

中国食品周刊

FOOD WEEKLY

协办: **泸州玉蝉酒销售有限公司** **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 10 月 17 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

200 份食品样品逾四成超标 揭秘舌尖上的塑化剂

台湾饮料、酒鬼酒等风波,让“塑化剂”这一本陌生的化学名词,引起广泛关注。记者近期调查发现,塑化剂并未走远,其仍在化妆品、保健食品、儿童玩具中存在,一份检测报告甚至显示,200 份食品中,逾四成超出国家规定限量值。

塑化剂危害男性生殖能力并促使女性性早熟,长期大量摄入可能导致肝癌。专家表示,要保障消费者的知情权,涉“塑”数据,不应成为一个让公众疑虑的“黑匣子”。

检测塑化剂

广泛使用的塑化剂——邻苯二甲酸酯类物质,严禁添加到食品中,但允许使用在食品等包装容器中,很容易产生迁移,我国卫生部门对 3 种塑化剂的最大迁移量进行了明确规定。

杭州市疾控中心的一份报告显示,当地 200 份食品检测中存在两种不同的塑化剂,一种有 87 份样品超限,另一种有 16 份食品超限,共占样品比例逾四成。这份发布于《中国卫生检验杂志》上的相关数据也引起业内人士的密切关注。

农业部: 炒作“非转基因”卖点 违反广告法

近日,农业部向国家工商总局发函,商请要求加强对涉及转基因广告的管理。

日前,农业部新闻发言人毕美家对媒体称,把“非转基因”作为卖点炒作的行为违反了广告法等相关法律法规。

无转基因作物品种广告 禁用“非转基因”

10 月 9 日,央视广告经营管理中心官微发布消息称,将对涉及转基因、非转基因的产品广告加强审查,其中,在我国和全球均无转基因品种商业化种植的作物如水稻、花生及其加工品的广告,禁止使用非转基因广告词;对已有转基因品种商业化种植的大豆、油菜等产品及其加工品广告,除按规定收取证明材料外,禁止使用非转基因效果的词语,如更健康、更安全等误导性广告词。

该官微称,此举是因为农业部向国家工商总局发了《农业部办公厅关于商请对涉及转基因广告加强管理的函》,国家工商总局将加强对非转基因广告的监督审查工作。

记者获悉,农业部近期的确向国家工商总局发函,商请加强对涉转基因产品广告的管理,但该函为内部公文,并未公开。

“非转基因”为卖点加剧公众恐慌

农业部总经济师、新闻发言人毕美家对媒体表示,有的企业利用部分消费者对转基因技术的认知欠缺和焦虑心理,把“非转基因”作为卖点加以炒作的做法实是商业包装,不仅违反了广告法等相关法规,导致行业竞争的无序,还加剧了公众对于转基因技术的恐慌情绪。

毕美家称,转基因和非转基因商战的背后,是企业的利益之争,与转基因食品安全性并无本质关联。

■ 说法 应改进“非转基因”标示制度

专家表示,当前市面上多数粮油企业曾涉嫌转基因诱导性广告

国家转基因生物安全委员会委员,中国农科院生物技术研究所原所长黄大昉表示,目前存在用“非转基因”作为卖点进行炒作和虚假宣传的产品,主要集中在粮油广告上。

黄大昉称,有一些产品,比如花生油,本身和转基因作物没有任何关系,因为全球都没有转基因花生,这种情况下还依然打着“非转基因”的广告,就形成了不正当竞争,“这样的广告应取缔。”

常年关注涉转基因广告不正当竞争的京悦律师事务所律师王少华表示,央视此举针对两类广告,一类是和转基因作物没有任何关系的产品如花生油、葵花籽油等,此类产品广告中使用“非转基因”一词就会对其他企业造成不正当竞争。

