

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

企业家日报

9

2014年9月12日 星期五 主编: 李国政 编辑: 刘文景 版式: 吉学莉

上海捷康食品公司吴俊雄总经理一行参观调研安多畜牧产业园区 加大合作推动安多肉品走进上海

■ 本报记者 何沙洲 通讯员 任小强

“安多牦牛、藏羊肉品,无论从品质和味觉,带给消费者的是健康、安全的肉食品。”上海捷康食品公司总经理吴俊雄教授一行8月底在安多畜牧产业园区参观调研时表示,今后将加大和甘肃安多集团的合作和密切配合,推动安多肉品更好地走进上海,服务千家万户。

吴俊雄一行前往甘南那天,阳光灿烂,他们看到在蓝蓝天空下安多牧场上原生态生长的牦牛、藏羊。这些在雪域高原上自然生长的牦牛出栏期约六年时间,藏羊约三年,而圈养牛羊在人工合成饲料喂养下,肉牛20个月就出栏,体重可达近1000kg左右,羊3个多月就出栏,可想而知肉质的差别。目前安多食品有限公司尽量鼓励牧民让牦牛、藏羊三、四岁时就出栏,因为这时不但是牦牛、藏羊肉质最鲜嫩最健康时期,同时也解决了草场超载放

牧问题,不但保护了生态环境,还促进牧民群众增收。

这个季节正是牦牛、藏羊膘肥体壮之时,安多集团旗下的安多畜牧产业园也将迎来繁忙的收购和生产期。吴俊雄教授一行前往安多畜牧产业园区调研,在园区管理人员陪同下认真参观了安多牦牛、藏羊加工车间和工艺生产线,并在园区详细参观了安多系列产品。通过品尝安多牦牛肉品,调研人员对安多肉品寄予高度的评价和赞扬,指出甘肃安多集团利用草原优势畜牧资源,开发出的系列安多肉品,无论从品质和味觉带给消费者的是健康、安全的肉食品。

吴俊雄还表示,今后将加大和甘肃安多集团的合作和密切配合,下一步将协助安多集团进一步研发新产品,充分挖掘草原优势畜牧资源产业链,推动安多牧场的“高档优质肉”、“高原特色肉”、“绿色有机肉”更好地走进上海,服务千家万户,让人们吃得安全、放心,吃出健康。



● 吴俊雄(右二)一行参观安多牦牛肉品

光明乳业全球化战略再落子: 澳洲优质纯牛奶 进入中国市场

从9日起,中国的消费者可在各大超市采购到正宗的澳洲纯牛奶了。这款来自澳洲PACTUM乳业集团代工的光明澳洲“优+”纯牛奶由原产地澳大利亚直供中国,是中国乳业全球化的一个标志性事件。

光明乳业与澳洲PACTUM乳业集团(PDG)签订产品代加工协议,光明乳业委托PDG在澳大利亚生产的光明优+澳洲原盒进口纯牛奶(下文简称“澳洲优+”)8月已在中国上市。而在此前的4月,光明乳业总裁郭本恒和澳洲Pactum乳业集团的董事长Rory Macleod在中国国务院总理李克强和澳大利亚总理Tony Abbott共同见证下,在海南三亚签署了战略合作协议。

澳大利亚是我国主要的奶制品进口国之一,由于该地区自然生态环境好,畜牧业发展迅速,天然牧场众多,使得其奶制品深受国际消费者的欢迎。澳洲优+的奶源集中优选自澳洲著名的维多利亚传统产奶区高宝河谷(Goulburn Valley),该地区是世界上生产天然健康食品最适合的地方之一,得天独厚的自然环境,保证了高品质的奶源。

继“莫斯利安”在酸奶市场大获成功后,光明乳业将市场突破的重点放在常温奶领域,此次推出的“澳洲进口优+纯牛奶”借力澳洲优质奶源和国外代工的特色,有望获得消费者的正面响应。

(新华)

生鲜农产品电商爆发性增长 仍面临高成本门槛

当库尔勒的香梨仍挂在树上,散养的母鸡还在皖南林间溜达,龙虾还在波士顿的海里游泳,它们已经被网上的消费者预订了。随着网购成为越来越多人生活中必不可少的一部分,电商的触角已经延伸到了生鲜产品领域。

8月以来,生鲜电商大战升温:中粮我买网宣布完成1亿美元融资;顺丰优选冷链配送城市从11个扩张至48个;乐视网宣布进军农业,其生鲜电商平台“乐生活”上线测试……生鲜市场已经成为继图书、数码、百货之后,电商竞相争取的新领域。

生鲜产品利润高吗?事实上,大型超市一般生鲜产品的利润只有7%—8%,低于超市的平均利润10%。超市布局生鲜产品,主要是为了吸引客流。为何各路企业要争夺生鲜市场,是什么吸引了众多风险投资机构战略投资?

