行为,要坚决予以严厉打击。

据一位企业人士透露,此次食安办约谈企业,多是源于近半年严重的奶源紧张。公开资料显示,下半年,中国乳业遭遇最严重的奶源紧张,各大城市生鲜牛奶价格上涨约10%。

奶业专家雷永军对记者表示,解决奶源紧张的办法还是要靠企业的奶源建设。

### 奶贩子死灰复燃

食药监总局网站显示,此次会议召开的原因,是针对部分地区奶源紧张、奶价上涨可能造成质量安全问题的风险隐患,确保“两节”期间食品质量安全。

今年下半年,从北至南,奶源短缺不断蔓延,至今没有完全好转。进入12月以来,

三元等乳企再次上调价格,但市场上牛奶断货现象依旧严重。记者从北京回龙观城北市场了解到,伊利纯牛奶产品断货现象依旧突出,而三元等纯牛奶货源也很少,无法满足市场需求。

一位不愿具名的业内人士透露,部分乳企今年都面临奶源短缺的尴尬,不少乳企已采取减少生产、停产、提价来应对这一局面。“中低端产品附加值低,无法承受成本提高。因此,很多需使用到生鲜奶生产制造的乳制品,不少企业要么减少生产,要么提价变身高端奶产品。”

一位乳业企业人士告诉记者,在抢奶严重的省(市、区)中,数内蒙古较为严重。

据上述企业人士表示,今年9月,内蒙古当地一家企业提交的“关于请求政府加强奶源市场监管的报告”称,9月份以来,原料奶供需矛盾不断加剧。

上述报告显示,如今奶源市场的不正当竞争再次出现,部分乳企放低原料奶验收标准,高价竞争奶源,恶性竞争导致奶贩子死灰复燃,严重扰乱了奶源市场的正常秩序。一些中小企业为了掌控奶源,采取提高奶价、降低质量标准的办法抢奶源,部分地区的鲜奶价格已达到每公斤5元以上,远远超出正常水平。

奶业专家王丁棉对记者表示,在这种情况下不排除有收奶站或乳企会降低标准收购生鲜奶,以次充好或者添加非法物质,导致乳制品质量“打折扣”。此次及早防范治理,对保障奶源紧张时期的原奶质量有所帮助。

### 奶源建设亟待加快

事实上,国务院食安办的会议确实能使原奶质量得到保障,不过原奶价格回落似

乎是另一码事。在不少业内人士看来,原奶价格回归靠的不是打击“奶霸”,而是企业自身的奶源建设。

农业部最新监测数据显示,生鲜乳价格在12月仍然连续两周持续上涨,12月第二周内内蒙古、河北等10个奶牛主产省(区)生鲜乳平均价格为4.10元/公斤,环比上涨0.7%,同比上涨21.3%。

王丁棉表示,食安办的会议仅能保障原奶质量,但无法缓解奶源紧张的情况。由于原奶要求有所提高,不少散户原奶不达标无法被收购,达标的散户利润微薄纷纷退出养殖市场。同时,企业自有奶源基地方面,由于自有资金不足、融资渠道不畅等原因,同样进展缓慢。

公开资料显示,目前内蒙古100头以下奶牛的非规模化养殖比例为57.7%,仍是最主要的原料奶供给方。政府推进奶牛规模养殖发展重点,应该是扶持中小养殖户及散户组建专业合作社,并逐步发展成为存栏100头以上的规模养殖场,但目前国家不支持存栏在300头以下养殖场建设,加之长期受益偏低等因素影响,中小户规模化发展进程缓慢。

在雷永军看来,短期内只能依靠国际原粉价格的回落来解决奶价高的问题,未来3年到4年内,奶源紧张将成为制约我国乳业发展的一大瓶颈,由此带来的企业成本攀高也将长期存在。雷永军认为,解决原奶紧缺的长远之道只能是企业加强自身的奶源建设,“无论是自建奶源还是合作奶源”,让中国奶源的增长速度跟上中国乳业的发展速度,才能化解奶源紧张的窘境。