王少华介绍,另一类则是原料中有转基因,也存在非转基因作物的产品,这种情况下使用了“更健康、更安全”等误导性词语,也形成了虚假宣传。王少华称,据其观察,目前市场上大多品牌的粮油企业,都曾或还在进行涉转基因的诱导性广告。而这些诱导性广告违反了《广告法》和《不正当竞争法》。

此外,黄大昉表示,国家目前对大豆等主要作物实施“零容忍”原则,即只有百分之百无转基因成分才能标示为“非转基因”。

黄大昉称,目前国际上标示制度都存在很多争议和讨论,我国也应进一步改进标示制度。(金煌)

“涉及检测的相关食品,都是在杭州市场上随机购买,且是出厂检验合格、并准予销售。”杭州市疾控中心理化检验科工作人员樊继彩博士说,包括食用油、油炸食品、茶叶、面制品、木耳等消费者常购买的产品。

检测结果显示,塑化剂在油脂类产品中比非油脂类产品中更容易溶出,且在食品中的污染较普遍,不止来源于包装材料,在食品的生产、运输以及保存过程中都会迁移。

揭秘塑化剂

我国将 5 种塑化剂列入了化妆品的“黑名单”,也对食品中迁移量做出规定,但只要和塑料有长时间接触,塑化剂的身影就很难避免。公开数据显示,包括指甲油、饮用水、保健食品、儿童玩具中,检出禁用成分、或塑化剂超限的现象并不少见。

浙江省食品药品检验研究院的一项调查显示,研究者在浙江省 11 个地市的药店采样了 24 批儿童使用的口服液保健品,8 批检出塑化剂,一批超限近 3 倍;中山大学药学院有关研究指出,灵芝孢子油、五味子油、葡萄



籽油等塑料瓶装的中药油脂都有超限……

对塑化剂有十多年研究的复旦大学公共卫生学院教授厉曙光告诉记者,加热路边的塑料瓶装豆浆,用塑料袋直接装油炸食品,都可能导致迁移,一些食品即使没有接触过塑料,也可能含有大量塑化剂,就是塑料大棚腐烂污染了土壤。

然而,由于标准缺失、执法力度弱,企业

绝味 PK 煌上煌 谁是最具价值“鸭脖股”

湖南绝味食品股份有限公司(以下简称“绝味”)日前预披露了 IPO 申报稿,拟登陆资本市场,而与其竞争对手煌上煌相比,绝味上市来得稍晚一些。本期,媒体将对绝味与煌上煌在市场规模、经营业绩等方面进行对比,看看到底谁是最具投资价值的“鸭脖股”。

市场规模: 绝味市场辐射更大

酱卤类食品公司想要实现规模经济,最明显的一项指标就是自己旗下的门店数量。截至 2013 年末,绝味的门店数量是业内最多的,达到了 5749 家,而煌上煌以 2043 家排在第二位。在门店数量上,绝味遥遥领先,记者注意到,绝味主要是加盟店的数量较大,其直营店只有 149 家,而煌上煌的直营店数量也有 105 家。

从市场占有率对比,两家公司虽然都处于行业龙头地位,但是两者的市场占有率却都不到 2%。绝味的招股书显示,该公司 2011 年在国内卤制食品市场的占有率为 1.02%(2012 和 2013 年的占有率无数据计算),而从煌上煌的招股书中可以看到,公司在 2009 年的市场占有率就有了 1.05%。

对于市场占有率不到 2%的原因,绝味解释称是“休闲卤制食品市场较为分散,竞争较为激烈”。记者就此问题也采访了煌上煌的董秘曾细华,他表示,“这些数据都不是公司做的,是从研究学会那里拿到的,公司目前也没有最新数据,至于为什么那么低,主要由于酱卤的范围太大了,街边的小摊小贩也会被算进去”。

