

中国食品周刊

FOOD WEEKLY

协办: 辽宁道光廿五酒业集团 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9月5日 星期五 主编: 李国政 编辑: 刘文景 版式: 吉学莉

企业家日报

9

猪价七周涨两成 猪粮比盈亏线突破在即

据相关机构统计,截至8月20日,全国生猪平均价格已连续7周,涨幅近两成,猪粮比已达到5.8:1,盈亏平衡点突破在即。生猪价格虽然已经回暖,但比起去年同期,仍低8.4%。

现在,市场进入了生猪消费的小旺季。专家表示,因为产能受限,这一轮生猪价格上涨可能会持续至旺季结束。而随着猪价上升,下半年居民消费价格指数(CPI)上涨压力加大。

回暖

猪价连涨7周 幅度近两成

7月以来,猪价进入快速上涨通道,并延续至今。

商务部最新监测的数据显示,上周全国36个大中城市的肉类价格继续上涨,其中猪肉价格比前一周上涨2.1%。卓创资讯提供的数据显示,8月20日全国生猪平均价格为15.20元,已连续上涨7周,从7月至今涨幅已接近20%。

卓创资讯数据显示,7月以来,猪价从每公斤13元一线开始持续上涨,猪粮比也随之回升,截至8月20日,猪粮比已达到5.8:1,盈亏平衡点突破在即。

所谓猪粮比,是指生猪价格和作为生猪主要饲料的玉米价格的比值,按照我国相关规定,生猪价格和玉米价格比值在6:1,生猪养殖基本处于盈亏平衡点。

四川是生猪养殖第一大省,其监测预警系统显示,2014年7月全省监测点生猪价格全面上涨,且涨幅逐渐加大。截至当月第四周,出栏肉猪、仔猪、和猪肉零售均价分别为13.20元/公斤、18.29元/公斤、21.75元/公斤。

湖南省湘潭县排头乡延化村养猪大户雍自强告诉记者,3、4月生猪价格降到每斤5元多时,每头生猪至少要亏损300多元。现在猪价回升,开始有了一些“赚头”。

中国生猪预警网首席分析师冯永辉表示,这一轮生猪价格上涨动力来自于供需两个层面,从2013年底开始的存栏量和产能下降会影响整体供给,但是却需要8个月左右的传导时间,因此到了今年7月效果才开始显现出来,这种供给减少的连锁效应越往后越大,对价格会有持续影响。而现在市场



进入了生猪消费的小旺季,也有带动供需关系回归平衡的作用。

制约

玉米减产 猪粮比涨速受限

从去年12月开始,猪价开始持续下跌,到今年6月期间,部分地区猪价已跌到15年来最低水平,养一头猪亏损400元。这一轮下跌来势凶猛,影响之大实属罕见。直到现在,生猪价格虽然已经回暖,但比起去年同期,仍低8.4%。

猪粮比在这一轮下跌行情中先是跌破6:1的警戒线,一度在4月下探至4.5:1一线。四川彭州市金猪农业开发有限公司总经理李晓城告诉记者,今年1至7月他经营的生猪养殖业务亏损了将近150万元,这一数字是全省养殖企业的平均水平,而很多小型养殖户没有挺过这一轮冲击,退出了市场。

冯永辉说,往年,每公斤15元的生猪价格已经很高了,基本可以保证养殖户盈利,但是由于最近饲料成本大幅上涨,现在养殖户仍然赚不到钱。这从猪粮比的回升幅度仅为猪价上涨幅度的一半就能看出,因为受干旱影响,玉米价格从4月以来一直上涨,幅度达到了20%左右,猪价上涨空间被玉米上

涨抵消了,所以目前猪粮比仍在盈亏平衡点以下。

不过,这种局面用不了多久就会被打破。专家预测,即使养殖成本涨势凶猛,也阻挡不了猪粮比中长期继续上扬的趋势。随着东北临储玉米的不断补给和新季玉米即将上市,未来玉米价格大涨势头将放缓。另外,因为产能受限,生猪中、大猪缺口比例将进一步扩大,这一轮生猪价格上涨也将持续至旺季结束。

