

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 18 日 星期五 主编: 李国政 责编: 杜高孝 版式: 吉学莉

企业家日报

ENTREPRENEURS DAILY

9

魏立华:“中国的奶粉太贵了,消费者太冤了”

1 到 3 段奶粉统一 130 元

上周末,君乐宝宣布,其奶粉产品正式上市销售。值得注意的是,作为我国酸奶巨头,君乐宝是去年年底我国堪称史上最严的《婴幼儿配方乳粉生产许可审查细则》实施后,首批获得乳粉生产许可证的唯一新晋品牌。

君乐宝奶粉很快就正式亮相,并宣告其价格为 130 元。据了解,这一价格已达到行业同类产品最低线。目前无论是国产还是进口品牌,无论奶源是进口还是国产,一罐 900 克包装袋婴幼儿奶粉价格几乎都在 200 元以上,最高的可达将近 500 元。

“事实上,在国际市场上,一罐品牌奶粉的平均价格也就在人民币 125 元左右。我们看到一些在国内二三百元一罐的,在国外也就 100 多元”,君乐宝奶粉事业部总经理刘森森当天公开表示,“国内奶粉价格高出国外 1 至 4 倍,其中肯定存在泡沫。每月 500 来元的奶粉开支是一个国际基准线。在我们看来,奶粉价格过高已成为行业规则,而我们要打破规则。”

“我国奶粉价格过高是因为要经过层层经销商最终到达消费者手里,各个环节都要赚一笔,另外还有促销员的费用提成,进店费等”,刘森森表示,君乐宝要改变行业的价格态势,只能从渠道改革上找到突破口,最终决定奶粉销售全部采用“网络直销销售,电话直销销售”,省去各销售环节的费用和利润,厂家免费直供送到家。

另据了解,君乐宝婴幼儿配方奶粉从 1 段到 3 段都是统一定价,这也打破了各品牌奶粉 1 段到 3 段价格从高而低的行业规则。

行业各品牌均不愿正面回应

记者日前在家乐福、沃尔玛以及乐友、红孩子等渠道发现,以 900 克包装为例,各种中外品牌婴幼儿奶粉价格几乎都是 200 元以上,偶尔有某一款产品 3 阶段的为 140 多元。

对于君乐宝打出的低价,并指出行业价



图:君乐宝奶粉事业部总经理刘森森(右二)与媒体交流

国外一罐优质奶粉售价 100 多元,国内一罐奶粉随随便便能卖到三四百元,这种行业潜规则将被颠覆。4 月 12 日,我国酸奶巨头君乐宝宣布,其正式进军婴幼儿配方奶粉市场,价格每桶仅为 130 元(900g 装)。这一价格创下我国婴幼儿奶粉市场的最低纪录。君乐宝总裁魏立华直言,“中国的奶粉太贵了,消费者太冤了。”

格泡沫等问题,无论是洋品牌还是国产品牌大多不愿意正面回应。

多美滋表示“不便评论”。飞鹤有关负责人表示,中国国产乳业正处在高速发展期,

需要高品质的乳粉厂商。“我们对君乐宝婴幼儿奶粉接下来的表现也拭目以待。”

协会称将促价格理性回归

“在全球的婴幼儿奶粉市场中,我国的售价为全球最贵”,对于中国婴幼儿奶粉价格畸高现象一直不满的知名乳业专家王丁棉表示,全球平均售价大致在 120 元人民币/900 克一罐,我国则为 220 元/罐。

“据我了解,君乐宝 130 元的奶粉产品,在同质产品中也是价格最低的”,中国乳制品工业协会名誉理事长宋昆冈接受记者采访时直接表示,这一价格将对全行业产生巨大的震动,因为它将促进奶粉价格回归理性,但是这也有可能会引起其他一些企业的不满。

“不过我们行业协会支持这种理性回归”,宋昆冈表示,乳制品是大众消费品,这种商品的特性应该是薄利多销,价格便宜,让消费者买得起。

追问 卖 130 元比酸奶更赚钱?

问:130 元的奶粉,产品奶源能够得到保证吗?

刘森森:君乐宝奶粉的原奶目前全部来自我们与新西兰恒天然合作的唐山牧场,原奶全部由自建自控的大型优质牧场定点特供,从进入工厂开始,须经过 50 多道检验才能进入生产车间。

问:市场上奶粉价格动辄三四百,而企业还一直称成本压力要涨价,君乐宝奶粉卖 130 元还有利润吗?