虽然它们的市场占有率并不是相差太多,但是两家公司的市场分布却也各成风格,绝味是酱卤食品界里最早实行门店营销网络建设的。2008 年才成立的绝味,在短

花生油跌破百元 调和油降温 短期回暖不易

记者走访发现,市面花生油跌破百元、调和油热度渐减,促销力度颇大却难拉动需求,食用油量价齐跌短期回暖不易。行业观察人士表示,包括玉米、大豆在内,今年主要食用油原料都大丰收,不少企业欲消库存,但依靠促销难让市场扩容,下轮购买热潮可能要等到元旦。

“基本零团购,不过本来也对广州节庆团购业务没期望。”某一线知名品牌食用油企业市场部负责人告诉记者,南方不似北方,粮油难遇集体大宗买卖。有经销商告诉记者:“三公消费限制刹住了公款消费,政府部门、国企不敢买,私企不舍得买,只有消费者自己买。”

食用油促销多却销售淡

“继中秋之后,国庆前各大品牌再次大力促销,玉米油等出货还不错,但都是零售,基本没有团购。”该食用油企业有关负责人告诉记者,广东市场向来不青睐单位买米买油分发职工或送客户这种方式,广东货币化程度高,不似北方有天气变凉热爱囤米囤油囤菜。这也导致了米、面、油企业不会在广东节假日团购业务上下力气。

“逢年过节,消费者还是愿意自购些粮油的,这是例牌菜,赶在中秋、国庆时去超市买米买油会比较划算,打折、买赠等优惠会较多。”其表示。但为何国庆销售仍较平淡?

对此,一位行业观察人士认为,国庆紧挨中秋,刚经历过中秋节一波购买热潮后,市面需求拉动迹象并不明显。“但台湾问题地沟油等事件应该并未对大陆零售市场造

短不到六年间就已经把自己的产品卖到了全国,目前其门店已经辐射了 27 个省。而 1999 年就已经成立的煌上煌在上市之初的市场仅辐射到了 13 个省,目前也仅辐射到了 13 个省,而且还主要以江西、广东、福建等为主要战场。

经营业绩: 煌上煌更有上升空间

虽然两家公司都属于酱卤行业,经营模式都采用全国连锁模式,但煌上煌一直走的是全产业链模式,不仅经营酱卤肉制品,还卖凉菜,并且兼具养殖、屠宰、加工、销售一条龙服务,产业链拉得很长。

对于煌上煌与绝味竞争的优势在哪儿,曾细华告诉记者,“第一是煌上煌做的时间比较早;第二是煌上煌产业链模式,自己会养殖,通过自己养殖供应的原材料占比有 10%;第三是煌上煌的厂房都是自己建的,没有租别人的,这样在环保上可以做得比绝味好”。据悉,绝味的原材料都是从外面采购的,而且五大客户常年不变。

煌上煌在 2011-2013 年间营业收入基本上维持在 8.9 亿元左右,营收不见增长;绝味则在三年间营收从 2011 年的 13.2 亿元增长到了 2013 年的 22.7 亿元。不过,虽然绝味在营收的增长上明显优于煌上煌,但是营业收入净利率却比煌上煌低,该公司在 2013 年营业收入达到了 22.7 亿元,而当前的净利润却只有 1.9 亿元,营收净利率只有 8.37%,而当期煌上煌的净利润为 1.2 亿元,营收净利率达到了 13.48%。

可以看到,绝味可能是在在门店上存规模优势所以营业收入也较高,但是在净利润上却没有太大优势。相反,煌上煌在门店上仅是绝味的一半,可该公司实现的

花生油跌破百元 调和油降温 短期回暖不易



成明显影响,目前各品类销售十分平静。”他表示。

记者了解发现,本土市场橄榄油、中高端日式酱油等销售增长较快。“像广州这样的一线城市接受油类新品的速度很迅速。现在不少市面新品的做法都是减少广告投放开支,大举押上超市终端营销,食用油、调料产品与消费者互动往往能获得不错效果。”该食用油企业有关负责人表示。

记者采访了解得知,目前豆油、菜油、棕榈油等上游原料均供应量充足,皆因今年主要原料大丰收,不少食用油企业欲年内迅速消化库存。

食用油出现供过于求?