影响

后期物价上涨压力增大

随着猪肉价格开始新一轮的上涨,CPI也再次进入了上涨区间。

“后期通货膨胀压力有所加大。首先,从历史数据来看,下半年的新涨价因素一般都高于上半年。其次,近期出现一些不利于物价稳定因素。7月以来,河南、陕西、内蒙古等10多个地方遭遇严重干旱,目前正值秋粮形成的关键时期,蔓延于中西部广大地区的‘干旱地图’,正在对粮食生产提出严峻‘考验’,对秋粮收成以及未来粮价走势都造成压力。同时,7月生猪出厂价格上涨,随着供给压力的加大,猪肉价格上行将加快。”中国宏

业绩下跌 汇源果汁总裁苏盈福辞职

汇源果汁总裁空降仅一年后宣布辞职。汇源果汁8月31日发布高管人事变动,苏盈福辞任公司行政总裁,由常务副总裁于洪莉“接棒”。汇源董事长朱新礼的女儿朱圣琴被提名为公司执行董事。与此同时,汇源果汁发布中报,公司上半年净利润大幅下挫82%。

业绩下跌,苏盈福请辞

汇源果汁公告称,苏盈福已经辞任行政总裁,但仍将继续担任公司特别顾问协助主席发展公司国际业务和指定运营策略,这项人事任免自10月1日起生效。这距离苏盈福正式上任汇源果汁执行总裁仅一年多。

苏盈福现年55岁,曾就职于李锦记、金宝汤、卡夫等企业,在加入汇源果汁之前,苏

盈福为纽交所上市的金宝汤公司的亚洲总裁,主要负责亚洲业务。去年7月,汇源果汁宣布任命苏盈福为执行总裁,董事局主席朱新礼随即卸任集团总裁,但继续留任执行董事及董事局主席。在苏盈福担任执行总裁之前,朱新礼任这一职位达20多年之久。此后,朱新礼专注于非上市部分的农业、果业等产业。

苏盈福上任后着手调整管理层人员,并大刀阔斧地改革了汇源的销售体系、经销商体系等。汇源2013年的年报显示,公司实现销售收入45亿元,净利润为2.29亿元,同比大增13倍,但利润增长主要是来自于出售两处闲置资产,这也是苏盈福上任后的首份年报。

但今年上半年的中报将汇源果汁的业绩打回“原形”,8月31日,汇源果汁发

布中报,今年上半年汇源果汁销售额为19.66亿元,较上年同期下降4.7%,净利润2047万元,较上年同期的1.14亿元下跌82%。

苏盈福的辞职与上半年业绩大跌不无关系,在汇源果汁的业绩发布会上,于洪莉称,辞职的决定是苏盈福个人申请,且顺应公司业务整合而做出,未来苏盈福会继续拓展他擅长的国际业务。但她也表示,过去一年汇源开始聚焦中高端产品,但这一策略落地执行时有偏差,导致财务数据不好看,毛利率也受到影响。

朱圣琴进入核心决策层

继任者于洪莉是汇源果汁的元老,其2000年就加入汇源,曾在汇源果汁集团多个岗位担任职务,包括办公室主任、人力资

源副经理、生产中心副总裁、果汁事业部总经理、常务副总裁等。

值得关注的是,汇源果汁还表示,江旭辞任执行董事,董事会提名汇源创始人兼董事局主席朱新礼的女儿朱圣琴成为执行董事。现年37岁的朱圣琴1996年起加入汇源,在这次任命前,她担任公司副总裁,成为执行董事后,朱圣琴进入核心决策层。

知名营销专家肖竹青表示,最近十年来,汇源实际控制人朱新礼一直想通过引进新鲜血液来实现汇源果汁的跨越式发展,但是每次请高管都是敲锣打鼓决心大,后来都是偃旗息鼓回到原点。因为新官不理旧账,每次折腾,汇源果汁代理商都很受伤。肖竹青预计,这次回归家族管理也是权宜之计,半年内汇源果汁又可能会迎接新高管。

