

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30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

后官司时代 凉茶市场格局或有所变

王老吉凉茶诞生于1828年。187年后,“王老吉”这三个字的含义,从最初的凉茶铺子,变成了一个拥有几百亿产值的巨大产业。伴随着广药王老吉与加多宝轰轰烈烈的官司战、营销战,凉茶这个原本小众的饮料品类几年间迅速为全国人民熟知,更是引起了一波又一波热议话题。

两种红罐局面暂未改变

在连续败诉商标案、广告语案等多起与王老吉间的纠纷后,2014年底,加多宝再度输掉了红罐包装装潢纠纷案。按照广东省高级人民法院的一审判决,加多宝将停止使用和生产相关商品。

但是随着加多宝启动了上诉程序,一审判决暂时不产生法律效力。媒体近日走访北京的多家超市发现,在饮料货架上依然有两片醒目的“红色”区域,分别是红罐包装的王老吉凉茶与加多宝凉茶。

王老吉代理律师史玉生表示,“现在用的话也可以,但是加多宝要承担相应的风险,因为用的越多,将来王老吉可能会考虑提出追加索赔。因为一审判决1.5亿的赔偿金额是计算至2014年10月份,10月份以后继续用的话仍然是侵权的,王老吉还可以追

索这部分损失。”

北京达晓律师事务所资深律师吴一兴表示:“法院对王老吉与加多宝此前系列争议的认定与裁决都是有理论依据与法律依据的,基本保证了程序正义与事实正义。”

目前,“两种红罐”甚至“N种红罐”的局面还将持续一段时间。广东营销学会会长杨洪分析认为,虽然判决没有生效,但已给目前的经营带来风险,尤其是渠道风险,代理商、经销商由于有共担风险的可能,会造成生意的不确定性,加多宝能否保住现有的市场地位将成一大悬念。

2015年凉茶市场格局或许发生变化

“红罐案”一审宣判后,加多宝立刻启动了强大的公关团队,推出“你行、我行”系列海报,一时又引发了社交平台的转发与评论。

面对红罐案的胜诉,王老吉并没有高兴得忘乎所以,也没有选择与加多宝继续打“嘴仗”,它选择重新出发,用创新营销迎接新的挑战。

2014年12月22日,王老吉隆重推出



“福、禄、寿、禧、财、吉”新春吉祥罐,并于元旦在京东独家首发,在深刻体现民族烙印的同时,也更具时代青春感,在品牌年轻化营销上迈出了崭新的一步。与电商的“亲密接触”也将极大地帮助王老吉吸引新一代消费群体。

2015年1月13日,王老吉大健康母公司广州白云山医药集团宣布百亿融资计划中的40亿元资金将全部用于王老吉的品牌推广及渠道建设,母公司的资金支持将成为王老吉2015年市场发力的强大后盾。

中国食品商务研究院研究员朱丹蓬接受媒体采访时表示:“2015年可能是凉茶市场格局发生变化的重要年份。赢得一系

列官司为王老吉的乘势追击提供了最好的机会,相反竞争对手加多宝则正处于被动局面。对于王老吉而言,只要把握好了这次机会,便可乘胜追击,获取更大的市场。”

凉茶行业需要健康的公众形象

作为曾经的合作者,加多宝与王老吉几年来剑拔弩张,硝烟四起,吸引了无数眼球,客观上促进了整个凉茶行业的火热增长。但是对于没完没了的官司大战与争锋相对的口水大战,看客们也已逐渐厌倦。

广州王老吉大健康产业有限公司董事长陈矛曾公开表示:“商业社会,要提倡法治精神;商业文明的形成,要遵守契约精神;商业运行的原则,更要尊重事实、尊重消费者。”

作为生产事关公众安全的食品的行业,应该本着诚信和规范经营的基本共识,创造公平竞争的市场环境,共同培育和维持产品与市场的公众形象,整个行业才能长久的发展下去,真正做强做大。虽然两家企业积怨已深,但是山头大了,一山也能容二虎。结束恩怨、健康发展,推心置腹、互有诚意地坐下来共商发展大计,应该是大家都乐见的结果。

(方玮晴)

哪十件营养大事影响了2014年百姓生活?

