

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4月11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

新希望战略:从生产商向服务商转型



新希望集团旗下的食品板块正在积极地“触网”、开店,他们希望通过延伸产业链来减少产品到达消费者的层级,从而获取更多的利润,所有的“动作”均指向了一个目标——布局终端,从生产商向服务商转型。然而,对新希望并非核心竞争力的食品板块而言,战略方向没错,但路却还很长。

公司定位重组

新希望集团旗下的新希望六和食品控股有限公司正一步步地从“幕后”走向“台前”。

3月25日,新希望食品与四川壹玖玖玖酒类供应链管理股份有限公司正式成为战略合作伙伴。通过此次合作,新希望食品旗下适合佐酒的肉制品将通过1919酒类直供的线上平台和线下连锁店实现销售和配送。

这意味着,1919酒类直供除了卖酒也开始销售佐酒的肉食品。而新希望集团,又完成了一次在食品板块的布局。”一知情人士对记者说,这是陈春花进入新希望集团后,随之而来的“变革”。

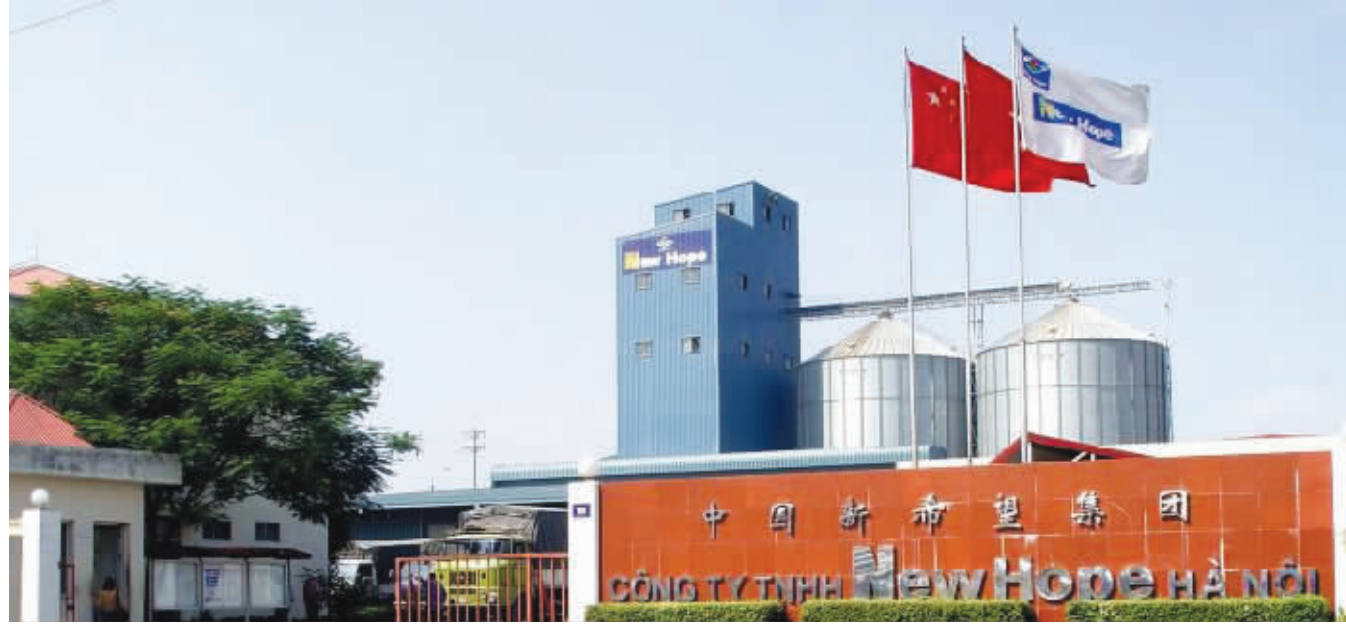
在他看来,有关新希望食品板块的“变化”,至少开始于2013年,并率先从组织结构开始。调整后的组织结构更像是“郡县制”,每一个事业板块都由总部直接管控,而事业部的负责人可以直接被称为“总裁”——拥有更大的权力。

