

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 成都蜀之源酒业公司

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

2014年6月13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

雀巢败走茶饮料市场 康师傅统一占七成

近日,雀巢被曝在中国区的即饮茶产品业务全面停止。记者就此联系雀巢相关负责人,该人士对此未予置评,但透露,雀巢与可口可乐合资的即饮茶合资公司——全球饮料伙伴公司(BPW)定焦在欧洲和加拿大地理范围。这一回答显然意味深长。

事实上,在国内,茶饮市场一直被本土品牌所占据,即便外资巨头想要瓜分也面临困境,这背后一方面是对本土市场的不熟悉,二来是本土饮料巨头康师傅和统一已经完成布局,要逆袭并非易事。

2001年,由于看中中国茶饮料市场的前景,雀巢与可口可乐各出资50%成立即饮茶合资公司BPW。同年,中国茶饮料市场进入快速发展期。行业数据显示,2000年,中国瓶装饮料产量达554万吨,居第一位;碳酸饮料达420万吨,居第二位;茶饮料185万吨,居第三位。但是,茶饮料是所有饮料类别中增长最快的。

两大巨头合作后,先后推出“茶研工坊”、“健康工坊”、“原叶”等共7个不同的茶饮料品牌,但都因为各种原因未能成为市场

主流,对于两大食品界巨头而言,这样的结果等于失败。

博益咨询总经理高剑锋向记者表示,外资巨头在进入中国包括茶饮料在内的饮料市场中,往往遇到水土不服的问题,首先,在营销网络、渠道上渗透不足。对于中国饮料市场而言,最大的市场恰恰是二三线市场,外资巨头在一线市场具有较强的影响力,但是在广大的二三线甚至更低线的城市渠道布局上优势并不明显,甚至有些区域弱于本土品牌。

其次,对中国本土产品不熟悉。由于对中国饮食文化缺乏足够了解,一些中国本土特色比较明显的产品往往都是由中国本土企业推出的,诸如冰糖雪梨茶、凉茶等,外资品牌几乎很难推出如此本土化的产品,因此他们在进入中国相关品类市场的时候,往往将西方时尚元素植入进去,走时尚路线,由于缺乏特色,又会面临第三个问题,就是本土品牌的冲击。由于本土品牌占有先机,外资品牌再进入往往陷入同质化竞争困境,加上在渠道拓展、对本土市场的了解度不足,

以及相关市场经过一段时间高速发展后发展放缓,最终往往以失败告终。

中投顾问食品行业研究员梁铭宣也向记者指出,缺乏市场先机是雀巢和可口可乐失败的主要原因。理论上讲,雀巢和可口可乐作为两大饮料巨头,其在资金实力、渠道以及产品营销方面都处于强势,那么开发新品的成功性会比较大。但是需要格外注意的是新品进入市场的时机。众所周知,茶饮料行业是由康师傅和统一开创并推动发展的,雀巢推出产品之时康师傅和统一已经占据市场先机,拥有忠实的消费基础,并且两者的实力也并不弱。所以雀巢和可口可乐历经努力也难以成功。

事实上,康师傅、统一两家长期占据着茶饮料市场的半壁江山。根据尼尔森数据,2013年,康师傅在茶饮料市场的占有率为44.1%,统一市场占有率为24.6%。两家加起来的市场占有率为68.7%,接近七成。

高剑锋指出,事实上,茶饮料市场发展到今天竞争已经非常激烈,利润非常低,外资品牌进入中国市场晚,由于缺乏先机以及

没有足够的规模效应,在茶饮料成本控制上不及一些本土企业诸如康师傅、统一,这也加速了外资品牌撤出中国茶饮料市场。

由于目前茶饮料市场竞争激烈,新品品牌很难有生存空间,但并不代表没有机会。梁铭宣指出,茶饮料市场竞争主要集中在两方面:其一,茶饮料市场格局高度集中,康师傅、统一等占据主导优势,其他参与者的市场份额有限;其二,茶饮料经历高速发展之后出现了负增长,因为未来行业龙头间的竞争会更加激烈和针锋相对。

