

# 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

2015年1月2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



一周要闻

### 东莞南天生态食品城开盘

通过 O2O 运营系统,线上展示、推广、交易,线下实体店体验食品产品质量,以各类进口食品为主打内容,日前,位于茶山的南天(国际)生态食品城开盘。该项目位于东莞市茶山镇的主干道——茶山大道旁,项目占地约 11 万平方米,总建筑面积约 21 万平方米。

据该项目相关负责人介绍:在打造 O2O 运营平台过程中,他们与北京新发地批发市场、南京众彩农副产品批发市场等国内知名农产品市场结成联盟,组建合作电商平台无缝对接,并启动新加坡 O2O 运营中心,助力打造各类中外食品名企、生态健康产业企业的国际互贸。

据悉,目前,中国内地进口食品每年的交易额高达 2800 亿,且每年以两位数的幅度增长。据美国食品工业协会预测,至 2018 年中国内地进口食品每年的交易额将会达到 4800 亿的惊人额度。该项目目前招商率已达到 70%,进口食品类产业占了将近 53%,进驻商家来自马来西亚、泰国、印尼、法国、加拿大等地。本项目将于 2015 年 5 月中旬对外营业。(郭杨阳 丘想明)

### 2500 多种假冒伪劣食品药品在呼和浩特集中销毁

去年 12 月 27 日,自治区、呼和浩特市(过期)食品药品集中销毁活动在新华广场举行。在活动现场,工作人员将查获的部分不合格食品药品进行了集中展示,并向市民普及了食品药品安全常识。随后在西郊垃圾填埋场将查获的 2526 种假冒伪劣食品药品进行了集中销毁。

据了解,去年以来,呼和浩特市在健全完善日常巡查的基础上,进一步明确了食品药品生产、流通、消费各环节执法检查重点,完善措施,强化监管,按照“两个 70%”的工作要求,在全市实行“错时查”、“假日查”,切实加大了违法违规行为的打击力度。去年以来共查办食品药品各类案件 2202 起,取缔“黑窝点”356 户。(魏宝红)

### 海南省商务厅发文要求保证两节食品供应

去年 12 月 28 日,记者从海南省商务厅获悉,为了保证元旦、春节节日市场粮、油、肉、禽、蛋、菜等主要生活必需品的市场供应,省商务厅发文要求该省商务系统协调企业做好商品储备满足供应,并做好生产安全。省商务厅要求,节日前夕,各地商务主管部门要组织开展市场巡查走访,掌握主要商贸企业销售和库存情况,加强本地应急储备,应急商品集散地和投放点的管理,做好应急投放准备工作。(韩建东)

### 河北保定涞源县开展食品安全隐患排查 取缔“黑作坊”

河北保定涞源县委宣传部去年 12 月 29 日透露,该县坚持以日常监管为主线,深入开展食品安全隐患排查,有效防范食品安全风险。

按照排查要全面、治理要彻底、成果要巩固的要求,涞源县始终将食品安全隐患排查工作作为一项常规性工作,细化完善监管执法措施,扩大食品安全监督检查、市场巡查、执法检查的频次、范围,消除带有行业共性的隐患,清理整顿不符合食品安全条件的生产经营单位,坚决取缔“黑工厂”、“黑作坊”和“黑窝点”,以实实在在的工作成效维护食品市场秩序,净化食品市场环境,防止问题反弹,有效防范食品安全风险。(中新网)

### “有机生活”巡展成都

如今,不少人把有机和健康联系在一起。但是,如何分辨有机食品,很多人却云里雾里。去年 12 月 26 日,藏本源西藏有机生活馆开业仪式暨“人与自然的幸福感”有机生活巡展的发布会在成都举行。据现场成都营养师协会专家介绍,消费者选购有机食品必须要认准包装上是否有这三项信息:中国有机产品标志、有机认证机构的名称和认证编号。

同时,专家也提醒,购买时还应注意三点:首先看标志,商品上会标注“有机码”和国家认监委批准的认证机构名称;其次看包装,有机产品的包装通常使用天然木、植物茎叶、竹和纸等可生物降解和回收利用包装材料制成;最后查网站,消费者可登录国家认监委官方网站“中国食品农产品认证信息系统”,输入有机码进行查询。(张锐)

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

## 进口牛奶原奶价格低于国产牛奶

除了“赔本赚吆喝”的策略之外,进口牛奶的低价还有一个很重要的原因是,进口牛奶的原奶价格低于国产牛奶,这是不可比拟的成本优势。

进口牛奶在中国市场不断升温,而各种传言和说法也纷纷难辨,某些品牌奶源是否进口?为何专供中国市场?获得超长保质期的方法会否导致营养流失?

