

东阿阿胶再提价 十年涨幅超房价

时隔半年,东阿阿胶1月15日又发布了一份提价公告:“上调阿胶出厂价19%,零售价做相应的调整”。据多家券商测算,此番涨价之后,阿胶出厂价每公斤1600多元,终端零售价将达到每公斤2613元。若以2004年阿胶块的出厂价每公斤132元计算,十年间东阿阿胶出厂价上涨11.5倍,远超房价。



单次提价19%超过预期

东阿阿胶1月15日发布公告,决定自当日起“上调阿胶出厂价19%,零售价做相应的调整”。此次提价原因,东阿阿胶照例将之归于“驴皮”的涨价。公告中称,随着阿胶的药用价值和滋补养生价值被越来越多消费者所接受,阿胶的市场需求不断扩大,而作为阿胶主要原料的驴皮资源呈持续萎缩态势,导致公司的驴皮采购成本不断上升。“出于公司可持续发展的需求,以及对行业上下游良性发展规律的尊重”,公司决定提价。

近两成的提价幅度大大超出市场预期。据长江证券测算,提价之后阿胶出厂价从每公斤1392元提高到1656元,若同步提价,终

端零售价将从每公斤2196元提高到2613元。一直誓做“药中茅台”的东阿阿胶,近年来价格一路狂飙,有消费者感叹:如今茅台放低身段终于喝得起了;阿胶反成奢侈品,让普通百姓越来越吃不起。

对于东阿阿胶涨价,消费市场与二级市场似乎均已见怪不怪,15日公告当天,阿胶股价下跌1.10%。

10年涨幅高达11.5倍

此番提价之前,东阿阿胶于去年7月刚刚经历一次零售价的向上调整。阿胶2013年7月13日对外宣布,阿胶出厂价上调25%。调整之后,阿胶每斤零售价从之前的875元提升至1098元,成功突破千元大关。

加上本次提价,东阿阿胶从2006年5月以来披露的提价信息已经达到14条。可查资料显示,2004年阿胶块的出厂价为132元/公斤,2006年5月,阿胶将核心产品阿胶块提价21%,阿胶价格开始逐步向贵族化之路迈进。2010年应该是阿胶的一个分水岭,2010年12月17日,山东省物价局发布《山东省政府定价药品目录》,阿胶不在目录之列。也就是说,阿胶将不再纳入政府定价管理范围,价格由企业自主制定。长期以来束缚阿胶涨价的紧箍咒解除,阿胶价格从此前的压制性上扬,瞬间转变为火箭式飙升。在政策发布后的不足一个月,2011年1月6日,东阿阿胶便将出厂价格提升了60%,阿胶块价格从596元一举提升至954元。之后东阿阿胶的提价成为常态,尽管每次提价都饱受争议,但阿胶

选购食用油 谨记“色深品低”



日前,广州市食安办发布了食品安全信息。本期公布的抽检食品共1891批次,其中合格食品1828批次,占96.7%。比第5期、第4期的94.8%和93.9%合格率有所提升。多个监管部门表示,已对抽检不合格食品依法实行下架、封存、召回等措施。按规定通报相关监管部门,对生产经营不合格食品的单位依法进行查处,以确保广大市民能在新春之际买到放心的年货。

在本期抽检中,除了相关职能部门继续加强对蔬菜农药残留、生猪“瘦肉精”等畜禽违禁药物、水产品违禁药物进行日常监测外,也对生产领域的饮料、糕点等12大类食品进行了日常抽样检验,共抽取样品537批次,经检验实物质量不合格27批次,实物质量不合格产品发现率为5%,其中超过22.2%的豆制品的实物质量不合格,不合格项目集中在菌落总数、大肠菌群等微生物指标。

