

# 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 双汇集团

广告热线:028-68551386 新闻热线:13908058548 电子邮箱:1722428646@qq.com

2014年3月21日 星期五 主编:李国政 责编:杜高孝 版式:吉学莉

企业家日报

9

饮用水新国标将统一标准

## 康师傅、冰露矿物质水或将退市



作为消费者,您知道超市里卖的矿物质水其实不是天然矿泉水,只是以普通饮用水为水源,加入一定量矿物质制成的“勾兑水”吗?通俗地说,矿泉水是“生来具有”矿物质元素的饮用水;而矿物质水所含的矿物质则是“后天制造”,由食品添加剂而来。

孙树侠介绍,《中华人民共和国国家标准(饮料通则)》中明确定义,饮用矿物质水是以饮用水为水源,采用适当的方法,加入一定量的矿物质而制成的产品;矿泉水则是采用地下深处自然涌出或采集而来的、未受污染的、含有一定量的矿物质、微量元素或二氧化碳气体的地下水。

记者走访多家大型超市发现,市面上最常见的矿物质水为可口可乐旗下的冰露、康师傅以及屈臣氏三款产品,三者的矿物质水产品说明中均有标注:配料为水以及含有硫酸镁、氯化钾的食品添加剂。记者随后又选取另外一个品牌的矿泉水产品对比,发现配料为天然水,无任何添加。

也正因为含有食品添加剂,在进入中国市场以来矿物质水的存在一直备受争议。全国人大代表就曾以议案形式提出,呼吁禁止在饮用水中添加食品添加剂,但相反生产企业则回应称矿物质水中的添加剂符合国家关于食品添加剂的标准。双方各执一词,至今仍未有明确定论。

“钾摄入太多会引起高钾血症,而硫酸镁则是一种较强的导泄剂”,孙树侠说,“长期服用有机元素肯定会对身体产生负面影响,但这取决于摄入量,因此长期饮用矿物质水是否对身体产生不利影响,还需对食品添加剂的剂量进行研究,但是强调饮用矿物质水能够补充矿物质肯定是误导。”

### 康师傅等面临换标

虽然存在争议,但是在天然矿泉水资源有限的情况下,矿物质水凭借“通过喝水即可适时补充人体流失的部分矿物质”的功效宣传,在进入中国后不久便迅速抢占了市场。再加上能够省去寻找水源、开采等复杂的工序,矿物质水也成为一些食品企业包装饮用水品类中的主力军。

例如,康师傅、可口可乐、屈臣氏等品牌旗下都拥有一款矿物质水产品,而且售

价也要比其他品牌同档次、同规格产品便宜。在同一家超市,一瓶550毫升的康师傅矿物质水售价1元,冰露矿物质水每瓶0.9元;而农夫山泉的饮用天然水每瓶1.5元,娃哈哈纯净水1.6元,但矿泉水产品的售价都至少在3元以上。超市工作人员介绍:“康师傅、冰露的矿物质水销量都很好,至少能占到销量的1/5。”

“如果征求意见稿一旦获批,康师傅、冰露、屈臣氏等品牌的瓶装水一定会受到影响,首当其冲的便是龙头企业康师傅。”食品饮料行业营销战略专家徐雄俊介绍。

按照征求意见稿的规定,企业不能再使用“矿物质水”这一名称,如果添加剂只是为了调节口味,还必须要到瓶子上予以明显说明。“随着消费者对食品安全的重视,名称的改变会引起消费者对添加剂安全性的疑虑,企业也会因此失去可信度”,徐雄俊分析道。以去年闹得沸沸扬扬的农夫山泉执行地方标准为例,只因一家媒体质疑产品标准,农夫山泉便出现大量滞销,损失超过6000万元。

AC尼尔森数据则显示,截至2012年,中国包装饮用水排名依次为康师傅22.6%、农夫山泉21.8%、华润怡宝8.5%、可口可乐7.9%。“如果康师傅和可口可乐的饮用水产品出现调整,会给他们紧随其后的非矿物质水生产企业机会。”

### 相关企业博弈新国标成定局

面对可能发生的市场变动,企业又将采取什么措施应对?对此,北京商报记者分别采访了康师傅及可口可乐公司。康师傅方面回应:“由于目前仍属于征求意见阶段,因此康师傅将深入了解标准编制的精神,并适时反映市场现状。”可口可乐方面则称:“既然是征求意见稿,肯定要征求包括专家、企业等多方意见,可口可乐方面同有关部门正在并将继续保持充分的沟通。”

