

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

2014年2月21日 星期五 主编:李国政 责编:杜高孝 版式:张彤

企业家日报

9

新消法3月15日实施
工商总局发布多个配套法规

国家工商总局日前密集发布多个市场管理办法,包括《工商行政管理部门处理消费者投诉办法》、《流通领域商品质量抽查检验办法》、《网络交易管理办法》,从消费投诉、质量抽检、网络交易等多个方面强化消费者权益保护措施。

新修改的《消费者权益保护法》将从3月15日起实施,工商总局市场司副司长杨洪丰介绍,与之配套的配套法规也针对修改后的法律作出调整。

杨洪丰说,这次我们配合消法有三个规章,按照我们相关的法律要求,在里面都做了明确和细化的规定,跟消法规定都是一致的。

根据《工商行政管理部门处理消费者投诉办法》,有管辖权的工商行政管理部门应当自收到消费者投诉之日起7个工作日内,予以处理并告知投诉人,不符合规定的投诉不予受理也应当告知投诉人不予受理的理由。

同期出台的《网络交易管理办法》则细化了对消费者合法权益的各项保护措施,此外,根据新发布的《流通领域商品质量抽查检验办法》,工商部门可定期或不定期对商品质量进行抽检,不得向经营者收取检验费用。

在新消法等法律法规实施后,中国人民大学商法研究所所长刘俊海表示,消费者维权工作将进一步规范。

刘俊海:过去各行业都相信先发展后规范,只发展不规范,重发展轻规范,最后弄得到处都是问题。对这种监管思路说不,必须强调规范和发展并重,同时推进,更加注重规范。

乳业重组细则本月或将出台 相关板块再引资金关注

近日,有消息称,乳业兼并重组细则将在本月出台。这项被业界期盼已久的方案即将浮出水面,使得业界对于我国乳制品行业未来的发展再次汇聚了热情。

中投顾问食品行业研究员简爱华在接受记者采访时表示,2013年7月份国家工信部已经释放出乳业兼并重组的政策导向,至今乳业兼并重组确实被社会各界期待已久。由于乳业重组的最终目的在于提振消费者对国产奶粉的信心,国家将从多方面对大中型乳制品企业进行扶持。或因为牵涉部门较多,政策制定需要较长时间才能完成。

根据《推动婴幼儿配方乳粉行业兼并重组工作方案》显示,2014年1月至2015年年底将是兼并重组的关键贯彻阶段,推动国内配方乳粉企业100%完成改造及认证,前10家国内品牌企业行业集中度提高至65%,原有127家配方乳粉企业总数减少40家左右,只保留87家。

对于在细则公布后将乳业发展起到哪些积极作用,简爱华分析称,首先需要明确的是细则的公布并不会改变消费者对国产奶粉的印象,未来印象只能通过国产奶粉自身的努力进行改变或维持。不过国家将从税收优惠、扶持资金及融资等方面进行扶持,对于国产奶粉品牌加强质量控制、补足薄弱环节是有利的,也有利于国产奶粉品牌的长远发展。

简爱华进一步分析指出,乳业板块会因为乳业兼并重组的出台而走强,不过,相关个股走势分化将在所难免。伊利、贝因美、蒙牛、三元等上市企业曾被国家部门列入名单,投资者对其预期或将更加强烈。

美素佳儿新包装涨价10% 洋奶粉涨价潮恐将袭来

在去年奶粉行业遭遇史上最严厉反价格垄断调查后,奶粉企业都不敢轻言涨价,不过马年春节刚过,就传来美素佳儿将涨价的消息。日前美素佳儿的所有一级经销商均收到产品调价沟通函,自2月7日起,对旗下部分产品进行相应价格调整,涨价幅度在8%至10%。

近日,美素佳儿方面对北京晨报记者表示,确有部分升级产品涨价。“最近我们通过创新技术推出了‘宝护盖’新包装,并对部分‘宝护盖’新包装产品制定了相应的新价格。但对原有包装的产品仍然保留原有价格。”美素佳儿品牌所属的富仕兰公司相关负责人表示,新品提价影响的因素有很多,包括市场情况的改变以及产品结构的调整。