在市食安办公布的信息中,广州市工商局专门开展对烘炒食品、食用油等7种年货食品专项抽检工作,共计抽取样品1039批次,实物质量不合格产品发现率为3.1%。市经贸委也对流通领域的中低档酒类进行专项抽样检验,共抽取样品44批次,实物质量不合格产品发现率为9.1%。市食品药品监督管理局对餐饮服务环节肉制品、面制品和调味料等10多类食品进行监督抽检,共抽取样品271批次,经检验实物质量全部合格。

记者发现,有44家厂家的产品不止一次出现在不合格产品名单中,部分厂家还因为同一原因反复上“黑榜”,比如广州市凤凰山泉水有限公司的桶装水因为菌落总数超标,已经四次“上榜”。零食、糕点类食品中也出现因同一原因反复上榜情况,如广州市兴运食品有限公司的三角蛋糕和大蜂蜜蛋糕。在第1、第3期抽检不合格的原因都是霉菌超标;番禺区金胡子糖果厂的金胡子龙须糖,三次抽检被发现大肠菌群超标。

市食安办提醒,市民在购买食用油的时候,要看清每瓶油的标签、品牌、配料、油脂等级、生产厂家、生产日期、保质期、贮藏条件等。食用油的贮存有一定的期限,不宜过长。如发现油有异样颜色、闻之有异味或加热时出现过多的泡沫,且伴有呛人的带苦油烟味的油都是劣质油或变质油,不能食用。

消费者选择食用油时,可以看看油的色泽,一般高品位油色浅,低品位油色深(芝麻油除外),油的色泽深浅也因其品种不同而使同品位油色略有差异,高品位油透明度好,无浑浊。此外,高品位油无沉淀和悬浮物,黏度小。(马喜生 刘益)

滋补品销售惨淡 保健品销量增长

由于受到“八项规定”的影响,高档滋补品在2013年全年的销售都没有明显起色。然而记者了解到,与高档滋补品的处境相反的是,部分高端保健品却逆势热卖,而且随着春节临近,在近一个月的销量更是平常销量的两倍。

高档滋补品旺季再缩短

如果按照往年的情况,每年春节前一个月都会是各种滋补产品和营养品的销售旺季,但今年有业内人士预测,由于整个经济大环境不好,销售旺季缩短到只有半个月,也许会从1月11日的这个周末开始。

“但事实上,尽管大家从去年12月底就开始做各种买赠活动,但1月11、12日这个双休日并没有出现想象中的高峰,而是直到上周末,也就是1月18、19日这个双休日才稍有起色”。广东金康大药房在天河城设立了一家专门销售滋补品的专卖店,其总经理郑浩涛无奈地对记者说:“今年高档滋补品的热销时段又比预期晚了整整一个星期。”

“今年估计不会出现销售高峰。”大参林总经理刘景荣也有类似的感觉。他对记者表示,“往年到了春节销售旺季高档滋补品的销量都会比平常增长20-25%,可是今年的情况是,哪怕接近春节了,也只是销售平平,



情况跟平常差不多。”其中,受影响最大的品种就有虫草、花旗参、高丽参等。

高端保健品异军突起

不过有商家留意到,虽然滋补品销售不景气,但是这几年异军突起的高端保健品却备受青睐。

郑浩涛给记者列举了一组数据:此前卖得很火热的西方营养保健品,诸如维生素、鱼肝油等,近年在药店每年都有25%左右的增长,但去年随着网上药店的兴起,其销量开始出现下滑,下滑幅度达10%,而在全国,下滑幅度也有5%;相比之下,以传统中药材为原料的高端保健品,如灵芝孢子油之类的,近年每年的销量都有100%以上的增长。“而且,即使去年有‘八项规定’,此类产品也

出厂价还是从2004年的每公斤132元坚定涨到了目前的1600多元。以此计算,10年来涨幅高达11.5倍。

去年年初,独立经济学家杜猛撰文指出,全国房价十年上涨143%,一线城市广州、北京、上海十年来房价的涨幅分别为261%、365%和500%。而按照国家统计局的数据进行计算,上述比例还有所下降。由此看来,阿胶涨幅远超房价。