一位不愿具名的饮用水企业负责人向记者透露:“征求意见稿能否顺利实施将是企业与相关部门博弈的结果。”

事实上,国家标准的缺失一直以来都是困扰饮用水行业的一大难题,也正因为如此,饮用水行业中会出现媒体报道的19种瓶装水采用9个标准的窘况。上述企业负责人介绍,在国家标准制定的过程中,行业内的企业,尤其是龙头企业的作用将起到至关重要的作用,因此标准是否能顺利实施仍是未知。“但无论是什么样的国家标准,只要能实现大一统,市场集中度就会提升。” (阿茹汗)

## 雀巢大中华区换帅 惠氏中国总裁接任

全球最大的食品公司雀巢集团日前宣布大中华区新掌门人人选,接替“收购狂人”狄可为出任新总裁的正是雀巢惠氏营养业务大中华区总裁张国华。“他将于2014年5月1日履新。”雀巢集团透露,雀巢大中华区现任董事长兼首席执行官狄可为将担任世界慈善组织仁爱之舟下属的“仁爱非洲”总裁。

销售员出身的瑞士人狄可为在雀巢工作了23年,他于2011年3月担任雀巢大中华区董事长兼首席执行官。狄可为引领雀巢在中国频频展开并购,成为名副其实的“收购狂人”,雀巢先后成功收购银鹭60%股权,收购徐福记60%的股权……涉足了糖果、八宝粥等相关领域。自去年起雀巢开始放慢了扩张速度,狄可为去年底表示,短期内不考虑并购其他企业。

关于狄可为的去向问题,雀巢集团表示,狄可为决定离开雀巢公司,担任“仁爱非洲”总裁。“仁爱非洲”是世界上最大的民用医疗船,为穷困和需要帮助的人们免费提供最先进的医疗救助服务。

狄可为接受采访时曾表示,希望自己的下一任是中国人。而接替狄可为出任雀巢中国新任掌门人的张国华祖籍香港,有着丰富的快速消费品行业从业经验。“他熟知中国消费者和市场环境,拥有深厚的专业背景和果敢的领导力,这些都使他能够胜任这一重要职位,指导和带领雀巢在华业务。”雀巢集团这样评价。

作为惠氏中国的“掌舵者”,张国华有着辉煌的履历,在他的带领下惠氏在中国市场一直保持持续的高增长。雀巢于2012年从美国辉瑞手中收购惠氏后,惠氏一直保持独立运营。如今大中华区已经成为惠氏全球单一最大的市场,市场占有率也一直在攀升,据AC尼尔森数据显示,2013年惠氏在华连续数月市场份额排名第一,成为中国孕婴童市场上占有率增长最快的公司之一。

张国华上任后面临的难题是,如何带领雀巢在中国市场继续保持高增长。雀巢公司财报显示,2013年雀巢业绩增长出现放缓的趋势,主要原因在于雀巢在新兴国家市场和欧洲市场发展遭遇压力。

(陈琼)



针对目前品牌饮用水添加剂泛滥、厂家乱打概念的问题,日前,国家卫计委办公厅公布了食品安全国家标准《包装饮用水》征求意见稿明确提出“考虑到‘矿物质水’名称容易使消费者误认为该产品具有补充矿物质的营养功能,因此不得再使用‘饮用矿物质水’名称”。业内人士分析,上述国家标准一旦获批实施,目前市场上份额较大的康师傅、冰露等品牌的矿物质水将面临被迫更名,同时也会引发消费者对产品的质疑,最终可能会引发饮用水市场份额的重新划分。市场格局或将重新洗牌。

### 新国标拟剔除“矿物质水”

国家卫计委发布的这份征求意见稿对包装饮用水、饮用纯净水、天然来源饮用水和其他饮用水进行了定义,从原料、水质、标签标识等方面设定了统一的标准。其中,包装饮用水的标签标识设定格外引人关注:对于仅在纯净水中添加食品添加剂的饮用水,考虑到“矿物质水”名称容易使消费者误认为该产品具有补充矿物质的营养功能,会引起消费者的误解,因此不得再使用“饮用矿物质水”名称,也就是说凡是标有“矿物质水”的产品都将面临改头换面。

