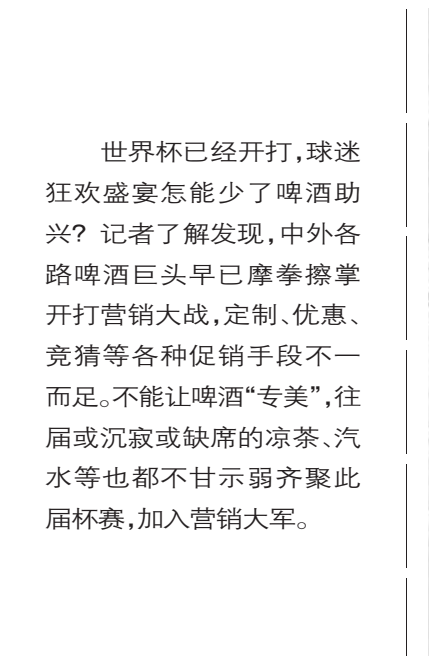


啤酒饮料大打世界杯定制优惠竞猜牌



世界杯“金蛋”真能让企业赚得盆满钵满?记者采访多家酒类、饮料企业得知,定制罐成本高出一截,也主走高端路线,推广则属于销售旺季常规营销,鲜有“非理性”者出现。

啤酒企业:大打定制互动牌

记者走访广州市内多家大型超市发现,各超市都有专门人员发放啤酒促销传单,而此时的重头戏当然是世界杯主题。记者留意到,不少商家在超市显眼位置搭建了世界杯啤酒促销专区,各品牌啤酒整齐码放成为销售重点。除国产品牌外,少数外资品牌也是世界杯促销战中的主力,多数原价 15 元左右的



500ml 啤酒现卖 10 元左右。记者留意到,青岛啤酒此届杯赛推出了两款足球相关产品。在天猫该品牌旗舰店里,青岛啤酒“足球纪念礼盒”473ml×3 瓶销价为 118 元,“足球罐”500ml×12 听促销价为 82 元。“无论是定制产品还是普通产品,目前销售都不错,因为世界杯我们属于全线产品参与,而且现在也进入了啤酒销售旺季。”青岛啤酒一位负责人告诉记者。百威英博则可谓豪掷千金。据了解,其收购的哈尔滨啤酒已连续两届赞助世界杯,为此百威英博投入了巨额赞助费及营销费用;此外百威啤酒还在线上大力推广其限量版世界杯铝罐,据了解,目前天猫在售的百威啤酒世界杯金罐限量版 473 毫升促销价为 19.90

元,月成交记录达 3000 余件。据悉,燕京啤酒早前已签约独家冠名 2014 年中国足协杯,业内人士认为,这一营销行为在世界杯期间也将起到协同带动作用。嘉士伯和喜力则纷纷在其冠名的啤酒花园和酒吧内以“畅饮世界杯”作为营销口号以招揽球迷。“世界杯对啤酒销售和提升品牌的确能起到促进作用,但体育营销有滞后性,企业注重对品牌的持续提升和与消费者的互动沟通。”青岛啤酒有关负责人说。

凉茶、汽水:营销如火如荼

此届杯赛引人注目的还有凉茶大军。记

者了解得知,王老吉成为腾讯世界杯战略合作伙伴与世界杯竞猜官方合作伙伴,其介绍,此番将线上互动与线下销售以及线上兑奖促销相结合,且表示将借此拉开旺季营销大幕,市场投入将超 20 亿元。在世界杯前夕,加多宝携巨型罐亮相巴西。加多宝有关负责人表示,将在欧洲球队进行推广。此番选择足球顶级赛事,尝试用大型体育赛事和养生文化体系进行对接,借体育事件推广凉茶文化和品牌价值。据了解,可口可乐是此届世界杯全球合作伙伴,而百事可乐也不甘示弱,某超市货架上摆满了印有足球明星头像的百事可乐产品,烘托出一片世界杯大战氛围。

业内:不指望“一招鲜”翻身

有业内人士表示,实际上,随着赛事营销逐渐走向成熟,只有极个别的品牌可能“剑走偏锋”想靠此一朝成名或业绩翻身,对于大多数的酒类、饮料企业而言,世界杯推广仅属于销售旺季的“热门”事件营销,借此提升品牌知名度、拉近与消费者距离,费用投入不会太疯狂,大多会获得不同程度盈利,但不指望立竿见影实现多大业绩增长。“因为夏天本就是旺季,很难估算哪些销售属于世界杯营销带来的。”对此有业内人士分析认为,世界杯对啤酒销量难以实现“放量”式增长,这或许与行业整体增速放缓、竞争加剧有关。“所以一方面酒类、饮料企业不会错过世界杯赛事这样难得的‘吸睛’机会,一方面也会考虑成本,理性营销。”该业内人士表示。相关数据显示,过去三届世界杯期间,啤酒销量和销售额没有表现出明显增长。(涂端玉 周可)