生鲜电商形成多元格局

中国电子商务研究中心的数据显示,2012年我国进入流通领域的农副产品价值总额为2.45万亿元,但通过电子商务流通的农产品只占1%左右。不少业内人士认为,生鲜市场是电商领域的蓝海,市场前景可观。面对这个巨大的蛋糕,各路企业纷纷布局。

淘宝天猫成立专门针对优选生鲜农产品的“喵鲜生”业务,主要经营当季水果、新鲜水产等。京东也开通了生鲜频道。今年5月,亚马逊宣布投资入股上海区域性生鲜网购平台“美味七七”。与生鲜市场密切相关的下游快递巨头顺丰速运推出“顺丰优选”。本来生活网凭借“褚橙”打响头炮之后,再推“柳桃、潘苹果”,充分展示其营销基因。连做视频



出身的乐视网都上网卖螃蟹了。

2013年被视为生鲜农产品电子商务爆发增长的一年,以淘宝网(含天猫)平台为例,生鲜相关类目2013年销售增速同比高达194.58%。“一时间,国内生鲜市场可谓风生水起。”中国电子商务研究中心分析师莫岱青说,由于购买便利、选择性广、优惠活动多等优势,不少消费者选择网购生鲜产品。而2014年,生鲜电商平台竞争日益加剧。

损耗大、物流成本高 成为发展瓶颈

对于生鲜电商来说,高成本成为一道难以跨越的门槛。莫岱青说,虽然有电商为抢占市场做促销,部分生鲜产品价格甚至低于实体店超市,但事实上,生鲜产品损耗率大,在仓储物流过程中必须低温冷冻冷藏保存,成本很高。

有市场调研显示,对购买生鲜产品持有疑虑的消费者中,70%的人“担心物流时间过长条件不好,造成生鲜产品变质。”北京东城区市民叶凡在某电商网站上购买了一盒阿根廷红虾,“冷冻状态的虾看起来没有太大问题,但解冻之后才发现超过一半烂了,还有一股腥臭味,根本没法吃。”但是,已经签收的生鲜产品,根据电商的规定不能退货,叶凡只能

示,将停用库存的另外两款台湾进口猪肉。

涉事产品在网上依然有售

涉事品牌的产品通过分销、网上代购等形式流入市场,由于较为分散,一时难以管理。国家质检总局日前提醒消费者慎食通过各渠道购买的可能使用了问题猪肉的用户生产的产品。

在北京、上海等一些经营进口食品的超市已经开始下架涉事产品,上海久光超市一位工作人员拿着一份200多个涉事产品的名单,逐个寻找下架产品。然而在网上

专家说

食品企业洗牌将加速

上市公司“强冠”生产的几百吨问题“全统香猪油”使得受影响厂家创下了新纪录,其中不少都是行业的标杆企业。

“地沟油事件的影响太大了。”一名食品行业资深人士对记者表示,地沟油风波加深民众对食品安全的恐慌。中国食品商务研究院研究员朱丹蓬表示,大陆消费者

食品企业洗牌将加速

自认倒霉。

比起普通物流,冷链物流投资巨大,使用成本高。菜鸟网络农业生鲜部高级经理何建辉介绍,以上海为例,一张普通物流订单提货成本大约为6角钱,而冷链成本为9角钱左右,使用9.6米的货车车型运往杭州,普通货车的成本约1200元,而冷链车就要超过1800元。全程冷链,基本上每个环节的成本大概都会高1/3—1/2。中国幅员辽阔,冷链物流建设目前仅在重点区域实现突破,在未来相当长时间内,这依然是制约生鲜电商发展的一大瓶颈。