驴皮变身奢侈品

不管是东阿阿胶还是机构,都愿意将阿胶的提价称为“价值回归”。东阿阿胶总经理秦玉峰多次表示,阿胶价格远逊于茅台、虫草,是对阿胶价值的严重低估。根据东阿阿胶公开的战略目标,价值回归的最终体现,就是将东阿阿胶打造成“药中茅台”,走高端奢侈品路线。

而阿胶所用原材料驴皮的价格飞涨,也成为东阿阿胶涨价的最直接原因。据有关数据,由于毛驴的养殖周期比较长,效益不高,以及机械化发展、生产方式的变革导致毛驴不断被淘汰,国内毛驴的存栏量在加速下降,目前山东省毛驴存栏量仅剩2万头左右。物以稀为贵,驴皮的价格也水涨船高。2010年,国内驴皮价格在3万-4万元/吨,2011年、2012年分别上涨了47%和30%,刚刚过去的2013年,驴皮价格又翻了一番还多。

不过在不少分析人士看来,这一理由并不能完全站住脚。和君咨询医药事业部合伙人吕库认为,从阿胶2012年年报看,阿胶产品毛利率是73%,提价之前大概是50%,所以东阿阿胶涨价以驴皮价格上升为托辞是不成立的。(北青)

新闻集装箱

●日前,桶装饮用水今年首登市食药监局黑榜,北京市食药监局发布不合格食品名单,两款京产桶装水因菌落总数超标而上黑榜,其中燕岭甘露饮用水该项指标超标近340倍。据市食药监局透露,除了燕岭甘露桶装水外,北京大石窝洪源水厂生产的石窝牌桶装饮用水,也有一个批次菌落总数超标62倍。资料显示,在去年被曝光的57件不合格产品中,饮用水类产品被曝光的件数最多,占比高达24.56%,不合格原因主要是菌落总数超标。市食药监局称,食用菌落总数超标的食品,易引起痢疾等肠道疾病,危害人体健康。

●高端白酒降低身价发力腰部产品之时,原本主要定位中低端的白酒企业则是另一番景象。顺鑫农业发布2013年业绩报显示,旗下以牛栏山酒厂为代表的白酒行业销售良好,收入达到37.4亿元。顺鑫农业表示,去年公司白酒销售情况良好,白酒产量239317千升,同比增长39.12%;销售量218429千升,同比增长28.11%。以牛栏山为代表的白酒行业是顺鑫农业旗下最主要的业务,去年,顺鑫农业白酒业务占公司营业收入的41%。不过记者也注意到,去年下半年牛栏山销售增幅有所放缓。去年上半年,牛栏山酒厂销售收入23.58亿元,增幅高达27.07%。根据年报,牛栏山下半年销售收入则为13.86亿元,与上年同期的13.83亿元几乎持平。

●北京市食药监局昨日发布食品安全信息,物美一款食品上了黑榜。这种“绿土康田”牌原味薯条薯条样自北京奥士凯物美商业有限公司新兴里店,不合格项目是苯甲酸超标。此外有一款豆角被检出二氧化硫超标,两种桶装饮用水被检出菌落总数超标。北京市食品药品监督管理局决定对不合格食品在流通领域采取停止销售措施,凡已购买上述不合格批次食品的消费者可凭购物小票和食品外包装向销售单位要求退货。

●在国内婴幼儿乳品行业整治的大背景下,由中国乳制品工业协会主办的第二批国产乳粉新品推介会在京召开。6家上榜企业名单中,呼声较高的三元和贝因美双双入选,包括辽宁辉山、西安银桥和百跃以及上海晨冠也纷纷携新品亮相。去年9月28日,中乳协携手工信部牵头召开第一批国产婴幼儿乳粉新品推介会。包括伊利、蒙牛雅士利、飞鹤等6企业入选,被外界戏称为第一批乳粉企业“国家队”。时隔4个月,第二批乳粉“国家队”名单曝光。本次首批发布的婴幼儿乳粉新品分别是:三元的喜能宝、爱力优;贝因美的冠军宝贝配方粉、晨冠的聪尔壮呵护安宝素等。6大乳企领军人物现场签署“质量安全承诺”,表示将严格把关、承担责任、接受监督,给国内消费者提供安全可靠的优质乳粉。