“变化”落到实处,便是新希望六和食品控股有限公司的成立。“它实际上是一次重组。”上述知情人士说。

这个成立于2014年年初的新公司,是“对原‘美好’体系、‘千喜鹤’体系以及新希望牦牛产业等进行资源整合的基础上成立的。新公司将对新希望肉食品产业链的效应和优化起到积极的推动作用”。新希望食品总裁周再勇对记者说,新公司计划在全国范围内新建至少10个食品加工基地,产品目标直指终端消费体验,并走精品化路线。

“美好”体系,是指成都希望食品有限公司。这家于1993年成立的公司主要生产和销售美好牌系列高、低温肉制品和各类精加工肉制品。据该公司官方网站显示,“美好”食品在全国拥有30.2%的市场销售份额和25%的市场综合占有率,在西南地区拥有50%的市场综合占有率。

成立于2002年7月的北京千喜鹤食品有限公司,是集生猪养殖、屠宰、冷鲜猪肉、冻品及副产品生产加工、物流配送、仓储及销售等为一体的现代化大型食品企业。据



媒体报道,从2006年—2009年,新希望集团先后经过出资、增资、再增资,最终持有该公司97%的股权。

“新希望食品是在打造世界级农牧企业的愿景下,为打通整个新希望肉食产业链,形成产业链合力。”至于差别,周再勇表示,新希望六和食品控股有限公司是新希望六和股份有限公司的下属一级事业部,新希望六和股份有限公司还包括饲料、养殖等产业板块。

但在前述知情人士看来,新公司的意义在于更好地“管理”。“就新希望食品而言,‘千喜鹤’是新希望集团收购的,而‘美好’食品本身就是新希望集团的,虽然这两家公司同样都在做肉食类产品加工,但却一南一北,大有‘诸侯割据’的意思,新公司将这样的格局打破后,进行了重新整合,使之成了一个整体。”他说。

加速布局终端

进入2014年,新希望食品对终端的“布局”进入了“加速度”。

3月29日,新希望食品的第二家“美好石门一味”熟食连锁店,在石家庄开门营业。其第一家店落户石家庄也才20天,与此同时,新希望食品对外披露,五年内,要在华北、东北区域开设熟食专卖店一千家,号称“千店工程”。

对其较快的开店速度,周再勇表示,“我们内部已经做好了前期的一系列准备,未来新店的开业速度将像细胞繁殖一样,越来越快”。但对2014年的开店目标,他却拒绝透露。

不仅如此,据周再勇介绍,新希望食品还将盘活更多的零售终端——此前新希望集团已经联合日本三井在北京、上海开了十几家“滋生活”商场;联合“农产品”集团在深圳400多亩地上建立了“中央厨房”及拥有900多台流动售卖车,创新了中国食品供应链模式,这一模式正在向更多的城市推广。所有的“动作”均指向了一个目标——布局终端。

“究其原因,无非为了利润。”前述知情人士表示,新希望集团的肉制品最终会流向消费者的餐桌,但新希望食品的产业链是饲料—畜禽养殖—屠宰—肉制品加工。其肉制品早先是通过大型餐饮企业变成熟食或是通过大型超市以原材料的方式呈现在消费者面前。对新希望食品而言,既没有很好的品牌效应也没有足够大的利润空间。

周再勇并不否认新希望食品想通过延伸产业链来提高产品附加值。他说,从生产商向服务商转型,是新希望集团董事长刘永好的既定战略。

而眼下的新希望六和股份有限公司确实面临着风险。其2013半年度报告披露,2013年上半年,国内H7N9流感疫情爆发,使得国内鸡、鸭肉的终端消费受到较大影响,公司的屠宰及肉制品加工业务亦出现一定亏损;2013年的地震等地质灾害再次使公司的经营及资产受到影响,饲料业务亦出现了一定程度的下降。“公司虽然具备较强的抗风险能力,但在行业周期跌入低谷和疫情等突发事件的多重影响下,公司仍然面临较大挑战。”

数据显示,2013年上半年,新希望六和股份有限公司实现营业收入309.1亿元,比上年同期下降13.82%;饲料和屠宰及肉制品是新希望的主营业务,2013年上半年财报显示,上述两项占其主营业务收入比例分别为68.2%、30.72%。