大多数生鲜电商还在烧钱阶段

目前,市场上大多数生鲜电商处于亏损状态。为了实现盈利,生鲜电商们使出了浑身解数。

“生鲜电商的一个发展方向就是经营高端商品。”商务部研究院消费经济研究部副主任赵萍说,相比而言,高端商品由于货值比较高,配送费占比就没有那么高,消费者相对就更容易接受。比如,在1号店的生鲜频道、天猫的“喵鲜生”产品中,都以进口产品和绿色食品居多。顺丰优选也将平台品类定位在高附加值产品,通过高客单价来降低订单的物流成本。

本来生活网则推出了食物故事,将生鲜营销当做媒体选题来操作,2012年褚时健和“励志橙”的故事使“褚橙”大热,本来生活网3周卖出了80吨“褚橙”。

赵萍认为,生鲜电商未来的发展要走线上线下融合的模式,所有的生鲜产品可以不由一个配送公司配送到千家万户,而是由各个实体店就近配送。对于生鲜电商来说,这样配送的物流半径会更短,配送成本会更低。对

销售渠道,不少问题产品仍然在售。记者9日在淘宝上查询发现,涉事产品盛香珍等品牌的含油脂产品依然在,一家进口食品网店的工作人员表示并没有接到下架通知,并表示所售食品都有货,“当天拍下就能发货。”

味全相关负责人对记者表示,网上代购的渠道很难管理,目前公司正在整理相关信息并制定召回措施。

由于受地沟油事件波及,一度风靡网上的台湾特产遭遇信任危机。一家专门代购台湾食品的店告诉记者,这两天店里台湾食品的销量为零。

(陈琼)

专家说

食品企业洗牌将加速

此前对台湾食品的品质深信不疑,现在台湾食品的印象则跌落谷底。朱丹蓬表示,福喜事件和地沟油风波的接连发生将加速政府对食品安全的监管,也将使得食品企业的洗牌加速。“政府应该出台更严厉的措施来防止地沟油的出现,届时企业的准入门槛将升级。”

食品企业洗牌将加速

于消费者来说,这种模式更方便:消费者在网上下单后,既可以选择到门店取货,又可以选择到配送点取货。

莫岱青说,随着网络销售渠道和冷链物流设施的不断发展,生鲜电商的经营模式会进一步改善,有望发展成为生鲜销售的一个主要渠道。

预售模式逐步被推广

在传统农产品流通模式下,生鲜农产品由于距离阻隔和供应链影响,到达消费者手中不仅价格昂贵,还失去了最佳的新鲜味道。以销定产的预售模式在生鲜销售中显示出优势。当生鲜农产品尚未收获的时候,就提前在网上售卖,收集完订单之后,生产者才开始采摘、安排发货。预售模式让产地能够按需供应配送,大大降低生鲜的库存风险、生产成本和损耗。消费者由此也能够获得新鲜、高性价比的生鲜食品。2013年,在天猫预售平台“喵鲜生”上,生鲜类目是使用预售方式最多的农产品,销售1.98亿元,占比76%。

大宗农产品,如面粉、玉米、棉花、菜籽,早已形成了适应规模化生产和流通的标准体系,很少发生严重的滞销现象。但是包括蔬菜、水果在内的生鲜产品,大多数以非标准化的状态存在,常常出现销售大起大落的情况。“一旦未来生鲜农产品通过电子商务渠道流通的比例大幅度提高,可以减少销售大起大落的现象。一方面销售层级大量减少,供需调节机制更加灵敏准确,减少信息不对称;另一方面,网络累积了销售数据和购买者等信息,交易透明化,可以利用大数据对来年的需求做出合理预估,减少生产端的盲目性。”何建辉说。

(杜海涛 王珂 王倩)

上海下架 涉台湾“问题油”食品 8700 件

记者9日获悉,中国台湾地区发生“问题油”事件后,上海市食药监局6日通知相关企业自查,根据相关媒体报道和质检部门公布的问题食品予以下架,同时出动500多名执法人员开展全市核查,共发现并下架问题食品约8700件(袋)。上海市食药监局相关负责人向记者回应表示,目前监管人员已经对上海所有销售台湾食品的超市、专卖店、百货公司进行了专项检查,检查对象主要是媒体讲到的台湾可能涉案的产品,以及国家检验检疫部门讲的涉及到使用油脂的产品,发现了8700件问题食品,先暂行下架,再由企业自证清白。

上海食药监部门表示,要求相关企业切实履行食品安全责任,如销售涉及台湾食品必须提供合格证明,违者将依法承担法律责任。

(周琳)