美素佳儿婴幼儿奶粉去年曾被国家发展改革委价格监督检查与反垄断局进行过反价格垄断调查,去年8月美素佳儿所在的富仕兰食品贸易(上海)有限公司被发改委处以4827万元的罚金。在接受调查期间,美素佳儿宣布全线产品价格下调5%。

乳业专家宋亮对记者表示,近期进口乳清粉、营养元素等奶粉原料的成本的确有所上涨。此前洋奶粉在涨价步伐上十分“默契”,也引发了涨价潮将蔓延至整个行业的担心。业内人士指出,由于行业竞争加剧以及去年发改委针对洋奶粉的反垄断调查压力,使得洋奶粉很长一段时间内未能涨价,而为了达到业绩增长目标,未来或有更多洋奶粉开始涨价。“此前洋奶粉涨价大多以新品、新包装名义调价。”宋亮指出,随着成本上升,今年洋奶粉涨价的可能性还是很大的,“而国产奶粉为了抢占市场则大打价格战。”

(编者整理)

葡萄酒收藏投资游戏 国内文化环境还不具备

罗曼尼·康帝 将成新一代“中国拉菲”?

去年底,佳士得香港国际名品拍卖会上,12瓶1978年罗曼尼·康帝拍得367.5万港元(合约人民币287万元),再次刷新了历史纪录,这一拍卖结果说明,藏家给12瓶罗曼尼·康帝的价格相当于可以购买105瓶拉图或61瓶大瓶装木桐,罗曼尼·康帝将成为新一代“中国拉菲”的言论跃然纸上。

根据Wine-searcher对DRC六块田(夜坡·依瑟索、大依瑟索、拉塔希、李奇堡、罗曼尼·康帝和罗曼尼·圣维旺)所产佳酿的表现分析可以看出,自2008年以来DRC的价格涨幅近50%。

这些涨幅惊人的数据让处于经济低迷时期的投资人再度将热切的眼光投向葡萄酒市场。不过,我们不能忽视的是,曾经被供奉在高位的拉菲也已被拉下神坛,伦敦国际葡萄酒交易所(Liv-ex)去年底发布的一份报告中称,乐富齐家族旗下的拉菲、拉菲副牌(Carruades)和都夏美隆(Duhart-Milon)的价格自2011年2月份触顶之后急剧下跌,降幅达40%,已接近2010年的水平。而降幅最大的要数拉菲副牌,过去三年跌超46%,一度成为近年表现最差的副牌酒之一。此外,其他名庄酒如拉图、玛歌、木桐的降幅也超过两成。

国内葡萄酒投资环境未具备

虽然拉菲曾经风靡一时,但探究葡萄酒投资理财,目前国内具备的条件仍不充分。中国酒类流通协会进口酒市场专业委员会执行秘书长李唐接受记者采访时表示,虽然国内进口酒的量很大,但目前中国内地流通绝大多数都是普通餐酒,并不具备收藏价值。即使等级高一点的葡萄酒,虽然有多存放几年的需求,但如果为了理财收藏,仍有很多问题。

首先,要考虑的是收藏级别的酒的真假问题。“例如罗曼尼·康帝,它在很多国家和地区都有追踪系统,这瓶酒卖给了谁,在哪里拍卖,都有记录的,有延续性,便可以溯源,知道葡萄酒的真假、数量,但罗曼尼·康帝在中国内地并没有建立起这种服务体系,没法跟踪意味着没办法判定真假,也就没办法估价了。”李唐表示。

其次,还需要考虑回购问题。在中国香港,投资者可以委托权威的第三方红酒服务公司代管产品,既可以喝掉,也可以再一次拍卖,而且数据是连续的。在中国香港,就有专门的葡萄酒仓,对存酒的温度湿度有严格管理,但在中国内地,提供这种服务的红酒公司很少,而且难以保证不会偷梁换柱,且由于品牌的溯源体系没有建立,价格也难以传承。而且,将价格昂贵的进口葡萄酒带入境内还需要交付高额关税,甚至需要开瓶检测,这种