梁铭宣坦言,康师傅和统一两大茶饮料巨头具有的优势就是市场先机以及广泛的消费基础、持续营销和渠道实力等。娃哈哈、今麦郎等也是业内主要参与者。值得注意的是,汇源以并购三得利饮料事务的方式进军茶饮料市场。第二梯队或者新进入者虽然不具有竞争优势,但是可以根据市场需求新趋势来获取发展,如健康是饮料行业的一大趋势,业内企业可以遵循消费者需求,以无糖、低糖饮料或者是新品来推动行业继续发展。

(何天骢)

河南华英公司参加第四届中国火锅料节

本报讯(记者 李代广)5月26日—28日,由中国食品报社、《冷冻食品》杂志联合主办的第四届中国火锅料节在厦门国际会展中心举行,本届展会参展范围以火锅原料辅料、冷冻调理食品、相关设备为主,参展企业达200余家,参观人次超过5万人,是历届展会中最大的一次,展会在原有规模基础上还增加了火锅论坛,邀请火锅连锁餐饮企业大亨集聚一堂,论行业发展、谋产业规划、选市场新品。

河南华英公司受邀参加了本次展会,

并根据本届展会的特点,在展示常规速冻调理、袋装熟食的基础上,重点对鸭血产品进行了推广。展馆内散发华英鸭血产品手册,展厅里摆放上介绍华英鸭血、如何辨别真假鸭血的宣传展架,品尝台前制作了油炸鸭血、清炒鸭血、鸭血紫菜汤等各种美味菜肴,特别制作的鸭血产品堆头还进行了免费赠送。

华英公司全方位、立体式的产品展示,吸引了不少现场观众,获得了新老客户的高度认可与信赖,取得了预期的参展效果。

茅台保健酒业开展第三期普法培训



●赵富刚总经理就培训会做总结

本报讯6月6日,茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司销售公司第三期普法培训会在公司11楼会议室举行。销售公司全体员工及公司党办、总经理办相关人员参会。

会议由销售公司党支部书记、总经理赵富刚主持,特邀仁怀市止争律师事务所方存林律师做《合同法》的培训。

方律师结合我公司实际,就《合同

法》的“合同订立”、“合同效力”及“合同履行”等6个方面展开分析阐述。培训中,大家时而记录,时而面带疑惑地认真倾听,并根据平时工作中遇到的问题展开讨论。

会末,赵总要求大家必须强化法律意识。就今天的培训,根据公司合同实际提出合同签订中的不足,查漏补缺,依法签订合同。

保健酒业公司十分重视员工的普法培训工作。自5月9日起,已先后开展了《食品安全法》、《知识产权法》的培训工作。通过一系列的普法培训,增强了员工的法律意识,提升了员工依法执行各项工作的能力。

(罗江琴)



●方存林律师组织学习《合同法》

联想在农业板块投资十几亿 规模盈利需6年

2013年5月,联想控股宣布“务农”,正式进军现代农业领域,并成立佳沃集团,由联想控股高级副总裁、此前担任联想集团新兴市场总裁的陈绍鹏挂帅。

随后,联想控股在农业板块投资十几亿元。6月6日,陈绍鹏就联想控股上市以及农业板块、白酒板块的现状和挑战接受了记者的专访。

做高端产品才能生存

记者:负责佳沃集团后,你的挑战和压力主要来自哪里?

陈绍鹏:做农业之后每一年都比前一年更痛苦,痛苦主要体现在几个方面。

首先,从老板和投资者的角度来说,从来没有遇到过过一个行业的投资回报周期如此之慢,任何行业都比农业投资回报周期

要短,投资周期漫长特别考验我们的耐心。其次是农业人才缺乏和从业者的农民思维。第三是企业恶性竞争,这么大的市场,非要杀价,闹得大家都不赚钱。

记者:农业回报期长,所以该板块现在还没有盈利?农业板块目前的投入有多少,是否有投资上限?

陈绍鹏:现在还是投入期,企业从创立到盈利需要一个过程,我们到现在还没有回报,但对未来的回报还是看好的。农业板块现在投了十几个亿,农业板块作为联想控股长期战略,投资没有上限,只要符合板块定位,有合适的投资机会,我们会义无反顾去投。

记者:公司目前都只是投农业的高端产品,比如高端水果、茶等,未来也是这样吗?