2014年是我国社会发展朝向“健康中国”大踏步前进的一年,也是“法制化”建设起步的一年。这一年,中国发生了哪些影响百姓健康生活的大事呢?近日,中国营养学会发布了营养界影响百姓的十件大事。

1.国务院发布《中国食物与营养发展纲要(2014-2020年)》(以下简称《纲要》)。《纲要》为未来设定了我国的食物生产目标和营养发展目标,提出了未来七年我国食物与营养发展工作的指导思想。《纲要》提出优先发展“三个重点产品”:优质食用农产品、方便营养加工食品、奶类与大豆食品;优先关注“三个重点区域”:贫困地区、农村地区、流动人口集中及新型城镇化地区;优先改善“三类重点人群”:孕产妇与婴幼儿、儿童青少年、老年人。

2.中国居民慢性病与营养监测进一步扩大和加强。2014年10月,在卫计委的领导下,中国疾病预防控制中心组织实施《中国居民慢性病与营养监测工作方案》,这一方案的实施将为监测我国居民营养状况、慢性病发病率、营养改善等提供科学数据。这将对全民营养状况提高、疾病预防起到重要监控作用。

3.《中国居民膳食指南》修订启动。新版《中国居民膳食指南》将指导老百姓如何安排一日三餐,通过三餐的食物摄取充足的营养素,达到营养平衡。

4.国产婴幼儿奶粉管理新规出台。2014年,国家食品药品监督管理局开始对国内加工制作的婴幼儿奶粉的生产条件、产品配方进行管理和审查。

5.《学龄儿童青少年营养不良筛查标准》(WS/T456-2014)发布。该标准确定了学龄儿童、青少年生长迟缓、消瘦两类营养不良的定义、筛查指标和界值范围。可用于对6-18岁学龄儿童和青少年营养不良的筛查,为全国卫生保健系统统一诊断、判别和营养干预措施提供依据。

6.中国营养学会发布新版《中国居民膳食营养素参考摄入量》。《中国居民膳食营养素参考摄入量》是一切营养学相关的教学和科学研究的基础,是国家相关政策、标准、法规和国家营养干预项目的理论基础。

7.特殊医学用途配方食品通则标准实施。特殊医学用途配方食品是为了满足进食受限、消化吸收障碍、代谢紊乱或特定疾病状态人群对营养素或膳食的特殊需要,专门加工配制而成的配方食品。

8.中央财政下达2014年农村义务教育学生营养改善计划专项资金162亿元。儿童是我们的未来,这项工作将对他们的身高体重、智力发育乃至整体健康成长起到一定的促进作用。

9.老年健康核心信息发布。为增强老年人健康意识,进一步开展老年健康教育,营造全社会关心支持老年健康的氛围,提高老年人健康素养水平,国家卫计委家庭司组织专家编写了老年健康核心信息,印发各地,供营养教育和健康管理中使用。

10.营养立法再次启动并递交国家卫生计生委生育委员会。在卫计委疾控局的领导和支持下,中国营养学会经过调研和修改,2014年12月再次提交了《营养改善条例》立法方案。此方案涉及百姓生活的多个方面,若获得批准,将大大提升百姓日常生活健康质量。

(魏世平)

饿了么8个月估值翻番 烧钱大战转向餐饮

一个懒惰的吃货可以带动多大的生意?也许你没想到手指在手机上一滑,在家等外卖上门这个简单的动作竟会成为一个风口,引得BAT以及小米等巨头全线入局。

1月27日,外卖平台饿了么宣布获得中信基金、腾讯、京东、大众点评的3.5亿美元投资,而这距其8个月前融资的估值翻了一番。至此,阿里、百度、腾讯、小米等互联网巨头均已在餐饮外卖领域布局。

2014年以快的和滴滴的烧钱大战开始,而今年,战火转向了餐饮。

继10天前美团宣布获得7亿美元巨额融资,将大力发展外卖业务之后,1月27日,饿了么宣布获得中信产业基金、腾讯、京东、大众点评等3.5亿美元融资。饿了么CEO张旭豪透露,将会获得微信、京东、大众点评等资源的支持,但拒绝透露细节。