而一直以来持续高价的食用油今年身段柔软、价格亲民,继几大一线品牌年初集体降价达一成之后,近期借国庆“档期”再暗降让利,不少品类的玉米油、菜籽油促销幅度达到 8 折,部分 4 升装花生油跌破百元。而此前 4 升装的纯花生油价格在 120

元左右,现在下调了价格在百元以下,且不少有赠送优惠,其他部分品类调和油、菜籽油也出现了 10-20 元价格下跌。据了解,原料花生仁价格下降明显,目前批发价为 5 元/斤,去年同期比一斤能卖到 7 元-8 元。

募投项目: 绝味重金扩大产能

绝味此次上市拟募集 9.49 亿元资金,其中 7.31 亿元将用于分布在 8 个省份的子公司酱卤食品加工建设项目上,仅有 1.78 亿元用于营销网络的建设,占总募集资金的 18.76%。绝味在招股书中称,公司此次把绝大部分募集资金用在扩大卤制食品加工建设项目上的原因是因为随着公司门店的不断扩张,公司将面临供货能力的不足及产能的不足,所以需要靠扩大产能来弥补。

与绝味不同的是,已经上市的煌上煌在 IPO 时募集资金为 3.4 亿元,其中约有 35.39%用于营销网络建设,该公司希望通过此项目投资建设 108 家直营店,进一步增强产品的市场渗透能力。

在营销网络的建设上,绝味在模仿麦当劳、肯德基,而煌上煌则在模仿绝味,从 2009 年仅有 676 家门店到 2013 年拥有 2043 家,门店数量增长了 202%。煌上煌在招股书中说过,未来 5 年,公司还将继续把重点放在门店开拓和管理上,计划在 2016 年使公司的门店数辐射到 25 个省。

相比煌上煌在门店扩充上下的功夫,绝味这几年把更多的钱财用在了原材料供应上,该公司 2011-2013 年间加盟店数量只增长了 55.9%。(马元月 彭梦飞)

花生油跌破百元 调和油降温 短期回暖不易



元左右,现在下调了价格在百元以下,且不少有赠送优惠,其他部分品类调和油、菜籽油也出现了 10-20 元价格下跌。据了解,原料花生仁价格下降明显,目前批发价为 5 元/斤,去年同期比一斤能卖到 7 元-8 元。

电商渠道也在大搞促销。一号店金龙鱼 5 升玉米油售 69.9 元,且附赠 700 毫升稻米油;福临门 4 升一级花生油售价 69.9 元且满两件打九折;鲁花 5s 压榨一级花生油 4 升 X2 售价 199.8 元。

同时,记者了解到,调和油的销售在一线城市似乎正逐渐降温。“虽然食用油总体需求在放缓,但调和油还是更为明显,这也与口味转变、消费升级等有关。”一位业内人士介绍。

食用油出现供过于求?他认为有此迹象。“尤其是在餐饮消费疲软等背景下,只能依靠节庆大幅让利促销拉动零售,但这类‘强心针’打多了也没用,尤其是广东饮食偏清淡,家庭食用油需求不会随产品价格走低而扩大。”(涂瑞玉 王燕)

食品企业 开网店没有 50%毛利难生存

重庆食品企业如何在电子商务发展大潮中闯出一片天地? 10 月 13 日,全国首届食品电子商务高峰论坛在渝举行,上百家食品企业和来自全国的电商营销专家聚首重庆支招。

“现在要在天猫上开网店,产品本身没有 50%的毛利是很难生存下去的。”曾经参与“褚橙”、“钻石小鸟”等推广的电商专家上海壹炫网络科技有限公司总经理徐哲告诉记者。他说,如果你在网店卖的产品价格是 10 元,那么其中 2.5 元就要付给天猫当广告费,另外 1 元是人力成本,除此之外,这 10 元里还包括 0.5 元的物流费和 0.3 元左右的税费等,这样算下来,网店经营者拿到手的只有 5.7 元而已。