“两者完全是不同的概念”,营养专家

## 百威英博收购金士百 啤酒巨头加速跑马圈地

世界最大啤酒巨头百威英博收购国内最大的纯生啤酒生产企业四平金士百一案近期尘埃落定。对此,业内人士认为,啤酒行业的豪门游戏将继续上演,一些二线品牌将成为啤酒巨头们跑马圈地的争夺目标。

### 金额或达38亿元

据悉,早在2013年9月就有消息称,百威英博对国内最大的单体啤酒厂之一吉林四平金士百纯生啤酒股份有限公司充满了浓厚兴趣。2014年1月,又有消息称,百威英博收购金士百的价格约为38亿元人民币。不过,当时双方都表示不予置评。

中国酒业协会的数据显示,2011年百威英博在中国市场的产销量已经达到566万吨,超过燕京啤酒位居第三,仅次于华润雪花、青岛;金士百则位居第八。

据百威英博此前发布的2013财年报告表示,其2013年全球总收入为432亿美元,2012年为398亿美元。其中,其在华业绩高速增长,销量同比增加8.9%,市场份额达到了14.1%,提高了0.7个百分点,同时,百威在中国啤酒高端市场的份额超过50%。

有业内人士就此指出,“百威英博看中的是金士百的市场份额。”据了解,金士百是全国纯生啤酒销量第一的企业,作为东北区域啤酒品牌,其单体工厂产能超过60万吨,是独立啤酒厂中单厂产能比较大的,其发酵技术也比较先进。上述业内人士称,“这也是为何这些年在华润雪花以及百威英博旗下的哈尔滨的夹击之下,金士百并没有被彻底打下去的重要原因”。按照收购的程序,百威英博对金士百



的收购需要获得商务部等政府部门的批准。

### 啤酒业集中度大为提高

记者观察发现,近年来,啤酒行业巨头并购地方品牌的例子不少,而且涉及的金额均上数十亿元。嘉士伯收购重庆啤酒用了5年时间,总价达87亿元,华润雪花也以逾50亿元拿下金威啤酒。

此外,据知情人士透露,目前嘉士伯还在关注6家潜在的收购对象,特别在亚洲,一轮并购计划正在筹备中。

据了解,国内啤酒行业中四大啤酒巨头仅占60%左右,距离成熟啤酒市场80%以上的行业集中度而言仍有一定差距。业内分析认为,啤酒巨头们将进一步争夺市场。

百威英博在其季报中表示同意继续收购以加强其在中国的地位,并确定了不同区域的五家目标啤酒厂。华润雪花、青岛、燕京啤酒等也将通过并购以巩固市场。

啤酒业营销专家方刚表示,随着啤酒巨头的收购或者扩建产能等动作,未来国内啤酒行业的集中度将会进一步提高,而国内二线品牌将成为外资啤酒巨头收购的主要目标,“中国作为世界第一啤酒消费大国对于大鳄们无疑是巨大的诱惑。”

他认为,目前国内啤酒行业格局可以划分为以华润雪花、青岛啤酒、燕京啤酒为主的三大本土品牌以及百威英博、SAB(拥有华润雪花49%股份)、嘉士伯三大外资品牌;二线品牌则以珠江啤酒、河南金鹰啤酒等为代表,目前徘徊在亏损或者低盈利,甚至“卖身”的边缘。(周可 涂瑞玉)

专业观众网上预登记 免费参观糖酒会

从2012年秋季的第87届全国糖酒商品交易会开始,为了有效减少非专业观众的数量,提升展场的交易秩序,糖酒会设置了门票禁带系统,实行观众网上预登记和现场购票并行的入场制度,取得了较好的效果,受到参展商和专业观众的广泛好评。

但是,预登记系统运营一年以来,主办方发现,很多长期参加糖酒会的专业人士对于这套系统不太了解、没有关注或觉得操作麻烦,所以还是采用传统方式,购票入场。事实上,全国糖酒会实施门票入场制度,主要是针对非专业观众“看个热闹”而设置的门槛,而非针对专业观众的盈利行为,专业的采购商,只要通过简单的网上注册确认,就可以轻松获取免费入场资格。