(李蕾)

广州糖果果冻合格率达98%

深受小朋友喜爱的糖果、果冻等食品,是否存在安全隐患?日前,广州市消委会针对这两类产品展开抽查。结果显示,51种产品中仅一种不合格,合格率达到98%。

本次抽查中唯一的不合格产品,为广州市荔湾区三赢食品厂生产的“三赢黑糖话梅糖”,因还原糖超标而未能达标。而其余50种产品,在菌落总数、大肠菌群、沙门氏菌、志贺氏菌、金黄色葡萄球菌等指标上均合格。

尽管糖果、果冻类产品合格率达98%,但消委会提醒广大消费者,选购这两类产品时仍需留意。一是注意产品是否密封完好,摆放处是否符合保存条件;二是避免购买颜色过于鲜艳的产品,果冻中应无明显絮状物。

(帅鹏坤 张馨梦 莫惠英 黎泳梅)

老白干

上半年净利同比跌近五成

日前,刚在6月宣布加码O2O的衡水老白干发布半年报,2014年1-6月,实现营业收入6.65亿元,同比下降17.5%,实现净利润1419.61万元,与去年同期的2803.45万元相比,下降49.36%。

财报显示,老白干的销售费用和管理费用分别同比上升20.82%和37.65%。尤其值得一提的是,在今年上半年,老白干种猪及商品猪营业收入占营业总收入的2.64%,较去年同期3.23%的占比有所下降。今年7月,老白干曾宣布,通过产权交易中心挂牌公开转让其两注种猪分公司的全部资产,挂牌价格为2777.84万元。当时老白干曾解释称转让种猪分公司资产主要是为“集中精力做大做强主业”。

(马骏昊)

汇源桶装水菌落超标再上黑榜 公司回应称遭仿冒

继今年上半年被通报菌落总数超标后,8月27日,汇源桶装水再因同样的问题被北京市食药监局通报,再次上了黑榜。

据悉,北京市食药监局在本轮检查中,共发现12批食品不合格,包括7批桶装水。其中,标称北京汇源食品饮料有限公司生产的“汇源”霁齐饮用矿物质水,菌落总数超标。

而8月27日公布的问题产品,厂家则直接标注的是“北京汇源食品饮料有限公司”。汇源方面在8月27日晚上给记者的声明中表示,经核查,被抽检不合格的产品“霁齐”饮用矿物质水并非其生产的桶装水,系假冒产品。

(胡笑红)

“野红”葡萄酒珍贵窖藏封存

浪漫蒲海,醉美中方。9月2日上午,在中方县桐木镇大松坡村“蒲海”边,一场简约朴素、温馨浪漫的开幕式,拉开了2014中国·怀化(中方)刺葡萄文化旅游节大幕。来自全国各地3000余名游客参加开幕式及“蒲海游”活动。

中方刺葡萄种植面积达4.15万亩,占中国南方刺葡萄种植面积三分之一。以“打造品牌、助推产业、致富百姓”为目标,中方县举办这次刺葡萄文化旅游节,助推葡萄产业发展成富民产业、创税产业。该县还将文化旅游资源与刺葡萄产业结合起来,将乡村旅游与新型城镇化、新农村建设精准扶贫结合起来,通过发展刺葡萄产业激活乡村旅游,带动贫困地区脱贫致富。

伴随着神秘的傣舞表演,“野红”葡萄酒珍贵窖藏封存仪式举行。“野红”葡萄酒用“湘珍珠”刺葡萄配制而成,被专家誉为世界葡萄酒“新贵”。

(肖军 黄巍 通杨捷灵 汤惠芳 雷青华)

今年中秋流行送DIY月饼

还有两天就到中秋佳节,一股“DIY月饼”风潮正在兴起,喜欢DIY月饼的人多数是出于爱好或者健康考虑,而很少将制作好的成品拿去销售。用他们的话说就是,“送自己DIY的月饼,礼轻情义重”。

林菲儿在东莞一家传媒公司做行政工作,看到不少朋友都在动手自制月饼,她也跃跃欲试。于是她上网查了制作冰皮月饼的食谱。结合网上的食谱和自己的不断摸索改良,一共制作了近90个冰皮月饼。