这一数据,与国内肉类食品巨头双汇相比,还存在一定的差距。该公司2013年年报显示,其肉制品行业收入已达252亿元。

“实际上,掌控终端对新希望集团而言,也是不得不为之。”杰信咨询首席专家翁向东对记者表示。

翁向东认为,新希望六和股份有限公司的核心竞争力在饲料和屠宰方面。在产业链的上游,做得也已经比较大了,但如果要让企业实现高速增长,就必须在产业链下游的肉食品加工方面有所突破,必须找到新的增长点。“而这一点,新希望集团也早就认识到了,只是在实际行动上慢了。”

“其在产业链上游较好的表现,也说明新希望集团在其终端产品的营销能力上表现一般。当然,先把核心产品做好再做其他的也无可厚非,总之,各方面条件所限,新希望食品必须在这个时间节点发力。”翁向东说。

面临电商挑战

不论是线下还是线上,新希望食品在终端快速布局的同时,也将面临诸多挑战。

“随着电商的迅速发展,包括生鲜肉在内的生鲜食品通过互联网销售已经成为趋势,目前顺丰优选、本来生活网等已经有所发展,阿里巴巴正在积极布局。后续随着更多电商的参与及冷链物流的完善,市场空间将会不断扩大。但此种合作模式相比线下在食品品质方面有更多挑战,同时也面临着多数消费者依旧线下购买肉制品的问题。”中投顾问零售行业研究员杜岩宏表示。

周再勇却显得信心满满。他说,与1919酒类直供的合作,公司内部对生产、销售、物流等各个体系都做了综合评估,相信通过未来一段时间的磨合,双方的合作会越来越。另外,公司与京东商城的合作也即将敲

定。

事实上,新希望食品的每一次布局,不论线上线下,均有合作伙伴。

“美好石门一味”除了新希望食品在河北省的肉食加工厂之外,其合作伙伴是“石门一味”——石家庄较具影响力的熟食品牌。在周再勇看来,这样的组合可以实现中央厨房标准生产、集中配送、一站式体验服务,可确保产品品质、口味始终如一。

“从目前来看,新希望食品所找的合作伙伴均能弥补自己的短板,善于合作也是一个好企业的标准之一。做深加工肉类产品品牌并不是它的强项,但通过借助合作伙伴的品牌和渠道将有利于降低其风险。”翁向东表示,当然,这建立在二者必须做好利益分配、合同条款设计等“顶层设计”的基础上,也只有这样才不会因合作不愉快而引发矛盾。

杜岩宏并不否认熟食店的优势以及可复制性。他同时认为,专卖店连锁需要企业付出较多资金成本,若市场反应一般,企业损失较重。发展初期,企业应该以市场反应来决定开店速度。

战略是对的,但坚持不够。翁向东认为,这不仅是新希望食品也是新希望集团要面临的挑战。欲做大一个品牌、一个板块,前期一定会有很多投入,但新希望集团是一家非常注重“成本控制”的公司,最怕的是因为缺乏坚持而导致的战略失败。

“另外,新希望食品缺少全国品牌。”翁向东说,不论是“美好”还是“千喜鹤”,其品牌的“地域性”都很强,在公司发展初期,地域性品牌有情感优势和传统价值,但如果要做做强做大食品板块,就需要建立全国的肉食品品牌或者让区域品牌走向全国化。

“突围”,这是眼下新希望食品乃至整个新希望集团克服困难和迎接风险的态度。据周再勇介绍,新希望集团董事长刘永好在2013年年末的总经理大会上指出,新希望必须“突围”,而大胆突围的基本保障则是我们的人才及风险管理。刘永好指出,要打破原有格局和体系,挑战经验和习惯,事业型经理人要去做变革的发动机,从内心和行动上去拥护和支持变革。

“从2005年开始,刘永好董事长就提出了新希望全产业链的思路。在他看来这个全产业链实际上也是中国整个农牧行业面临的问题——市场波动巨大、食品安全问题频出等问题仍然突出,要解决这些问题需要从源头抓起,解决从种植养殖到餐桌等多个环节的建设,而农牧产业全产业链有其特殊性,最重要的就是要解决好最后一公里的问题。”周再勇说。