葡萄酒投资、手表和珠宝投资同为欧洲富豪们最钟爱的三大传统投资游戏,因一句“来瓶82年的拉菲”台词,国人开始接触动辄上万的收藏级葡萄酒。然而,在成熟的葡萄酒资本市场,享受游戏其中的文化趣味已经远远大于投资回报率本身,而在国内,这种投资游戏形成的环境还未具备,国内投资者要尝鲜还得慎重考虑。



检测是破坏性的,因此保管渠道也比较不畅通。

最后,是退出机制还没有建立,由于没有溯源体系,变现也来得困难。“国内没有形成规模的葡萄酒交易所,这跟目前国内的消费水平、消费习惯有关。”李唐表示,中国人不

喜欢酸度过高的产品,比如是南美、南非、澳洲这些葡萄酒比较合国人的口味,但酸度决定了存放的时间,因此收藏级葡萄酒在口味上也未能符合国人的需求。所以专业人士提醒初入门的投资者要注意风险。

什么人在收藏葡萄酒?

虽然投资环境仍未具备,但国内依然有投资者对这方面感兴趣,而伦敦、纽约、中国香港的交易所、拍卖会则是他们入手的好机会。

一般而言,收藏级别的葡萄酒都是以配额形式出售,“具有收藏级酒庄配额的酒商,拥有这个资格通常都延续了几十年,中国酒商没有拿到这种配额。而在全球知名的葡萄酒交易所,需要交易需要获得牌照,也不是一般人可以做得到。”李唐坦言,参与这种理财的投资者要求不仅对葡萄酒有兴趣,对历史很了解,而且这项投资对投资人的资金要求并不低。

“每年自然增长10%-15%是收藏级葡萄酒的行规(扣除通货膨胀的因素),这种回报率并没有人们想象中高。”李唐告诉记者。

当然也有专门从事收藏级葡萄酒的公司通过营销概念赚取更多的利润,例如将不同年份的酒组合起来,或者帮助客人寻找与生日同一年酿造的葡萄酒,增添文化的趣味性,但这些都只是少数。

广州俊涛酒业有限公司董事长张建伟也表示,很少碰到有专门为理财投资买葡萄酒的投资者,收藏者以酒商居多,“因为知道产品的来源,可以确保是真货是最重要的,而且消费者如果投资这种产品,怎么变现也是一个问题,所以我们不太建议做这方面的投资。”

饮食文化

风尚 美食上桌先拍照 不满 大厨让顾客关手机

到此用餐 不要拍照

到餐馆用餐,菜一上桌就拿起手机或相机猛拍,然后将照片上传到社交网站,似乎成了新的风尚;然而,这类所谓的“美食摄影”却惹恼了法国顶级餐馆的厨师,他们认为此举有侵犯知识产权之嫌,有的餐馆因此在菜单上印上“不要拍照”的图标。

多家法国米其林星级餐馆对顾客不好好享受美食,只顾拍照的做法很不满,认为这些人不懂礼仪。

法国一家米其林三星的主厨古戎认为,将美食照片上传到社交网站同许多人分享,会让食物失去新鲜感,从而无法让人“惊喜”,而且有侵犯知识产权之嫌。

古戎狠批非专业的摄影,他指出,用手机拍照,很难拍得好看,也无法完美呈现厨师精心料理的食物。

不过古戎觉得要禁止客人拍摄有些困难,他有意在菜单注明不可拍照,但为了不让客人“生气”,正在斟酌如何措词造句。

法国北部一家餐馆虽然没有明文规定禁止摄影,但菜单上已印有不准拍照的图标。这家餐馆的大厨高提耶说,过去客人只为祖父母或家人拍照,现在却对着上桌的菜肴狂拍。

由于餐馆灯光不足,他们必须使用闪光灯,有时一道菜要拍上三次。之后,还要上网写评论与回应,结果菜都凉了。

(金晓岩)



客可以暂时脱离日常的生活模式,要做到这点,客人就必须关掉手机。

不同观点

这可是免费宣传呢!