魏立华:目前中国市场奶粉卖到两三百是不是暴利我不清楚,但我知道君乐宝奶粉即便卖 130 元,奶粉的利润也是比酸奶“好很多”。

我前不久刚刚从法国回来,在当地超市也拍了些照片,当地最好的婴幼儿奶粉 900 克装价格也就在十三四欧元左右(折合人民币约 120 元左右),中国的奶粉太贵了,消费者太冤了。

问:君乐宝其实跟三鹿还有千丝万缕关系,做奶粉能否取得消费者的信任?

刘森森:君乐宝成立已有 19 年,一直专注于乳制品加工与生产,从未出现重大安全事故。三鹿的确曾经是君乐宝的股东,但君乐宝一直是作为独立法人自主经营运作,2008 年三聚氰胺事件中君乐宝并未出现质量问题。随后三鹿破产我们进行了股权回购,完成企业重组。

在同一个城市,我们目睹了一个乳业巨头的倒下,没有一家企业比我们更懂得奶粉安全的重要性。也有人提醒我们,不做奶粉你们的日子也很好过,何必呢?我们只求“但行好事,莫问前程”,因此刚开始进入奶粉业销量不是追求的第一位。

问:君乐宝由蒙牛控股 51%,这是否与蒙牛旗下的雅士利等奶粉也是互相竞争?

魏立华:我们主要是走网络、电话直销销售,跟谁竞争,目前还谈不上。蒙牛是君乐宝的最大股东,有利于加快实现君乐宝由区域强势品牌向全国品牌迈进。作为独立法人,君乐宝乳业在生产、研发、经营、销售等领域拥有完全的自主权;市场竞争中,君乐宝婴幼儿配方奶粉是与蒙牛完全平等的独立的品牌。(胡笑红)

未经我农业部批准的 美转基因玉米 中国拒收

美国国家谷物及饲料协会近日发布报告称,自去年 11 月以来,中国政府总共拒收近 145 万吨美国玉米。被拒收的玉米因难以出售或需要降价销往别处,已使相关粮食企业损失 4.27 亿美元。

而此前国家质检总局公布的数据显示,截至 2014 年 2 月 24 日,全国出入境检验检疫机构共检出含有未经我国农业部安全批准的 MIR162 转基因成分的进口美国玉米 88.7 万吨,并已全部依法作退运处理。

玉米加工商阿彻丹尼尔斯米德兰公司(ADM)2 月公布财报显示,2013 年第四季净利润年减 27%至 3.74 亿美元,其中农业服务部门受到玉米销售迟缓以及国际市场面临挑战的影响,仅实现盈利 4600 万美元,较上年同期的 2.71 亿美元骤降 83%。美国嘉吉公司此前发布的财报也显示,截至 2 月 28 日财季,公司实现营收 320 亿美元,与上年同期基本持平;净盈利从上年同期的 4.45 亿美元降至 3.19 亿美元。嘉吉方面表示,美国出口中国玉米被拒是盈利下降 28.3%的主要原因。

近年来,随着中国对进口玉米的需求逐渐增大,已经成为全球最重要的玉米进口国之一。据农业部网站数据,2013 年中国进口玉米 326.6 万吨,远高于 2008 年的 4.9 万吨。

卓创资讯农业分析师刘栋告诉记者,中国的玉米进口主要来自美国,尽管随着中国放开对老挝、阿根廷、巴西等国家的进口,但根据其数据监测,2012 年中国进口的玉米中约 98%来自美国,去年占比也高达约 91%。

据美国农业部年初发布的报告,2013/2014 年度全球玉米产量为 9.666 亿

吨,较上年度增加 1.037 亿吨,增幅约 12%。全球玉米丰产导致国际市场玉米价格的持续下跌,截至 2013 年最后一个交易日,美国芝加哥期货交易所(CBOT)的玉米期货价格为每蒲式耳 4.22 美分,全年跌幅达 39.6%。而国内玉米价格由于受到收储政策支撑价格回落有限,使得进口玉米享有巨大的价格优势。

中华粮网信息部副部长郭清保告诉记者:“进口玉米南方港口平均到港价约 2080 元/吨,而国产玉米价格约为 2300~2400 元/吨,国内外玉米市场有 200~300 元/吨的利润空间。”