陈绍鹏:中国农业的大众产品还是由农民来提供,企业化操作没有办法跟普通农民相比。企业化操作中,土地流转有成本,还要雇佣人工,要采取一系列措施保证食品安全,还有保护环境的成本,这些成本都要比农民的成本高得多。所以只有做高端的农产品,我们才能生存和发展,不然无法生存下去。

农业板块规模盈利需六年

记者:联想控股的上市进展情况如何?

陈绍鹏:联想控股正在上市的路上,目前有一个非常明确的项目组,上市推进过程也很顺利。公司原定的上市时间是2014—2016年,这个时间表没有改变。

记者:联想控股为什么要投资农业,佳沃集团也就是农业板块对于联想控股有怎

样的战略地位?

陈绍鹏:之所以要投资农业等板块,是因为联想电脑这样的高科技板块创新快,但风险也高,几年的时间一个世界巨头就可能被掀翻在地,所以联想控股会更多地投入一些跟民生和民众日常消费密切相关的领域,希望能够带来长期稳定的回报。比如农业和食品,虽然投入周期较长,回报较慢,但市场非常大,回报比较稳健。

记者:目前农业板块还没有盈利,但资本市场需要看到公司的业绩。

陈绍鹏:公司早就预见到了这个情况,所以分为一级火箭和二级火箭,一级火箭要在上市时贡献利润,而农业板块属于二级火箭,上市后会持续不断释放利润。

(李蕾)



●五粮液集团总经理刘中国



五粮液与京东战略合作电商平台

本报讯6月5日,五粮液与京东集团(JD.com)签署战略合作协议,双方达成核心战略合作伙伴关系,京东成为五粮液线上战略合作级合作电商平台。即日起,五粮液会在京东平台上独家销售五粮液1618浓香型(618ml)白酒。此番合作,旨在开拓白酒电商市场、共享行销资源,是五粮液布局电商的重要一环;同时,更是为传统酒饮行业实现战略转型,真正正正“健康触网”,起到模范带头作用。

五粮液集团总经理刘中国表示:渠道创新和发展是白酒行业永恒的话题,电商渠道对白酒行业的作用力还没有彻底释放,双方作为各自领域的领军企业,是传统行业与新兴行业结合的典范。未来,双方将通过深度的战略合作,以消费者需求为导向,在产品、宣传、促销、数据、物流服务等建立标准化体系。共同探索基于互联网与移动技术下的酒类电

商渠道创新发展之路。

京东集团首席营销官蓝烨在会上表示:京东拥有大量的消费者数据库、丰富的行业运营经验、庞大的自建物流体系以及自主研发的信息技术体系,这些都将在未来与五粮液展开深度对接。未来,基于双方战略共享,京东将和五粮液从促进现有产品潜力发展、推进新消费市场的开发、规范市场秩序、维护双方品牌形象和共享行销资源等主要方向展开合作。

中国是世界上最大份额的白酒市场,而电商作为一个快速崛起的零售渠道,目前已成为酒饮市场中不容忽视的力量。五粮液与京东的战略合作,将以消费者需求为出发点,共同开发、规范市场秩序、整合共享行销数据资源,更好地接触一线零售市场,从而为消费者提供更好的产品及购物体验。

(五粮液宣)

食药监总局:勿海外代购抗癌药 多产自国内黑窝点

国家食药监管总局网站发布提示消费者不要通过网络购买海外代购抗癌药的信息。食药监管总局表示,近期,有媒体曝光一些商家在互联网上宣称通过海外代购向国内低价销售印度版“易瑞沙”等抗癌药。经查,这类药品未经国家食品药品监督管理总局批准,多为不法分子仿冒国外知名药品在国内黑窝点生产,或通过国外个人购买来源不明的药品邮寄回国销售,均为假药。

据统计,2013年全国食品药品监管系统共查处黑龙江“11·15”网络制售抗癌假药案等重大网售抗癌假药案件16件。以2013年3月破获的江苏“12·3”雷某跨国代购销售假抗癌药案为例:犯罪嫌疑人雷某雇人从印度购买来源不明的抗癌药吉非替尼片等,通过百度论坛发帖宣传销售,以支付宝收款,以邮寄方式将药品寄送给买家。经查,涉案药品全部为假药,涉案金额高达1500余万元。雷某的行为已构成犯罪,现已被依法追究刑事责任。