●2014年春运已经开始,现在越来越多的旅客愿意选择速度更快、环境更舒适的高铁和动车出行,在列车上经常会赶上饭点,“舌尖上的安全”就成为旅客特别关心的问题。记者来到全国铁路系统首家通过国家“QS”认证的“高铁中央厨房”——位于青岛的济铁高铁配餐基地,为您探访高铁套餐的加工制作。今年春运,中国铁路总公司要求所有列车保证15元盒饭和2元矿泉水的供应。根据不同层次旅客的不同需要,高铁中央厨房在原有“大虾套餐”(55元)、“黄花鱼套餐”(40元)、“红烧肉套餐”(30元)等品种盒饭基础上,对原三个素菜组成的“什锦套餐”(15元)进行了改进。春运期间,推出了包含“三个素菜、两个翘根”的零利润套餐,菜和米的分量都增加了20%,但价格仍定为15元。不过,高铁套餐依旧保留了由三个素菜构成的15元“什锦套餐”。

●今年除夕不放假,年夜饭如何吃成了市民眼下关心的话题。日前,有网站发起的调查显示,近六成的市民选择在家DIY年夜饭,因此淘宝等商家纷纷打起网上销售年夜饭食材的主意,而为了拉动年夜饭的消费,广州多家酒店餐饮都选择促销优惠。市民可以结合自己的需求充分对比。广州妈妈网发起了一个“年夜饭你会选择到哪儿吃?你的年夜饭预算又是多少呢?”的投票。至记者截稿时止,投票结果显示在家自己做年夜饭的占了大多数,为59.09%,预算以500元-1000元为主。大家都说“自己在家做虽然辛苦点,但温馨,而且实惠”。而在妈妈网全国问卷调查中,选择出去吃的仅有8.42%!

●记者在淘宝搜索年夜饭,发现半成品年夜饭销售情况还不错,以做江南菜的店家最多。上海老饭店新雅集团的网上旗舰店,258元的“粤菜馆精选家宴年夜饭半成品套餐组合”最受欢迎,月销售已达864件,网友评价“包装很好,价格优惠。主要是烧起来方便又好吃。”这样的年夜饭套餐,很适合并求经济实惠又怕麻烦的年轻夫妇,广州酒家网点也出售年夜饭外卖提货券,698元的“合家欢大盆菜”重达3公斤,包括高汤、芋头、粉葛、大鸭掌、猪手、鸡、五花肉、鱼肚、白灵菇、虾、蚝豉、海鲍片、冬菇、竹笙、鱼丸、瑶柱、莲子。

(编者整理)

食品安全

“儿童食品”多为概念营销缺乏标准

近日,随着亲子节目的走红,各种打着“儿童专用”招牌的食品也备受年轻妈妈的青睐,记者日前走访了北京各大超市发现,大到儿童面粉,小到儿童榨菜,各种“儿童专用”一应俱全,价格也是普通商品的2-5倍。但业内认为,多数“儿童食品”只是虚有其表。

“儿童专用”层出不穷

不断出现的食品安全问题,令不少消费者在购物时倍加小心。记者走访超市时了解到,为了确保食品的安全,很多家长在给孩子购买食品时多偏爱标有“儿童专用”字样的包装。据一位正在选购儿童面粉的消费者介绍,尽管自己并不清楚儿童面粉与成人面粉的差别,但因为家里有小孩,一般都会再另外买些儿童面粉给孩子吃。北京商报记者发现,相比于同一品牌同样重量的成人面粉,儿童面粉的价格几乎是其2-3倍,而对比背后的成分说明,却并无明显差异。