媒体采访了牛奶厂商及多位业内人士,试图作出回答。

### 为什么常温奶占多数

数据显示,目前的中国液态奶市场,常温奶占比 70%~80%,巴氏奶的市场份额不到 30%,而且常温奶的增长速度远超巴氏奶。

事实上,在中国关于常温奶和巴氏奶的争论持续了多年。

常温奶也称 UHT 奶,采用超高温瞬时灭菌(UHT)技术,4~10 秒内用 135℃~140℃超高温灭菌,并以利乐砖为包装,由此获得 6~12 个月的保质期和无需冷藏的常温保存。

巴氏奶又称鲜奶或低温奶,采用巴氏杀菌法加工而成,特点是采用 72℃~85℃高温杀菌,一般保质期在 7 天,需要低温冷藏保存。

进口牛奶到达货架需要较长时间,这也是进口牛奶绝大多数为常温奶的主要原因。

很多专家指出,UHT 技术会导致牛奶营养成分流失。

针对营养损失问题,澳大利亚品牌德运在中国的独家代理商、富祺仕贸易(上海)有限公司总经理杨颖对媒体表示:“高温灭菌是瞬间灭菌,营养成分不流失是不可能的,比如维生素等可能会受影响。对于国产奶,



喝新鲜的比较好。但即便是巴氏奶,一旦加热,维生素等营养成分还是会有所损失,不过蛋白质和钙还存在。”

### 为什么入境周期长

对于进口牛奶来说,首先要经历的,就是长达 2~3.5 个月的出关、运输和入关流程。

一罐保质期 12 个月的进口牛奶,3 个月运输,加上保质期最后 3 个月不易销售,黄金销售时间只有 6 个月左右。

进口牛奶要经过出厂检测、出境检测和入关检测三道程序。

一般乳品厂生产完成后先做出厂检测,然后送去实验室培养细菌,做抽检,将报告提交主管部门,拿到卫生证。有了这些证书和装箱单等,才能通过轮船出口中国。

杨颖告诉记者:“到了中国,清关、完税,包括等待卫检证书,还需要至少一个月。”

到达中国的产品还不能马上销售,要放在海关和商检认可的监管仓库,等待中国检疫局发给代理商可销售的卫生证书,这些产品会被带去检疫局的实验室抽检。

整个通关时长对来自德国 Deutsches Milchkontor GmbH(DMK)旗下品牌德德堡来说显然略快一点,德德堡中国区负责人王凡表示:“通关结束需要 60 多天,然后我们就可以开卖了。”

对于 SUKI 多美鲜来讲,向工厂下订单后,工厂一般需要 2~4 周来安排生产(淡旺季不同),之后安排订船也需要 2 周,还有 4~6 周的船运,通常情况下,一个订单需要 3~3.5 个月才能拿到货。

SUKI 多美鲜是由德国供应商 Kaserei-Champignon 授权代理商上海高夫食品有限公司在中国注册的品牌。上海高夫食品有限公司投资建设了一个 1.5 万平方米的仓库,作为海关的监管仓库。这样就不用在海关等待进入监管仓库抽检,而是可以在清点货物和付完所有费用之后,将货带到自己的仓库检测。

这家公司的市场总监马莹告诉记者,这是中国的一个试点,而他们是上海唯一有这类资质的代理商。

电商平台 1 号店高级商品总监赵家钰告诉记者,收货时他们会要求产品的剩余保质期不能低于 50%,对保质期还有一个月的商品主动下架。而下架的商品,自营品牌会销毁,其他商家销售的产品可能会低价清货。

### 为什么低价

目前,牛奶的关税是 15%,增值税是

17%,再加上营销渠道费等其他成本,似乎很难赚到钱。

而进口牛奶的价格并不算高。例如,1 号店在售的德德堡全脂纯牛奶(1L)单价为 10.9 元,纽麦福全脂纯牛奶(1L)单价为 9.9 元,而三元特品牛奶(1L)单价为 11.9 元,伊利纯牛奶(1L)则为 10.5 元。