(钟研)

京食药监局发信息

怪味胡豆有哈喇味被下架

北京市食品药品监督管理局近日发布食品安全信息,回龙观华联销售的一款怪味胡豆因为有哈喇味而被下架。

这款商品是重庆欣泰发食品有限公司生产的“怪怪”牌重庆怪味胡豆,不合格项目是酸价,标准值为3mg/g,实测值达到10mg/g。酸价一般作为衡量油脂酸败程度的指标,酸价超标的食品,就会出现平时常说的“哈喇”味。此次共有四种食品全市下架,昌平新世纪商城销售的“雅利来”牌青豆王也检出了酸价超标问题。

北京市食品药品监督管理局提醒消费者,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。

中国农垦打造国际大粮商

中国农业部农垦局9日表示,中国农垦要加快实施联合联盟联营战略,启动国际大粮商培育计划,在保障国家粮食安全和农产品质量安全中发挥更重要的作用。

9日在北京召开的全国农垦工作会议上,中国农业部农垦局局长王守聪表示,中国农业与世界农业联系日益紧密是大势所趋,农垦打造国际大粮商,必须适应经济全球化新形势,探索扩大农业对外开放的新模式。

随着中国农业“走出去”,截至2013年底,中国农垦在42个国家设立了113个境外企业和发展项目,种植面积约400万亩,当年生产粮食20亿斤。当年新增境外投资150亿元人民币,实现产值194亿元。

王守聪表示,要加大“走出垦区”的力度,争取经过5年,使“走出垦区”的土地面积达到1亿亩,再造一个新农垦。围绕中国农业的发展需求,科学分析中国主要农产品供求格局,稳步实施“走出去”战略,明确“走出去”的目标区域、产业重点、经营模式和运作机制。

中国农业部党组成员杨绍军在会议上表示,作为中国农业的“国家队”,农垦要在新时期明确战略定位,在保障国家粮食和重要农产品安全上发挥关键作用。在国家实施新型粮食安全战略的大背景下,建设国家大粮商、大粮商,是增强国家粮食生产和掌控能力的重要举措。

他表示,中国农业产业化程度低,缺少具有核心竞争力的国际农业企业集团。农垦拥有大基地、大产业和大企业的优势,具备完整的现代农业产业企业,下一步要力争培育3-5个农垦跨国农业企业集团和世界500强企业,成为争取国际农业话语权的战略支点。

目前,农垦耕地面积约占中国的4.5%,2013年生产粮食688亿斤,占中国粮食总产量的近5.7%,拥有国有农场1785个,国有及国有控股企业3200多家,除土地等资源性资产外,国有资产约9000亿元。

麦当劳全线撤离克里米亚

美国麦当劳公司4日宣布,将关闭在克里米亚地区首府辛菲罗波尔、塞瓦斯托波尔和雅尔塔的全部3家快餐店。

麦当劳公司一份声明中说,关闭在克里米亚的餐厅完全出于商业考虑,“与政治没有丝毫关系”。

“与许多其他跨国企业一样,麦当劳正评估正在发展的克里米亚局势可能带来的潜在商业和监管影响,”麦当劳公司说,“由于必要的金融和银行服务中断,我们没有其他选择,只能关闭我们在克里米亚的3家餐厅。”

麦当劳公司还说:“我们希望尽快重新打开我们的餐厅,迎回我们忠实的顾客”。

但是,路透社认为,麦当劳公司表示将帮助安置克里米亚餐厅的员工到乌克兰的麦当劳餐厅工作,表明这家企业并不预期在短期内重新开业。

路透社评述,虽然麦当劳公司强调关闭在克里米亚的餐厅无关政治,但可以被视作俄罗斯与西方关系处于冷战以来最低潮的一个标志。

俄国家杜马副主席、执政党统一俄罗斯党副主席谢尔盖·热列兹尼亚克说,政府无意关闭麦当劳餐厅。俄塔社援引国家杜马经济事务委员会负责人伊戈尔·鲁登斯基的话说,关闭麦当劳餐厅毫无道理,不会带来任何好处。