食品健康

隔夜茶毒如蛇？央视实验还清白

茶是非常健康的饮品。但人们常说:“隔夜茶,毒如蛇”,因此很多人在喝茶的时候,都会选择喝刚泡好的新茶,而把前一天泡的茶水倒掉。近日,有网友发帖认为:“茶水久放会馊,还能产生大量的亚硝酸盐,从而对人体产生危害,所以隔夜茶不能喝”,隔夜茶真的对人体有害吗?央视《是真的吗》节目组对这一说法展开了调查,得出的结论是:隔夜茶是安全且可以饮用的。

隔夜茶与新泡茶相比没变质且不影响饮用

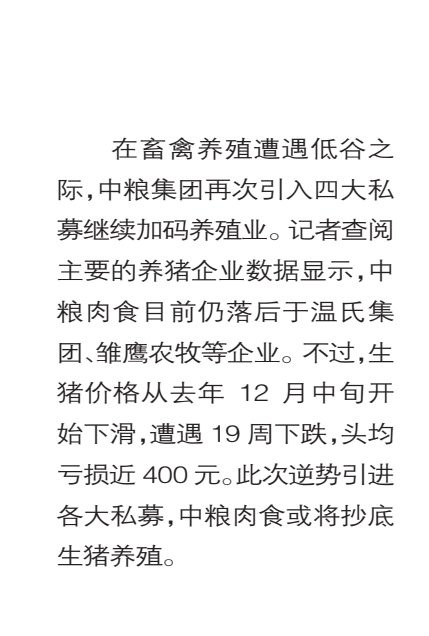
首先,通过实验来验证真相。央视记者选取了人们常喝的三种茶叶:龙井、普洱和菊花茶。实验的第一天上午 9 点,记者冲泡了这三种茶叶,并将茶水放置。当晚 9 点,记

者同样冲泡好了三杯茶水并放置。第二天上午 9 点,记者再次冲泡好了 3 杯新的茶水。而此时,前一天上午 9 点钟冲泡的茶水已经过了 24 个小时,而前一天晚上 9 点冲泡的茶水也已经超过了 12 个小时。经过长时间放置,这些隔了夜的茶水到底和新泡的茶水有多大的区别?真相小分队邀请了国家高级品茶师楼国柱,来对这些隔夜茶的口感进行专业的评定。楼先生从口感、风味来进行比较,鉴定不论是放置 12 小时还是 24 小时的隔夜茶都没有变质,“虽然它经过泡的时间比较长,但是它还具有该茶本来应该有的口感,普洱讲究呈味和醇味,隔夜茶可能还会更好一点。”虽然隔夜茶水的味道并没有影响饮用,但真相小分队还要对隔夜茶中的亚硝酸盐含量进行检测,来验证是否对人体有害。

隔夜茶亚硝酸盐含量均低于国家饮用水卫生标准

记者将冲泡好的样品送检至北京市营养源研究所,对茶水里的亚硝酸盐含量进行检测。记者了解到,对于茶叶水中亚硝酸盐的含量,国家并没有出台标准。但国家生活饮用水的卫生标准规定生活饮用水中的亚硝酸盐含量要小于等于 1mg/L。一周后,记者拿到了检测数据。数据显示,普洱和菊花茶中,无论是现泡新茶、还是放置了 12 小时和 24 小时的茶,亚硝酸盐含量均低于 0.2mg/L,而龙井现泡新茶也同样低于 0.2mg/L,但龙井放置 12 小时和 24 小时的茶亚硝酸盐含量分别为为 0.25mg/L、0.26mg/L,稍高于其他,但均低于 1mg/L。如此看来,

中粮肉食逆势引进四大私募抄底生猪养殖



在畜禽养殖遭遇低谷之际,中粮集团再次引入四大私募继续加码养殖业。记者查阅主要的养猪企业数据显示,中粮肉食目前仍落后于温氏集团、雏鹰农牧等企业。不过,生猪价格从去年 12 月中旬开始下滑,遭遇 19 周下跌,头均亏损近 400 元。此次逆势引进各大私募,中粮肉食或将抄底生猪养殖。

引入四大私募

四大私募入股中粮肉食之前就传出消息。今年 3 月 28 日,中粮肉食在北京与 KKR、霸菱亚洲投资共同签署了中粮肉食引

进战略投资者股份认购协议,随后 4 月底,中粮肉食的注册资本由 2 亿美元增加至 3.2 亿美元。对于引进四大私募投资人,中粮集团董事长李宁宁表示:“中粮集团是综合性的粮油食品供应商,肉食是集团产业链的自然延伸。此次引进战略投资者是中粮集团推进混合所有制的积极探索,也是完善公司治理和资本结构的有益尝试,希望各方股东在技术、管理等方面实现优势互补,充分把握行业发展机遇,把中粮肉食这个平台做大做强。”中粮肉食官方资料显示,该公司成立于 2009 年,是中粮集团旗下的现代化农业产业化企业,业务主要涉及集饲料加工、畜禽养殖、屠宰、深加工、冷链配送、分销以及肉类进出口等方面。旗下品牌“家佳康”在行业内具有一定的知名度。