(黄江洁)

“猴头菇”类饼干并非保健品

日前,记者同重庆万州区工商分局、消委会的工作人员走访了该辖区内部分大型超市,在这些超市里的货架上都能找到多种“猴菇”“猴头菇”类产品。通过统计,共计有8种品牌,有着增强抵抗力及免疫力的功效,与其他菌类的功效大体相似。猴菇饼干都是食品,并非保健品。

(韩伟)

月饼市场生变 “洋月饼”异军突起

中秋节临近,月饼市场意料之中的成为社会舆论的关注焦点,但相比往年,今年的月饼市场也悄然发生着变化。曾经备受追捧的高端月饼礼盒已渐渐退隐;作为主要销售渠道的超市、酒店已然能真切感受到来自网络、新媒体等渠道的压力;另外,新式月饼在政策压力下的异军突起更加加速了其传统月饼厂商市场份额的侵蚀。

观念之变

高端包装被嫌弃

团购、月饼券销量锐减

现下正值中秋月饼销售旺季,往年此时正是高端月饼当道;团购、礼品券等铺天盖地而来的时候。但今年在中纪委发文要求刹住中秋、国庆公款送月饼不正之风的背景下,以往曾被当成高档礼品的月饼,也在不断放低身份,市面上的月饼销量在去年惨淡的基础上再度下降,甚至有部分品牌已退出月饼市场。

据媒体近日报道称,业内预计广州市场整体行情是销售量比去年降低10%,销售价

格在成本上涨的背景下,降低10%。尽管中秋节还没到,但月饼已经开始打折促销,目前一些实体店和网店却都未热卖先打折促销,而一些网店的月饼售价仅是原价的二三折。

政策除了给月饼包装“减重”以外,还有效抑制了“天价月饼”礼品的风气,今年市场上大宗团购、礼品券销量继续锐减已成定势。受到消费结构的变化,性价比高的优质品牌更受青睐,单价在150元~300元的月饼是主流。

中秋节本为了庆祝“阖家团圆”之意,摒弃以送礼为目的的消费,国内月饼市场就该恢复到亲民、实惠的路线上来。一度被推崇的高档包装、天价礼品从本质上就不符合个人消费者的实际需求,月饼市场也是时候该改变观念,尊重普通消费者的需求。

对此,中国焙烤食品糖制品工业协会理事长朱念琳日前指出,今年中秋节的月饼还是以中低价为主。老百姓可以放心的是,今年月饼的价格与去年差距不大。但由于团购减少的影响,今年中秋节月饼市场的消费可能少于去年。



渠道之变

传统销售渠道遇尴尬

网购挤压超市

据报道,今年超市里月饼打折促销似乎比往来的更早一些,媒体9月2日报道称,在走访的南京家乐福、沃尔玛、苏果等超

市里,月饼专柜销售面积较去年普遍缩小,降价促销也比往年来得早,而且力度更大。

其实,随着网络终端的日益发达,传统的月饼销售渠道早就危机四伏,超市、酒店的月饼销量逐年下降。相比而言,网购月饼市场却一派火爆异常的景象,传统饼家纷纷“触电”打响“百团大战”,金九、功德林、咀香园和盛园祥等月饼品牌也开设了天猫官方旗舰店。

与此同时,月饼厂商为拓宽销售渠道获得更多消费者,还奋不顾身的投入到新兴的营销手段中,借助微信公众平台销售月饼的商家不在少数,尤其是一些知名的甜品店、咖啡店通过拥有较高人气的微信、微博公众账号推广特色月饼产品,且大部分都比在实体店购买更加优惠。

与传统的销售方式不同,网购月饼成了很多年轻人的选择,“省时省力”是他们选择网购的重要原因。而曾经还是月饼主要销售渠道的超市,面对优势尽显的网购方式可谓防不胜防,单靠一味的打折促销已不可能挽回消费者,寻求合作以及产品组合创新才是当务之急。

(中新)