不过,美食博客里斯认为厨师对美食摄影的批评,反应过火。他指出,菜肴经常被提起,对厨师来说是件好事。美食照片能提高厨师的知名度和收入,而且又是免费宣传。

也有厨师认可美食摄影和社交网站的宣传力量。在巴黎经营餐馆的名厨图丹说,互联网是很好的口碑行销,并让他的事业更

选择收藏级葡萄酒需擦亮双眼

虽然在国内,收藏级别的葡萄酒并不多见,但打着“收藏”旗号的葡萄酒并不少,消费者及投资者都需要擦亮双眼。

一般来说,收藏级别的酒都不是近期酒,基本都在10年以后才开始上市的,也就是说,如果今年买到的葡萄酒是2004年以后出厂的,基本不属于收藏级别的了。“收藏级别的葡萄酒一般都会在酒庄放很长一段时间,让酒慢慢进入适饮年份。”李唐表示。

此外,收藏级别的葡萄酒都是小众的,不会海量投放市场,如果超过10万瓶,也基本不属于收藏级别。“最后,我们需要看品牌,像这种收藏级别的葡萄酒一般都会有上百年的品牌传承历史,没有几代人努力打造的工艺配方,根本不算收藏级别,如果打着收藏酒名号,但只有几年历史的,只能说是试验品。”李唐表示。

此外,一般的收藏级别的葡萄酒都是按箱销售的,“只有孤品才会一瓶瓶销售,几乎都是一箱一箱销售,最低价格一瓶都要上千欧元的。”李唐表示。

葡萄酒并非都是越存越好

当人们谈起葡萄酒,不能忽视的便是存放年份,陈年好酒的观念挥之不去,以消费者王先生为例,其在家中就存放了不少葡萄酒,以他的话讲,“葡萄酒是越陈年越值钱”。不过,事实上并不是所有的葡萄酒都适合存放,存放以后升值的观念也有待商榷。

“首先,葡萄酒是会不断氧化的,这也是为什么常说葡萄酒是有‘生命’的原因。”李唐表示,如果消费者想要一尝存酒的乐趣,首先要选择适合存放的葡萄酒,“一般来说,用于长时间存放的葡萄酒都会有几个特征,首先要看木瓶塞,木瓶塞越长,证明适合存放的年份越长,这种塞子能隔绝空气的效果较好,葡萄酒氧化的过程缓慢,但如果瓶子是用铝皮的螺旋盖的,那么这瓶酒在装瓶的时候几乎都氧化得差不多了,并没有预期消费者存放,遇到这种葡萄酒就应该喝掉。”

其次,瓶底凹槽也是看存放长短的标识之一,“如果瓶底是平的,那就不必要存放了,如果凹槽很深,甚至能将大拇指放进去,那么这瓶酒至少可以放5-7年。”李唐告诉记者。

相对白酒等其他酒类而言,葡萄酒要更为“娇气”些,“如果是红葡萄酒,常温就可以存放了,但房间的温度最好不要超过20℃,否则就需要放在比较阴凉的地方。如果超过30℃,葡萄酒内就会加速氧化,超过3小时就会变坏了。”李唐建议,存放时,瓶身最好能斜放,每隔几个月转动瓶身一下,当然,若家中有恒温恒湿的酒柜就最好不过了,“若是适合存放的葡萄酒,存放时间不同对葡萄酒的口感也会产生细微的差异,爱好者可以尝试一下。”(陆理倩)

(陆理倩)

七嘴八舌

@Mike: 额,这些“大厨”其实是害怕别人把他的黑暗料理给曝光了吧……

@Lachlan: 这些都是不作死就不会死的矫情货吧! 要不是这些食物有特殊意义,没事谁爱拍着玩儿……

@Guru: 我们把你美食发上社交网站,多好的广告效应,你们居然还不领情!

(中新)