此次引入四大私募投资公司之前,中粮肉食曾引进三菱商事株式会社、伊藤火腿株式会社、米久株式会社等多家企业入股,共同

投资 100 亿元发展畜禽产业。其中中粮占 67%股份,另外三家日本企业获得 33%股份。此次引入四大私募基金,上述日本企业是否会退出尚未知。中粮集团方面表示,如果新闻稿中未提到,那就说明没有退出。KKR 全球合伙人华裕能表示,中粮肉食对食品安全的高度重视、领先的市场地位和优秀的过往业绩,使其成为投资者财团信任的最佳合作伙伴。四家私募公司将充分利用全球资源和本土行业经验,协助中粮肉食成为中国肉类食品安全的标杆。

中粮肉食的雄心

畜禽养殖和肉类加工是中粮集团大力发展的业务板块,中粮集团也希望成为国内最大的生猪养殖和加工企业。中粮集团总裁于旭波在接受 21 世纪经济报道记者采访时表示,“中粮集团的目标是在中粮集团所从事的每一个细分产业占到

20%的市场份额”。目前,中粮集团已建成 4 大畜禽养殖基地,分布在天津、山东、江苏和湖北等地。本报记者拿到的资料显示,中粮集团共有 21 个养猪场,其中湖北有 10 个养猪场和 1 个加工厂,天津有 2 个养猪场,1 个加工厂;江苏有 9 个养猪场和 2 个加工厂;山东有 15 个养殖场和 4 个加工厂,主要是养鸡场。中粮方面表示,目前中粮生猪出栏量也在 100 多万头。另外,中粮又陆续在四川广元、吉林松原、内蒙古赤峰分别投巨资兴建生猪养殖项目:在四川广元 35 亿元建设养殖基地,其中 20 亿元用于生猪养殖及相配套的产业链项目,生猪规模养殖 100 万头以上;在吉林松原投资 36 亿元,建设包括 200 万头生猪养殖基地、饲料厂、屠宰厂及肉食品加工厂等产业链项目。

今年 4 月份,中粮肉食在赤峰启动 100 万头生猪养殖项目,其中一期 20 头生猪养殖,计划 2016 年 6 月全部建成投产,届时可实现商品猪出栏 97 万头,种猪出栏 5 万头。随着资本的进入,中粮肉食希望赶上并超越竞争对手。中粮肉食官方称:中粮肉食投资有限公司目前有全资、控股企业共计 9 家,参股企业 1 家。到 2015 年,中粮肉食计划形成 500 万头生猪、3 亿只肉鸡的产业链及 18 万吨进口分销能力。

不过,猪 e 网主编辑继忠表示,中粮在生猪养殖行业不算太大,只在国字号里面是大一些。尽管各大巨头仍在继续扩大养殖规模,国内生猪养殖方面仍处于分散状态。2013 年 1~9 月,中国年出栏 1~49 头生猪的小型养殖场占比达到 58.4%,而年出栏量超过 3000 头的大型养殖场只占总产量的 2.55%。公开数据显示,2012 年,全国育肥猪产量为 6.78 亿头,双汇 1500 万头的屠宰量仅占 2.2%左右。温氏集团 2012 年上市生猪 813.89 万头,仅占全国供应量约 1.2%。(张旭)

新闻集装箱

●日前,水利部组织召开全国农村饮水安全工作视频会议,会议中有 10 个省(直辖市、自治区)作交流发言。水利部部长陈雷指出,今年全国将解决 6000 万农村人口饮水安全问题。今明两年要实现集中供水比例从 73%提高到 80%的规划目标。会议要求,今明两年要举全行业之力打好农村饮水安全攻坚战;各地及时足额落实地方建设资金,拓宽投融资渠道;严格建设管理,落实工程质量终身负责制;对人为因素引起水源变化、水质污染或工程损坏造成群众饮水困难的,追究责任并督促限期整改;积极引导和扶持村组建设农民用水合作组织、供水服务组织和新型农业生产经营主体参与工程管护;提早谋划“十三五”农村饮水提质增效升级工程,全面解决好农村饮水安全问题。