“如果是品牌商直接和我们对接,他们会给出指导价,比如安佳、纽麦福、德亚等,这样可以跨过代理商、分销商。而代理商则不太有品牌意识,价格会比较乱。”赵家钰说。

乳业专家王丁棉告诉记者,进口牛奶代理商一半是亏本的。而马莹则表示多美鲜最主要的生意是奶酪黄油,牛奶不作为盈利项目。

为了打开中国市场,赢得知名度,一些进口牛奶会将价格压得很低,尤其是在节假日期间。

而定价高低,实际上与不同品牌的定位与战略有很大关系。

“德运从来不会卖到很低,我们有指导价,为了维护品牌形象,我们只是做买一赠一。”澳大利亚品牌德运定位是中高端产品。

但德运并不打算做高端牛奶的概念,王凡的目标是使进口牛奶成为中国家庭可以信赖并长期使用的产品,使大多数家庭可以支付得起。

进口牛奶的低价还有一个重要原因——原奶价格低于国产牛奶。欧盟 2014 年原奶降价幅度之大十分少有,根据 IFCN(国际牧场联盟)最新数据,2014 年 10 月全球原奶价格持续下跌,达到 34.8 美元/100Kg,约合人民币 2.16 元/Kg。而 2013 年,全球平均奶价是人民币 3.2 元/Kg。(马莉)

## 多部委联合发文: 严打食品中添加罂粟壳

去年 12 月 27 日,国家禁毒委办公室联合公安部、食药监总局、工商总局下发通知,要求严厉打击在食品中添加罂粟壳的行为。

4 部门要求各地有关部门对食品生产经营者和罂粟壳的经营供应、使用等单位进行一次全面深入的实地走访排查,加强食品抽检、检测,及时发现使用、贩卖生产罂粟壳(粉)调味料行为,从严、从重、从快处罚。重点加强对小餐馆、火锅店、烧烤店、麻辣烫店、麻辣香锅店、凉皮店、面皮店、小吃店等的日常监管和重点抽检,凡发现在食品中掺用罂粟壳的,要严格按照《食品安全法》等规定予以处罚,并将查处情况通报当地公安机关和工商部门。强化对集贸市场、调味品批发市场及零售单位,特别是供应、使用罂粟壳情况较多的中医中药等重点单位的巡查,对构成“教唆、引诱、欺骗他人吸毒罪”、“非法持有毒品罪”、“生产、销售有毒有害食品罪”等罪名,以及“非法运输、买卖、储存、使用罂粟壳”等违法行为,严厉追究涉案单位及相关责任人员的法律责任。

据了解,此次打击将对食品中添加罂粟壳问题坚持“零容忍”原则,对发现的每一起食品添加罂粟壳案件,都要对产品原料产销产业链进行顺线深挖,一查到底,深入追查罂粟壳的来源与流向。对国家特殊管理的药用罂粟种植、罂粟壳生产、加工和供应的各个环节进行细致梳理,查清管理漏洞和薄弱环节,严防药用种植的罂粟壳流入社会中药材市场或农贸市场售卖。加强对通过互联网销售、贩卖罂粟壳及罂粟壳(粉)调味料行为的监管和立案侦查,加大对隐匿生产厂家的落地核查,严厉打击网络贩毒犯罪行为。对非法种植罂粟活动活跃的地区,要破获一批种毒案件,严惩一批种毒违法犯罪人员,彻底消灭罂粟壳供应来源,对于工作中失职、渎职的监管执法人员,要追究相关责任。

4 部门要求有关部门之间加强配合,通过此次全面排查行动,建立健全部门间情况通报、案件移交等合作机制。食药、工商等部门发现违法添加罂粟壳线索的,在做好证据收集固定工作的同时,要立即向当地公安禁毒或治安、食品犯罪侦查部门通报,需要追究刑事责任的,移交公安机关立案侦查,严禁以罚代刑、有案不移。对食品药品监管、工商等部门提供的食品添加罂粟壳线索,各级公安禁毒、治安、食品犯罪侦查等部门要提前介入,及时成立联合调查组开展案件侦办。对于跨省份案件或案情重大的,要及时将案情上报公安部禁毒局和治安管理局,符合公安部部级毒品目标案件立案标准的,要及时申报公安部禁毒局毒品目标案件进行重点经营。据透露,当前非法种植罂粟壳活动较为活跃的地区包括河北、黑龙江、内蒙古、山西、甘肃、陕西、福建等地。(袁国礼)

## 江西不少病死猪被收购 餐桌安全必须严管

有媒体调查发现,江西高安不少病死猪被猪贩子长期收购,有些病死猪甚至携带 A 类烈性传染病口蹄疫,被销往全国多个省市。目前,农业部已派出督导组开展现场调查。

类似收购贩卖病死猪的事件,近年来各地频有发生,但往往是一查就紧、一放就松,没能有效根除。按照国家相关规定,对病死畜禽必须做无害化处理,绝对不容许

违法屠宰和销售;各级动物防疫监督机构对处理要做好相关记录、归档等工作。但高安爆发的“病死猪风波”表明,到底有多少被真正无害化处理了,恐怕在一些地方还是一笔糊涂账。