麦当劳公司是首家进入俄罗斯的国际快餐连锁企业,现阶段在全俄运营超过400家麦当劳餐厅。根据麦当劳公司2013年年报,俄罗斯是麦当劳在美国和加拿大以外七大市场之一。

芝加哥农产品期价8日全线上涨

美国农业部定于9日发布4月份农作物供应和需求报告。由于市场预期报告利好,芝加哥主要农产品期价8日全线上涨。当天,芝加哥期货交易所(CBOT)玉米市场交投最活跃的5月合约收于每蒲式耳5.07美元,比前一交易日上涨7.75美分,涨幅为1.55%。小麦5月合约收于每蒲式耳6.81美元,比前一交易日上涨4.75美分,涨幅为0.7%。大豆5月合约收于每蒲式耳14.825美元,比前一交易日上涨18.25美分,涨幅为1.25%。

由于出口需求强劲,市场预期美国农业部的月度报告将下调2013年至2014年度美国玉米和大豆库存。交易商预计,美国农业部将把2013年至2014年度美国玉米出口上调0.5亿至1亿蒲式耳,将大豆出口上调2500万至4000万蒲式耳。出口需求增长必然导致玉米和大豆库存下降。(综合)

新闻调查

农夫山泉瓶内螺栓疑人为放置 现场发现相似螺栓

近日有陕西媒体报道称,农夫山泉瓶内现金属螺栓,引发广泛关注。记者前往事发地西安交通大学对事情进行调查了解。

当事人:希望能查明原因

陈老师是西安交通大学宣传部的工作人员,3月31日,陈老师布置学校会议会场时,从学校会务服务中心领了几箱农夫山泉饮用水。开会结束后,有人递给他两瓶农夫山泉,内含螺栓。于是他就拨通了农夫山泉800的客服电话,他的同事还通报了媒体。

陈老师表示:“瓶盖有没有被开启过当时还真没仔细检查,希望农夫山泉和相关管理部门的调查可以给消费者一个合理的解释。”

记者走访了发事的西安交大逸夫科学馆国际会议中心207室,发现教室窗台上散

高度相似。记者还发现,该会议室的数张桌椅存在不同程度的螺栓遗失现象。警方亦对现场和散落的螺栓进行取证。

农夫山泉:瓶子已经开封,不用该型号螺栓

据农夫山泉眉县工厂的厂长潘孝炳介绍:“当时我们接到举报电话,看到那瓶问题是开封过的。我们的盖子设置了专门的防盗识别功能,打开以后就不能复原,所以判定瓶盖是开封过的,现在那瓶水作为一个证据在派出所存放。”另一瓶水则至今还在陈老师手中。

另据了解,农夫山泉机器都是从德国进口的不锈钢材质,设备上的是外六角螺栓,而问题水中的螺栓是内六角螺栓,内六角的

螺栓比较容易藏污纳垢,在食品生产机器上不会采用。

事件发生后,相关人员对工厂机器上的螺栓进行了检查,没有发现螺栓脱落的情况。

食品药品监督管理局:排除生产环节“灌入”螺栓可能

据眉县食品药品监督管理局稽查科科长介绍:“4月2日下午,我们接到媒体的举报电话,当天下午就前往当地的农夫山泉位于眉县的工厂,对其380毫升生产线进行一个全面的安全排查,排查发现:农夫山泉工厂的生产线运转正常,全封闭,自动化。各个环节没有安全隐患。而且我们还发现,工厂的设备是不锈钢材质,而瓶内的螺丝据初

步判断是普通的镀锌螺丝,和农夫山泉的工厂设置不符合。可以初步排除在生产环节“灌入”螺栓的可能性。”

律师:呼吁媒体在消费维权上起到好的引导作用

针对消费者应该如何采取正确的方法维护自身的权益,记者采访了天册律师事务所律师叶志坚,叶律师给出了自己的看法:“消费者发现产品质量缺陷现象时,第一时间向产品销售或制造者投诉时正当而合理的。相对消费者而言,媒体应当具有更专业、科学和理性的能力。媒体应该在引导消费者维权投诉方面起到更好的引导作用。急着爆料,用耸动的标题吸引眼球,很可能会造成冤案,伤害无辜企业。”(华仁)