近期,有媒体曝光一些商家在互联网上宣称通过海外代购向国内低价销售印度版“易瑞沙”等抗癌药。这类药品在外包装上没有标识进口药品注册证号,其外包装、标签、说明书上均无中文标识,且销售价格仅为合法“易瑞沙”的1/10。

经查,这类药品未经国家食品药品监督管理总局批准,多为不法分子仿冒国外知名药品在国内黑窝点生产,或通过国外个人购买来源不明的药品邮寄回国销售,均为假药。

同时,提醒广大消费者,抗癌药均为处方药。根据《互联网药品交易服务审批暂行规定》,互联网禁止销售处方药。经食品药品监管部门批准的具有网上销售非处方药资质的药品零售企业有184家,详细名单可以通过国家食品药品监督管理总局官方网站“数据查询”栏目查询。如需网上购药,应选择上述合法企业购买,且应是非处方药。

质检总局公布:13批次进口乳制品被检出不合格

13批次进口乳制品在入境口岸实施检验检疫时被查出质量不合格。国家质检总局近日公布不合格进口食品化妆品黑榜,共有226批进口食品,5批化妆品上榜。这些不合格产品已做退货、销毁或改作他用处理,未在国内市场销售。

中轻日用百货进出口公司从美国进口的3批172050千克脱脂奶粉,亚硝酸盐超标。来自澳大利亚的1批脱脂奶粉发现感官检验不合格,1批次新南威尔士全脂巴氏灭菌鲜奶因超过保质期被销毁。来自法国的1批兰特全脂牛奶因货证不符被销毁。

青岛嘉里花生油有限公司从孟加拉进口的1批145000千克芝麻,黄曲霉毒素B1超标。来自英国的泰瑞薯片有限公司生产的泰瑞原味薯片,过氧化值超标,被销毁。从美国进口的多力多滋农场玉米片1600千克,检出转基因成分。来自意大利的1批趣格香草味派对饼干,竟然检出违规使用化学物质罂粟籽。成都国航进出口有限公司从英国进口的一批水芝澳FACE OASIS保湿两件组,因标签不合格也同样遭遇退货。

农业部:严防转基因品种冒充非转基因品种审定

日前,农业部发布《农业部关于进一步加强农业转基因生物安全监管工作的通知》,《通知》要求,各地农业部门要加强组织领导,成立转基因生物安全管理领导小组,要把农业转基因生物安全监管纳入日常管理。

农业部表示,农业转基因生物安全监管工作事关粮食安全、食品安全和生态安全。农业部高度重视,不断健全制度,强化监管。目前,农业转基因生物安全管理规范有序,总体可控,但在一些地方偶有发生违规扩散现象,引起社会关注。各级农业部门要充分认识加强农业转基因生物安全监管工作的重要性,认真按照党中央、国务院明确提出的积极研究、慎重推广的要求,以高度负责的态度,进一步加强农业转基因生物安全监管工作。

《通知》指出,要建立风险监测制度和监测体系,进一步加大风险监测力度,形成全覆盖的监测网络,推动农业转基因生物安全监管向以预警机制为主的事前、事中、事后全程监管转变。加强分析研判和风险预警,做到早发现、早控制、早处置,提高主动发现、事前干预的能力。

《通知》表示,对违规开展田间试验、南繁、环境释放以及转让转基因材料等活动,造成非法扩散的研发单位和研发者,取消承担转基因科研任务和申报安全评价的资格。对以转基因品种冒充非转基因品种审定的,取消申请资格。对违规开展转基因种子生产经营等活动的企业,依法吊销证照,严厉打击。

《通知》强调,转基因技术作为一项高新技术,在我国的研究和应用起步晚,公众对转基因技术及安全管理情况还不够了解。要通过各种渠道,宣传转基因基本知识,宣传我国转基因生物安全管理制度和决策程序,增进广大消费者的了解和认可度。做好信息公开,向社会及时传递科学、权威、客观的信息,使公众能科学理性地对待转基因技术及产品。

(综合)