(每日经济新闻)

## 农业部财政部试点: 北方城市开发冬菜稳菜价

记者22日从农业部了解到,为解决北方冬春蔬菜淡季供应问题,农业部、财政部两部正在东北、华北、西北8省份开展北方城市冬季蔬菜开发试点,中央财政资金安排1亿元,每个试点城市建设2500亩以上的标准化设施蔬菜生产基地。

当前我国蔬菜供应总体充足、品种丰富,但季节性、区域性的均衡供应问题依然突出,特别是北方城市冬春淡季供应问题更为突出。农业部的一项调查显示,甘肃兰州、山西太原冬春淡季地产鲜菜比例只占20%左右,哈尔滨则不到5%。

农业部党组成员、总经济师杨绍品说,全国节能日光温室达1400多万亩,覆盖南起长江流域北至黑龙江、新疆等地,可在室外零下20℃严寒条件下不加温生产黄瓜、番茄等喜温蔬菜。加上日光温室蔬菜生产属于高效农业,农民发展的积极性高。然而,缺乏科学规划引导、设施建造不规范、标准化生产水平较低等问题制约了北方城市冬季设施蔬菜生产发展。

为此,农业部、财政部要求试点城市重点抓好设施和技术的规范化,努力提高设施建造的标准化水平,切实落实标准化生产技术规程;充分发挥龙头企业或农民专业合作社在资金、技术、销售渠道等方面的优势,提高设施蔬菜生产的组织化、规模化和产业化程度,示范带动设施蔬菜大规模发展。

## 食品安全办明年将治理 婴幼儿配方乳粉等行业

明年,国务院食品安全委员会办公室将采取6项举措推进食品安全工作。

这6项举措分别是:全力保障元旦、春节“两节”和“两会”期间食品安全,严密排查风险隐患,确保重大节日、重大活动期间不发生食品安全事件;持续开展专项整治,严厉打击食品安全违法犯罪,着力解决群众反映强烈的突出问题;加快法律修订和标准清理,进一步完善《食品安全法》以及其他制度标准规范;强化婴幼儿配方乳粉、肉及肉制品、食用油等重点行业综合治理,督促企业落实主体责任;加大宣传力度,建立健全新闻和预警信息发布制度,加强对食品安全热点问题舆论引导;加强协调配合,建立健全部门协作机制,齐抓共管做好食品安全工作。

国务院食品安全委员会办公室主任、国家食品药品监督管理总局局长张勇表示,2014年是全面深化改革的第一年,各部门要紧紧围绕党的十八届三中全会和中央经济工作会议对食品安全工作的部署和要求,进一步增强责任感和紧迫感,扎实推进各项工作。

## 农业部: 农产品质量安全 纳入县乡政府考核

日前,农业部发布文件,针对加强农产品质量安全监管作出部署,要求各级地方政府对本地区农产品质量安全负总责,将农产品质量安全纳入县、乡级人民政府绩效考核范围。

农业部针对国务院办公厅公布《关于加强农产品质量安全监管工作的通知》的解读通知中表示,农产品质量安全法规规定,县级以上地方人民政府统一负责本行政区域内的农产品质量安全工作。通知对此再次加以强调,要求将农产品质量安全纳入县、乡级人民政府绩效考核范围,明确考核评价、督查督办等措施。

通知称,要深入开展农产品质量安全专项整治行动,严厉查处非法添加、制假售假等案件,切实解决违法违规使用高毒农药、“瘦肉精”、禁用兽药等突出问题。

## 质检总局: 统一和强生 部分食品化妆品不合格

国家质检总局日前公布10月份进境不合格食品化妆品名单,其中包括新西兰有婴宝初生婴儿配方奶粉、我国台湾统一企业产品、强生(中国)进口的婴儿润肤霜、润肤油、爽身粉等,这些产品都未在中国市场销售。