保证食品质量,有赖于生产环节的精心管理与严格控制,更离不开监管环节的全面把控与严密监督。包括病死猪在内的食品安全问题之所以屡禁不绝,固然有利益驱动

的因素,但最根本的原因是制度约束的乏力、监管各环节的失守。此外,还有使用国家禁用农药、兽药或者其他化学物质的,因为其“隐蔽”,就更加需要监管部门的介入。食品安全大于天,监管部门应当充分认识到“餐桌上的风险”,不仅仅满足于媒体曝光后的被动执法。期待类似事件的依法处理,能换来更多人对食品安全的重视,以及监管制度自身的完善和有效运行。(舒圣祥)

## 沈阳市专项整治农村食品市场

去年 9 月以来,辽宁省沈阳市在全市开展了农村食品市场“四打击四规范”专项整治行动,农村食品市场出现了良好的健康发展势头。

截至 11 月底,全市共检查食品生产、流通、餐饮企业 14499 户,覆盖率 73.5%。此次监督检查食品 817 个批次,其中已经抽检完成 400 批次,合格率为 98.4%。通过专

项整治行动,沈阳市食品生产经营行为更加规范,食品生产经营者依法经营意识明显提高。

(于险峰 张仁军)

## 可口可乐盈利下滑全球裁员 碳酸饮料销售低于预期

计划裁员一两千人的中国公司。上次大规模裁员还是在 2000 年。“谁也不知道厄运会不会降到自己身上”,2014 年平安夜,部分可口可乐的员工还如此担心。记者去年底从可口可乐中国公司确认,公司全球裁员是计划中的事情。

### 高管放弃专车改乘出租车

近日,外媒报道称,可口可乐公司计划未来几周内在全球范围裁员 1000~2000 人。一旦计划实施,本次裁员将成为可口可乐公司 2000 年以后最大规模的裁员。另外,该公司还将推出更严格的预算,例如要求公司高管放弃专车改乘出租车,以及取消招待华尔街分析师的圣诞聚会。

据悉,本次裁员行动是可口可乐公司 2014 年 10 月份宣布的成本削减计划的一部分。当时,为了应对盈利下滑,可口可乐宣布,计划在 2019 年之前每年节约 30 亿美元成本。

12 月 24 日,可口可乐中国公司相关负责人告诉记者,他已就此事与公司全球相关负责人沟通。他称,2014 年 10 月公司确实宣布了目前正在全球范围内进行提高生产力的全面策略规划,其中包括裁员计划。

“但是对于报道中关于裁员的人数,总

部没有做这样的确认”,上述负责人表示,裁决计划何时实施尚无时间安排计划,但是裁员范围应该包括中国市场。据了解,可口可乐在全球拥有将近 13 万名员工。

### 十几年前曾裁员 5000 人

“谁也不知道这个厄运是否会降临到自己身上”,一位可口可乐中国员工这样告诉记者。

而有媒体援引知情人士表述称,可口可乐公司的裁员公告将会在 2015 年 1 月 8 日送达北美地区的员工,全球其他地区的员工则将会在 2015 年 1 月 15 日获得裁员计划的时间表。有消息甚至称裁员人数超过 2000 名。

可口可乐上一次大规模裁员是在 2000 年,当时由于盈利下滑和销售不畅,裁减了 5000 人。

### 碳酸饮料销售低于预期

据了解,目前整个碳酸饮料市场销售疲软,可口可乐 2014 年三季度财报显示,碳酸饮料销售低于预期,净利润为 21.22 亿美元,同比下降 13.8%。

目前,这个碳酸饮料的巨人开始将目光转向其他细分市场,就在不久前,可口可乐宣布在美国推出一款高端牛奶产品以进



军乳制品市场。这款高端牛奶产品由于采用了独家的牛奶过滤专利技术,因而做到了高蛋白质和低糖分,其价格是普通牛奶的两倍。有媒体引用可口可乐全球消费者主管山迪·道格拉斯的说法称:“未来我们将花一段时间来投资牛奶业务、树立品牌,所以刚开始几年并不会有太多现金收入,但就像 Simply(可口可乐的高端果汁系列)一样,只要把它做得足够好,将来就会成为摇钱树。”(胡美红 贾伟)