与面粉相同,记者在多家超市的乳制品专区也发现不少标有“儿童”字样的商品,从酸奶到奶酪,层出不穷。记者对比发现,相比于面粉,乳制品在成分说明上则会标注出成分的差异,例如,某品牌儿童奶酪上会添加草莓浆等儿童喜欢的成分。某消费者向记者表示,除了上述两种食品外,近年来,儿童鸡蛋、儿童榨菜、儿童挂

面等也成为超市中的热销品。该消费者表示,尽管这些产品价格颇高,但家长们对此却是异常青睐,不少二三线城市的亲戚甚至还托人从北京买来给孩子食用。

添加剂量不降反增

记者通过比较还发现,印象中应当避免出现添加剂的儿童食品,却比很多成人食品中的添加剂成分还多,“儿童专用”除了在包装上略显可爱之外,并未发现营养成分上有所不同。

某品牌奶酪促销员向记者表示,购买这类食品的多是年轻父母。“儿童奶酪主要适合3-6岁的孩子,奶酪中含有的营养物质可以令刚从婴幼儿配方奶粉断奶的儿童更好地吸收和消化。”不过,记者通过比较多家超市及电商销售的奶酪发现,多数成人奶酪的成分中并无添加山梨酸等食品中常见的防腐剂,但在一些儿童奶酪中却频频山梨酸、明胶等添加剂。一位消费者表示,“本来以为儿童食品中添加剂会比较少才买来的,谁知道回家仔细研究了食品成分后才发现,儿童食品比起成人食品来说,仅是多了口味而已”。

与上述情况相同,记者在多款儿童食品中,均发现除了包装与成人食品相比,多绘有儿童喜爱的喜羊羊等卡通造型,或是搭配玩具等赠品外,在成分上并无明显不同。而多数号称专给儿童食用的榨菜中,仅是比成

丝毫不受影响”。

他分析,出现这样的情况,一方面是因为国家去年一直整顿保健品市场,使得原本混乱的保健品市场优胜劣汰。而另一方面,保健品具有某些特定的保健功能,高端保健品的人群十分固定,而且需求明确,因此多是自费购买,受“八项规定”影响有限。“我们就和广药方方的灵芝孢子油合作了4年多,打算今年再加强合作,计划在十多家门店设专柜”。“灵芝孢子油一天的服用成本80块左右,属于保健养生产品中性价比比较高的,所以购买的人群中,自费自用的确实占了很大一部分。”广州白云山汉方现代药业有限公司董事长黄翔对记者说,“在过去的3年,其灵芝孢子油产品每年都保持3位数的增长,而节前的销量更是平常的两倍。”

(陆志霖 叶可可)

“儿童食品”尚无标准

记者在国家食品药品监督管理局网站上发现,针对婴幼儿的食品标准,目前我国现行有涉及婴幼儿奶粉的标准《婴幼儿配方食品》、《较大婴儿和幼儿配方食品》。在这两项标准中,关于食品的原料、适用范围、能量和各种必需营养成分、可选择成分的含量以及污染物、真菌毒素、微生物等均有限量要求。

针对稍大一点的断奶期婴幼儿,适用的是两项辅助食品标准,即《婴幼儿谷类辅助食品》和《婴幼儿罐装辅助食品》。

记者发现,上述标准均是适用于3周岁以下儿童,而对3周岁以上儿童来说则并无专门的安全标准,据农业大学食品科学与营养工程学院教授侯彩云介绍,目前我国对于3周岁以上的低龄儿童还没专门的安全标准,更没明确的“儿童食品”定义。业内猜测,食品生产厂家在生产这些食品时,执行的多是成人标准。北京军区儿科的专家也表示,尽管目前儿童食品深受家长的喜爱,但是从食品安全角度出发,家长在选购此类产品时还要对产品的成分、配料进行仔细的对比。该专家也表示,与其购买各种水果口味的儿童食品,还不如多食用些天然食品更容易补充儿童成长所需要的各种营养物质。(周雪映)