麦当劳奶昔退役恐因销量下挫

曾在麦当劳中国餐厅服役近24年的奶昔日前式谢幕。虽然麦当劳中国方面称此举属正常产品调整,不过在业内看来,销量的不断下滑或才是此次奶昔下架的真正原因。记者日前走访了北京东单、东四等地区的多家麦当劳餐厅,餐厅工作人员均表示目前已经不再销售奶昔产品。北京王府井一家麦当劳餐厅的负责人告诉记者,奶昔具体何时回归市场目前尚不得而知。

麦当劳北京公司的一位资深人士表示,随着新产品的不断上架,奶昔已不再是麦当劳的当家产品。过去可能十个人就餐有八九位要点奶昔,但是现在选择的余地大了,比如麦咖啡、麦旋风、布丁等,新品的层出,让拥护奶昔的客群有了选择的改变,因此奶昔被新品替代也是新老更替的客观规律。一位曾在麦当劳负责甜品站的工作人员表示,“很早之前奶昔的销售量就不甚理想,平均3-4个小时时间,也仅有约5单左右的奶昔”。

(吴颖 贺陈慧)

新疆伊宁警方查获 一制作假冒茶叶窝点

9月1日,新疆伊宁市公安局查获了这一制作假冒茶叶的窝点。9月1日,该局经侦大队根据群众举报,联合市工商局在达达木图乡乌拉斯台村捣毁了一处制作假冒茶叶窝点,当场查获贴有“春意牌特制茯茶”商标的茶叶6件及用于制假的包装机、封口机、台秤、地秤等设备。

经查,2012年3月,白某在新疆伊犁乌拉斯台村租了一处独院与儿子从市场上购回廉价的茶叶,再把茶叶重新包装,将价格低廉的茶叶摇身变成“春意牌特制茯茶”。然后,再以低价销售到新疆伊宁市及周边县市茶叶销售点。

(张丹辉 王秀霞)

云南双江县 申报勐库大叶茶文化遗产

为挖掘、保护、传承和利用勐库大叶茶资源,弘扬茶文化精神,促进农业可持续发展,云南双江自治县从2014年2月起着手开展勐库大叶茶申报中国重要农业文化遗产,目前各项工作进展顺利。

成立由县农业局、林业局、发展生物产业办、发改局等部门组成的工作领导小组,并下设办公室,负责具体工作的推进;抽调相关工作人员,制定实施方案,分解各相关单位的职责任务,草拟编目提纲;按照编目提纲的要求发文和深入各单位征集资料,查阅档案,建立资料档案;多次召开专题工作会议,对申遗工作作相关的要求;着力编制《申报书》,目前已完成《申报书》初稿编制工作;邀请北京科技大学有关专家进行考察指导申遗前期工作,为申遗工作奠定基础。

(康怀勇)

成都出现食品危害情况 应在 2 小时内报告

9月9日,成都市政府官方网站公布了《成都市食品安全事故应急预案》。《预案》将食品安全事故共分四级:特别重大食品安全事故(Ⅰ级)、重大食品安全事故(Ⅱ级)、较大食品安全事故(Ⅲ级)和一般食品安全事故(Ⅳ级),事故发生后,核定不同等级启动相应应急预案。

《预案》规定,食品生产经营者发现其生产经营的食品造成或者可能造成公众健康损害的情况和信息,应当在2小时内向属地区(市)县食安办和负责本单位食品安全监管工作的有关部门报告;发生可能与食品有关的急性群体性健康损害的单位,应当在2小时内向属地区(市)县食安办、卫生行政部门、属地疾病预防控制中心和有关部门报告。

(赖芳杰 周夕义)

重庆 7 批次食品不过关

近日,国家食药监总局公布2014年第一阶段20类食品及食品添加剂的监督抽检信息。结果显示,重庆市有3个种类7个批次的食品及食品添加剂不过关,不合格原因多是菌落总数不达标。这些食品包括千百度牌香卤鸡翅、颐之时生产的三鼎香辣牛肉干(粒)、川么妹牌鸡肚(麻辣味)、永川松溉调味品有限责任公司生产的食醋、重庆市盛沾食品有限责任公司生产的私房豆干、重庆怡欣村食品有限公司生产的麻辣豆干等。

(钟敏)