●北京市食品药品监督管理局 11 日发布的食品安全信息显示,在近期的监督检查工作中发现“尹华”牌麻辣豆干等 9 种食品不合格,在全市范围内予以下架。“尹华”牌麻辣豆干检出山梨酸超标。山梨酸是一种防腐剂,长期过量食用将对人体造成危害。此外,北京京都诚大食品有限公司生产的牛排,检出沙门氏菌。受沙门氏菌威胁最大的是小孩、老年人及免疫缺陷症患者,摄入后可能会引起细菌性感染,发生食物中毒。在抽检的“田园贝贝”牌山楂软片和“小蜻蜓岛”牌牛板筋中,均检出胭脂红超标。胭脂红具有慢性毒性,长期大量摄入会致癌。专家提醒,山楂类食品颜色太红或口感太甜,很可能是不合格食品。

●王老吉与加多宝之间自 2012 年就纠纷不止,记者从北京市三中院获悉,王老吉再次起诉加多宝,索赔金额达 2000 万元。目前该院已受理此案,正在审理中。原告方王老吉称,被告在店堂告示、电视媒体、报刊杂志、互联网及产品包装等各类途径发布、传播“加多宝凉茶连续 7 年荣获‘中国饮料第一罐’”、“加多宝凉茶荣获中国罐装饮料市场‘七连冠’”以及与此内容或表达近似的广告内容,侵占了王老吉凉茶的商品声誉,构成虚假宣传,给原告造成了巨大损害。因此,请求三中院判令被告停止侵权行为,公开道歉,并赔偿损失 2000 万及合理维权费用 100 万元。对此,加多宝方面表示,加多宝的数据是由国家权威机构中国行业企业信息发布中心发布,显示加多宝凉茶在 2012 年的销量稳居凉茶行业第一名,市场份额占比达 80%以上,数据来源真实可靠。

●继 5 月底国家质检总局开始公布获准进入中国市场销售的进口婴幼儿配方奶粉品牌以来,获准入华的进口奶粉品牌达 134 个。据了解,首批公布的进口婴幼儿配方奶粉品牌有 115 个,其中包括多美滋、雅培、雀巢、惠氏、合生元、圣元优博等。自 5 月底至今,质检总局已经更新两次名单,最新的名单比首批新增了 19 个品牌,包括爱迪生、可瑞康、诺优能、哺尔等。国家质检总局表示,新获得注册批准生产企业的相关进口商和产品信息将定期更新。这也意味着今后还会有进口洋品牌奶粉获准进入中国市场。

●国产樱桃今年售价降至近年来“冰点”。记者从水果市场了解到,主要产自山东的樱桃售价降幅超过 50%,最便宜卖 6.5 元一斤。而目前苹果要卖 8—10 元一斤。浙江中路上的多家水果店在卖樱桃,每斤售价在 10 元—20 元。在宁海东路菜场水果摊位,樱桃售价每斤只有 12 元左右。而广西北路宁海东路周边多个水果摊位樱桃的售价更便宜,一个摊位樱桃挂牌 6.8 元一斤,但愿意以 6.5 元一斤成交。上海农产品批发市场水果部负责人表示,这两天樱桃的批发量每天达 10 多吨,比去年同期增加 30%,每斤批发价在 4 元—10 元,往年没有这么便宜。国产樱桃主要产自山东烟台、潍坊、大连等地,以烟台产量居多。樱桃跌价的主要原因是今年产量增加。业内人士分析,今年产区气温偏高,樱桃的成熟期较去年有所提前,产量也比去年增加很多。上市供应量充足,价格自然就会走低。

●一位顾客在英国著名连锁餐厅托比卡弗里就餐时,意外发现餐厅竟然用盛食物用的餐盆接男厕所小便池的漏水。这位顾客名叫乔纳森·戴迪,现年 38 岁。事发当天,他带着妻子与 1 岁半的女儿前往这家位于布里斯托尔亨伯里的餐厅吃饭,上厕所时惊讶地发现男厕所小便池下面摆放着一大排金属餐盆,用来接管道里漏出来的污水。戴迪立即向餐厅提出抗议,餐厅最后向他支付了 80 英镑(约合 135 美元)赔偿金。餐厅一位发言人解释说,接脏水用的餐盆是旧的,事发后已被丢弃。她说:“厕所当时因为漏水而不能使用,我们使用旧餐具来接水是为了防止漏水损坏地板,这些容器随后立即被扔掉。”不过,戴迪无法接受餐厅的说法。他表示,自己也是做餐饮业出身,“人们一忙起来根本就想不起这回事,到时候就会把这些东西拿出来盛饭”。

●荷兰将在华建示范奶牛农场,专程来华的荷兰乳业协会主席、全球乳业巨头荷兰皇家弗仕兰首席执行官郝瀚恩近日表示,为落实中国国家领导人今年访问荷兰时的倡议,荷兰计划在中国建立示范奶牛农场,或选址北京周边。(综合)