数据显示,2013年10月,全国出入境检验检疫机构共检出质量安全项目不合格的进口食品194批、化妆品8批。不合格食品涉及18类产品,主要不合格产品是酒类、粮食及制品类和糕点饼干类,来自29个国家和地区,品质、食品添加剂和微生物污染等项目为主要不合格原因。不合格化妆品涉及3类化妆品,分别是肤用化妆品、口腔类化妆品和其他类化妆品,来自5个国家,货证不符、污染物和微生物污染为主要不合格原因。

国家质检总局表示,对以上不合格的进口食品化妆品,口岸出入境检验检疫机构均采取了退运或销毁等措施,未进入国内市场。

(编者整理)

## 向消费增长模式转型 食品股受追捧

在消费传统旺季以及年底避险情绪较浓的双重刺激下,A股食品板块上周表现出色。上周五更是在大盘大跌的情况下,逆市上涨1.57%。市场人士表示,食品板块有业绩稳定的支持,行情走势比较均匀,因此继续看好确定性强的食品股。

截至上周五收盘,食品行业整体上涨1.57%,当日共有2.12亿元主力资金净流入该板块。其中,伊利股份大涨6.06%,三全食品上涨3.91%,哈高科上涨3.37%,洽洽食品、保龄宝、中粮屯河、三元股份涨幅均超过1%。

食品股的连续走强显示了市场防御性思维再成主流。市场人士指出,食品企业的下游需求相对稳定,业绩轨迹一直处于上升趋势。这就导致了食品股行业历史走势均处于螺旋式上升状态,即便有所回调也不会太久。同时,目前食品股的估值并没有特别高,年底资金偏好相对保守谨慎,因此此类避险品种往往会成为买盘的主攻对象。

光大证券分析师邢庭志指出,今年食品饮料行业的龙头价值从规模效应到盈利能力提升上看,出现了显著放缓,从收入规模和盈利能力提升上的潜力也逐步减少。他指出,IPO重启对食品饮料的核心价值在于:资本市场将发现有更好的公司、更新型公司、更符合消费升级大方向的公司具备更好的投资价值。同时,资本市场将从二级市场反推中小型成长股升级发力,同时也带动整个资本层面向一级市场注入新动力,推动中国向消费增长模式转型。

另外,邢庭志强调:“IPO重启意味着食品饮料的投资空间将再度打开,目前的资产证券化率不到10%,行业的投资盛宴在后面。因此,投资者不要过于对现在的高估值低成长品种恋恋不舍。”

华融证券分析师易华强指出:“A股短期向下调整概率非常大,建议投资策略以防御为主。”

在食品股的品种选择上,易华强认为渠道为王,看好大众消费品中的调味品行业。他指出,市场将因为海天股份和珠江桥的IPO而对大众消费品调味品产业更进一步了解与重视。同时,调味品行业渠道较其他行业复杂,商超、餐饮、网络等多股力量促使调味品产品在走量,因此,易华强表示看好在渠道方面领先的全国化布局的龙头企业,认为这类公司将在本轮行业升级中获得更大收益。

(国际金融报)



联系电话:0830-5600777;13708284797

## 一审被判赔广药 1000 万 加多宝不服要上诉

日前,广州中院就广药集团诉加多宝虚假宣传纠纷一案做出一审判决,认定“全国销量领先的红罐凉茶改名为加多宝”等相关广告被认定为虚假广告,构成不正当竞争。被告广东加多宝饮料食品有限公司赔偿原告广州医药集团有限公司经济损失1081.325万元,并在相关媒体上刊登道歉声明。

据了解,目前全国范围内,加多宝和广药集团的官司有15起,对于官司缠身带来的烦恼,加多宝向记者表示,目前不会对公司产品销售产生实质性影响。对于此判决结果,加多宝当庭宣布上诉。根据相关法律,加多宝提起上诉后,一审判决结果将不会生效。