观众网上预登记是利用互联网技术提前对参与展会的专业观众进行信息登记与证件发放的服务模式,国内外多数专业展会已广泛使用。这种服务简化了专业观众入场参观的手续,扩大了专业观众的来源与渠道,同时能够准确地记录专业观众的信息和需求,为促成展商和专业观众之间的交易和交流奠定了基础,也方便展会的组织者专业观众提供便捷、高效、有针对性的服务。

今年,全国糖酒商品交易会将对网上预登记系统进行了全新升级,更加注重用户体验,为观众提供更加便捷、贴心的服务。新版的预登记系统在设计上简化了观众预登记注册步骤,页面效果采用了更加简洁、直观的页面设计,观众按照页面文字的指示,很轻松地就能完成登记,在功能上实现了注册、登陆、资料管理、生成预登记编号及条形码,打印条形码确认函等一体化功能。

凡从事酒类、食品、饮料、调味品、食品添加剂、食品包装、食品机械及相关配套产业研发、生产、销售、服务、教学等方面的专业人员,可登录全国糖酒会官方网站(www.qqtj.com)首页,点击首页左下方“专业观众预登记”按钮进入预登记页面,实施预登记操作。全国糖酒会官方将在确认观众的预登记信息后,将确认函发送到登记者指定的邮箱。已完成预登记的专业观众可将此确认函打印出来,带到展会现场,在会场门禁外设立的专业观众专用窗口换取专业观众证免费入场,并获取会前及会后更多的增值服务。

### 国家质检总局:

### 下月进口奶粉改印刷标签

在央视3·15晚会上,国家质量监督检验检疫总局新闻办公室主任、新闻发言人陈熙同在权威发布环节透露:近期北京出入境检验检疫局发现52312罐澳大利亚澳妙可婴幼儿配方奶粉篡改产品保质期。根据国家质检总局第133号公告:从今年4月1日起,进口婴幼儿配方奶粉的中文标签必须在入境前已直接印制在最小销售包装上,不得在境内加贴。从5月1日起,未经注册的境外生产企业的婴幼儿配方奶粉不允许进口。

据了解,此番发现的问题奶粉有两批,共52312罐,目前已发现997罐奶粉的罐底的产品保质期有明显擦拭后重新喷印的痕迹,19256罐奶粉的中文标签与罐底的产品保质期明显不符,如有的中文标签标注的保质期为2014年5月,而罐底喷印保质期为2015年10月。

据介绍,北京出入境检验检疫局已对问题奶粉予以封存,正对相关企业进行调查。质检总局已发出警示通报,要求各出入境检验检疫机构进一步加强进口奶粉等食品检验检疫把关,并将有关情况通报澳大利亚官方,要求其对此做彻底调查。

对此,有业内人士同时提醒,购买进口婴幼儿奶粉时,要留心查看奶粉罐上加贴的中文标签是否被印刷标签代替,标签上是否标注有食品名称、配料表、净含量、生产日期和保质期、原产国或地区、代理商名称和联系方式及食用方法、贮藏方法表等内容。

### 卫计委副主任:

### 中国正开展

### 食品安全国家标准整合

2014年3月17日至21日,第46届国际食品添加剂法典委员会(CCFI)会议在香港举行。来自56个成员国和1个成员组织(欧盟)及34个国际组织的260余名代表参加了本届会议。国家卫生计生委副主任陈啸宏出席开幕式并致辞。

陈啸宏指出,中国主持CCFI会议以来,与CCFI各成员国坦诚合作,认真负责推动各项工作。CCFI成员国和观察员人数平稳上升,先后完成了食品工业用加工助剂和香料的使用等法典标准,审议通过了大量食品添加剂标准,国际食品添加剂通用法典标准取得显著进展,对维护消费者健康发挥了积极作用。他介绍,2013年中国完成了近5000个食品标准的清理,目前正在抓紧开展食品安全国家标准整合工作,到2015年底基本形成中国食品安全标准体系。他表示,“中国作为世界第一啤酒消费大国对于大鳄们无疑是巨大的诱惑。”

本次会议精神重点研究食品添加剂法典通用标准(GSFA)、食品添加剂编码系统(INS)、联合国粮农组织/世界卫生组织食品添加剂联合专家委员会(JECFA)优先评估的食品添加剂名单、食品添加剂质量规格标准等相关内容。(综合)