尽管进口玉米价格低廉,但依然难抵国内市场需求的疲软。刘栋告诉记者,我国的玉米消费主要用于饲料企业以及玉米深加工企业。从去年起受到终端市场需求低迷影响,对玉米的饲料消费和玉米酒精、淀粉等加工产品的消费均出现减弱,国内玉米市场基本处于供需平衡状态,国产玉米供应压力较小,对于进口玉米需求有限也并不迫切。

农业部 2003 年颁布的《农业转基因生物进口安全管理办法》规定,新申请进口转基因农作物,农业部应当自收到申请人申请之日起 270 日内做批准或者不批准的决定。这表明,即使对含有未批准转基因成分的玉米品种提出申请,其漫长的批准流程也会在一段时间内对美国进口玉米市场造成限制。

美国农业部上周四公布的玉米出口销售报告显示,截至 4 月 3 日当周,美国 2013/2014 年度玉米出口净销售 658700 吨,较之前一周减少 31%,较四周均值减少 30%。其中向中国出口减少 58000 吨。

(韩璐)



●茅台葡萄公司钟怀利董事长(右一)、茅台葡萄酒公司总经理陈支勇(左一)视察茅台葡萄酒国内在建庄园和葡萄种植基地工作。

钟怀利董事长视察 茅台葡萄酒国内在建庄园 和葡萄种植基地工作

本报讯(记者 樊瑛)2014 年 4 月 12 日,贵州茅台集团总经理助理、茅台葡萄酒公司董事长、茅台法国海玛酒庄董事长钟怀利,茅台葡萄酒公司党支部书记、总经理陈支勇携公司高层领导到茅台葡萄酒种植基地视察土壤改良工作,并前往茅台葡萄酒国内在建庄园项目进行工作指导,随后前往葡萄种植基地对土壤改良工作进行视察。

当日下午,钟怀利董事长前往茅台葡萄酒酒庄葡萄种植基地土壤改良项目的施工情况。董事长钟怀利向庄园项目负责人详细询问了施工进展情况及施工工艺。他指出,土壤改良可以把不同土层进行融合,这样有利于土壤中水分的渗透和疏通,从而为葡萄生长提供更加肥沃的养料和营养物质。另外,相关部门一定要时时监控施工进度,土壤施工改良必须严格按照施工标准进行。

随后,钟怀利董事长前往茅台葡萄酒国内在建庄园项目施工现场指导工作。目前庄园项目一标段厂房已经在进行后期装修施工阶段,钟怀利董事长进入内部装修现场与施工方详细沟通了施工装修进度情况,他仔细查看了正在铺装的外墙大理石墙面,他说,茅台葡萄酒要建的是国内一流的精品庄

园,这就要求施工方在施工时不但注重施工进度,更要保证施工质量,这样才能把茅台葡萄酒酒庄的魅力全面、持久的呈现出来。

看完完庄园施工现场后,钟怀利董事长前往茅台葡萄酒葡萄种植基地,沿途的葡萄架一眼望不到边,让人联想到葡萄丰收时的景象。钟怀利董事长仔细查看了当地一片二十年树龄的老葡萄苗,并向当地农民详细了解了葡萄树的生长情况。他说,葡萄酒酿造讲究“七分原料,三分工艺”,这些优质的老葡萄苗对于我们葡萄酒人来说都是宝贝,他要求公司生产的相关部门一定要好好管理好这些葡萄苗,质量管理部门必须每周每月前往葡萄种植基地对葡萄生长情况进行了解和记录,务必把茅台葡萄酒葡萄示范性基地的工作做好。这样才能确保为茅台葡萄酒的酿造提供优质的原料。

最后,钟怀利董事长带领全体人员到附近的柳河山庄进行考察学习。考察后,钟怀利董事长指示,我们要学习对方优秀的创意和思路,茅台葡萄酒应该筹划自己的观光旅游项目,充分利用庄园附近的大片优质土地和其优美的山水风光优势,详细规划观光旅游景区路线图和观光园内的体验式项目,打造一站式的葡萄酒观光旅游项目。



国家食药监总局:

食品标签标识专项检查启动

国家食品药品监管总局发出《关于开展专项监督检查规范食品标签标识的通知》,部署各地开展食品标签标识专项监督检查工作。该检查针对当前食品和食品添加剂标签标识管理中存在的不真实、不规范等问题和违法违规行为展开。

《通知》指出,此次专项监督检查的重点为婴幼儿配方乳粉、婴幼儿辅助食品、乳制品、酒类产品、肉制品、粮食加工品和食用植物油等食品。

《通知》强调,广大食品生产经营企业须结合产品实际,建立完善标签标识管理制度。严格按照食品安全法律法规、标准规范等具体要求,主动开展自查自纠,保证食品标签标识内容真实、规范,易于消费者辨识和识读,不得违法违规标注。