### 法院称判决公开透明

据广药集团起诉,加多宝公司在广告宣传中,“全国销量领先的红罐凉茶改名为加多宝”等虚假宣传广告词,构成不正当竞争。其此举是将红罐加多宝与原来的红罐王老吉之间画等号,向消费者传递错误信息;王老吉这个名字被弃用了。

加多宝公司则认为广告不存在任何误导成分。“红罐”、“红罐凉茶”是加多宝公司知名商品特有名称,有唯一指向性,即加多宝产品,不存在任何误导。

对于双方的说法,12月20日,广州中院在宣判时认为,广药集团收回“王老吉”商标许可后,已组织生产红色罐装的“王老吉”凉茶(即广药王老吉)并推向市场。可见自2012年5月16日起,生产名称为“王老吉”红色罐装凉茶的企业虽然发生了变更,但“王老吉”红色罐装凉茶的名称并未随之发生变更,“王老吉”作为凉茶产品的名称仍被继续使用。

此外,广州中院认为,名称为“加多宝”的凉茶饮料是加多宝公司生产并新投放至市场的产品,无证据证明红色罐装的王老吉凉茶变更名称为加多宝凉茶,据此可认定“全国销量领先的红罐凉茶改名为加多宝”、“红罐王老吉凉茶更名为加多宝凉茶”是虚假广告。



在宣判结束后,广州中院为此还举办了新闻发布会。据了解,加多宝和广药集团的官司在全国范围内有15起,其中广州市有8起,6起由广州中院受理。

对于媒体提出的对如何在审理国有企业和私有企业、本地企业和外地企业的公平性问题时,广州市中级人民法院余明永副院长表示:“我们都是公平对待的,整个案件都是公开透明的审理的,并没有故意地、有意识地偏向任何一方。”

### 加多宝被判赔 1000 万元

法院判决结果认为:被告广东加多宝饮料食品有限公司于判决生效之日起立即停止使用“全国销量领先的红罐凉茶改名为加多宝”、“原来的红罐王老吉凉茶改名为加多宝凉茶了”广告语进行广告宣传的行为,并立即销毁使用了上述广告语的宣传物品。被告广东加多宝饮料食品有限公司于本判决生效之日起三十日内赔偿原告广州医药集团有限公司经济损失人民币1000万元及审理费用人民币81.325万元。

此外,广州中院还宣判,被告广东加多宝饮料食品有限公司于本判决生效起十日内在指定媒体刊登声明,向原告广州医药集团有限公司公开赔礼道歉。

对此宣判结果,加多宝一方当庭宣布上诉。“根据法律的规定,只要有一方提出上诉,一审判决是不生效的。我们也会做好打好二审各方面的准备。”加多宝负责

人向记者表示。

### 加多宝称基本事实认定错误

随后的媒体新闻发布会上,加多宝表示:“该判决对基本的事实认定是错误的,所以导致判决是错误的。”

“法院的判决混淆了一个基本的事实。在2012年6月份之前,广药是没有生产任何一罐红罐的凉茶,17年以来,红罐凉茶一直是加多宝开创立生产经营的,并将红罐凉茶做成了全国销量领先的知名饮品。我们的广告语是对客观事实的描述。”加多宝表示。

2012年5月,广药集团依法收回红罐“王老吉”的生产经营权,并于6月推出自己的红罐王老吉。王老吉称,公司通过增加产能、开拓渠道、进行全方位品牌建设等多方努力,实现了2013年前11个月销量90亿元的既定目标。

对于这一判决结果,是否会加多宝造成销售上的影响?公司在回应记者时表示,公司已经更换了新的营销策略,新的广告,不会对公司的销售产生实质性影响。

对于销售旺季季节的营销布局,加多宝集团品牌部副总经理王月贵表示,“前不久,加多宝与央视春晚、湖南卫视三台跨年大戏、辽宁卫视‘本山谁谁上春晚’等强势资源取得了合作”,“官司对我们的市场没有任何影响”。

(证券日报)