“现在网店创业已经很容易,但未来的形势却是越来越严峻了。”10 月 13 日,重庆味派网总经理李焯焯也说,现在,开网店不仅要实名注册,而且对网店进行推广和宣传需要更多的资金投入,一年算下来没有 30-40 万是无法做到的。(曹嘉智)

北京整顿 APEC 环境秩序 城管排查餐饮企业

记者近日从市城管局获悉,城管部门对 APEC 会议接待餐饮企业及周边 200 米内公共服务用户进行拉网排查,消除燃气、餐厨类安全隐患 78 处。

据了解,今年 9 月份,全市城管部门以国庆 65 周年和 APEC 会议环境保障为重点进行执法检查,仅非法小广告就发现 9700 起;市级警示追呼电话号码 14709 个,停机 1858 个。城管部门还对 30 家 APEC 会议接待餐饮企业及周边 200 米内公共服务用户进行拉网排查,消除燃气、餐厨类安全隐患 78 处。另外,对露天烧烤、无照经营等,立案达 7000 余起。三环路内 135 处露天烧烤高发点位的举报量,同比下降近九成,全市百处无照经营点位举报量同比下降三成多。(袁国礼)

恒天然奶粉再遭封杀 数名儿童出现中毒症状

据经济之声报道,路透社消息称,斯里兰卡南部有数名儿童在食用相关恒天然奶粉后,出现食物中毒症状。恒天然因此有 76 吨奶粉被禁止在斯里兰卡继续销售。但恒天然方面却表示,“肯定与产品无关”。

对此,乳业分析师陈渝说:“恒天然的奶粉出口遍及世界许多国家,之所以在斯里兰卡出现问题,具体原因不好说,不排除当地儿童对蛋白质过敏的问题或者是冲奶粉的饮用水问题等等”。

因此,现在只能希望斯里兰卡海关和恒天然方面,尽快把具体的原因找出来,告知消费者。(中广)

湖北省开展 食品安全责任保险试点工作

日前,湖北省食品药品监督管理局和省保监局本月联合印发了《湖北省食品安全责任保险试点工作实施方案》,湖北省食品安全责任保险试点工作全面展开。

根据方案,所有食品生产经营企业均可作为食品责任保险的参保对象,各市州可结合实际选择部分县市区开展试点,重点选择各类学校食堂、集体配餐企业、中央厨房、大中型酒店、农村集体聚餐提供者等餐饮服务单位;生产食品添加剂、乳制品、肉类产品、饮料、冷冻食品、酒类等产品食品生产企业;食品批发企业、食品经营超市等食品流通企业开展试点工作。

省食品药品监督管理局、省保监局将联合制定管理办法,面向市场公开选择 4 至 5 家实力强、信誉好、网点全、偿付能力充足的保险机构作为推荐承保机构,具体负责食品安全责任保险试点期间的承保工作。通过试点,旨在探索食品安全责任保险运作模式,建立政府、保险机构、投保企业和消费者多方参与、互利共赢的风险防控机制和激励约束机制,为全面建立食品安全责任保险制度积累经验。(陈屿 高仍兵)

“褚橙”减产 配送范围缩小至 22 个城市

由于今年褚橙原产地袁牢山橙子减产,记者日前从本来生活网方面了解到,预计今年 11 月初开始现售。配送范围缩小至其生鲜配送可达的全国 22 个城市,单箱规格将从往年的 5 公斤减至 2.5 公斤重量。据悉,今年“褚橙”预售首发将设置在本来生活手机端,每个用户限购 5 份“褚橙”。(州州)

酿造品质生活 成就非凡人生

四川省泸州玉蝉酒业有限公司 联系电话:4009-919-979