卫计委:不得以食安专家身份从事商业活动

国家卫生计生委近日公布《食品安全相关行政许可评审专家管理办法》,规定相关人员不得以国家卫生计生委评审专家名义从事商业活动,或对外发表有关评估言论。

办法明确,食品安全专家库实施动态管理,专家聘期 5 年,名单向社会公开。办法规定,如遇到专家所在单位参与申报产品研制,或专家担任申报企业技术顾问等专家与申报产品存在利益关系的情况,评审专家应当主动向评审机构申请回避。如专家违反此办法有关规定,由评审机构报国家卫生计生委核准后,解聘其专家资格,并通报专家所在单位。专家还应承担由此引起的其他法律后果。

国际乳品价格第五次下跌

据新西兰乳品网消息:国际牛奶价格在恒天然每两周一次的乳品拍卖会上第五次下跌。

恒天然全球乳品交易指数下跌了 5.2 个百分点,乳品的平均出售价为 4.047 美元一吨。

在一夜之间,所售出的牛奶就几乎从之前所卖出的 4 万吨降到了 3.6549 万吨。浓缩乳蛋白的价格下跌了 7 个百分点,全脂奶粉的价格下跌了将近 1.6 个百分点,黄油的价格下跌了 4.9 个百分点,酶凝酪蛋白下跌了 4.3 个百分点,黄油奶粉价格下跌了 8.6 个百分点。

食药监总局:违法广告特别是网络售假问题比较突出

国家食品药品监督管理总局稽查局局长毛振宾表示,违法广告特别是在网络售假比较突出,都是未经过食品药品监管部门审查批准,或者篡改批准内容,擅自发布的一些违法广告。

有记者问:刚才说到违法广告和网络售假问题非常难治理,下一步针对这个问题采取什么措施?

毛振宾说,确实违法广告特别是在网络售假比较突出,都是未经过食品药品监管部门审查批准,或者篡改批准内容,擅自发布的一些违法广告。从总局成立一开始,我们就高度重视违法广告的治理工作,去年我们和八个部委联合开展整治医疗虚假违法广告专项行动。去年一年向工商部门移送查处的,仅仅医疗器械的广告就 7 亿亿条次,整体包括药品、保健食品,违法广告达到 120 万余条次。

毛振宾表示,应该说,通过去年一段时间的集中整治,虚假广告得到了一定的遏制,但现在反弹现象还比较突出,特别是利用互联网来发布虚假信息制假售假,这又成为违法犯罪的一个新特征。我们近期侦破的大部分案件,或者说发布虚假违法广告的也都主要在网上进行网络销售。

毛振宾指出,网络,一方面方便了购物,但是也确实为犯罪分子提供了便利。下一步针对这些情况,我们和工商部门,还有网络监管部门近期也在开展互联网的专项违法广告的治理。

一是从源头上把住广告审查的关口。过去我们审查复审的比例是 15%,今年要提到 20%。企业是第一责任人,要强化企业的自律责任意识,来惩戒一批严重违法广告品种和企业。还要跟踪企业的自查自纠,因为发布广告大部分的源头都在企业自身销售产品利益出发,所以我们要从中查处整改不到位的企业,加强对违法广告的监测。到食品药品监管部门将采取撤销或者收回广告批准文号,公告曝光、暂停销售、纳入黑名单这样一些严厉的措施,来对发布严重违法广告的企业重点整治。

二是加强联合整治,毕竟广告的主管部门是工商行政管理总局,我们现在和工商部门也密切合作,去年就开始建立一个联合高检、联合公告曝光、联合处罚、联合督察、联合新闻发布等措施来加大整治力度,加大对违法网站的曝光力度。

三是加大宣传力度,引导公众从合法的渠道购买产品,特别是利用政府网站、官方微博、公众媒体加强正面的宣传,引导公众尽量选择到实体经营企业或正规的医疗机构购买和使用医疗器械。确实有网上采购需求时,一定选择从合法的互联网药品交易及交易服务网站获得医疗器械产品,来提高自我保护意识。同时,我们也鼓励公众积极向食品药品监管部门来投诉举报违法违规的网站,如果证明产品违法,网站是违法的网站,我们也会及时提醒工信部门查处,来关闭虚假的网站。(综合)