去年一年,饿了么的业务覆盖城市从20个一下扩充至250个,对外公布的日订单数也呈现20倍的增长,从2014年5月接受大众点评投资时的10万单直线上升到200万单,全年平台交易金额达1.1亿元。而投资方对饿了么的估值也从去年5月D轮的5亿美元,一下蹿上了E轮的10亿美元估值。

BAT加小米均已入局 外卖门槛已大幅提高

伴随着腾讯入局外卖领域,BAT外加小米均已布局外卖市场,这意味着互联网巨头们在购物、出行之外,开启了新市场的瓜分。

去年1月24日,百度全资收购糯米网,4月14日,悄然上线百度外卖,并很快推出免配送费等优惠活动,开启烧钱大战。而腾讯继2月份入股大众点评后,27日又参股饿了么。阿里巴巴则分别通过补贴自身的淘点点外卖系统,以及参股的美团外卖业务,拼杀外卖大战。京东更是在2013年投资到家美食汇之后,先后继续追投到家美食汇和参股饿了么,补充其线下关系链。就连小米也在去年三月投资了我有外卖网站。

除了巨头外,去年还有各种投资涌入外



卖领域。而经过一年的发展,外卖门槛已经大幅提高。一位外卖从业者表示,如今的外卖市场已经成为巨头的游戏,小玩家只能寻找自己的特色,从差异化出发。而未来,前几名的外卖企业之间可能会进一步合并整合,最终形成一两家龙头企业。

发优惠券、自建物流 下一轮拼的是谁能更快抢市场

一位业内人士对记者表示,如今美团和饿了么的外卖业绩几乎不相上下,下一轮比拼的就是谁能更快地抢市场。

除了不停发放优惠券抢夺新客户外,还需要自建物流体系等提升用户体验以提高老用户的忠诚度。而这一切都需要资金的支持。业内人士认为,外卖企业的竞争已成为巨头的资本对抗,“谁有更多资金和背后资源支撑,将获取这场餐桌游戏的更多主动权。”

不过,到家美食汇创始人孙浩却不看好这场烧钱游戏:“过度烧钱会让市场变形,扭曲市场的良性竞争状态、扭曲用户的真实需求。”在孙浩看来,烧钱烧出来的市场更多的是价格敏感的市场,而有外卖需求的人群到底是谁在乎价格还是更在乎服务?目前还没有定论。只有当烧钱战役偃息息鼓的时候,才能看清楚挤掉水分后的真实市场。

全球大豆价格低迷将持续两年

尽管2014年中国大豆进口首次突破7000万吨大关,但是全球创纪录丰产的背景下,国际大豆价格仍在持续下跌,推动国内豆粕现货价格一个月内跌幅达到8%以上。而投行预计未来国际大豆价格仍将持续低迷。

海关总署近期公布数据,我国2014年1-12月份大豆进口总量为7140万吨,首次突破7000万吨,创历史最高。而中国农业部预测,2014/2015年度中国大豆进口量将达到7800万吨,将再创历史新高。

不过,中国创纪录的进口并没有提升国际大豆价格。数据显示,去年12月大豆进口量为853万吨,较上年同期增加15.3%,较11月份的603万吨增加41.5%。大豆进口平均成本为574美元/吨,较上年同期的604美元/吨下降5%。

数量庞大的进口大豆使得压榨后的豆粕价格出现持续下跌。今年年初至今的不足一个月时间内,国内豆粕现货价格由3212

元/吨下跌2932元/吨,累计下跌280元/吨,跌幅8%。对比数据显示,1月份国内豆粕现货价格的下跌速度远大于国际大豆市场的下跌幅度。

国际大豆价格和国内豆粕价格持续下跌的重要原因是全球大豆创纪录的丰产。美国农业部最新公布的数据显示,2014/2015年度全球大豆产量预计3.14亿吨左右。这是全球大豆产量首次突破3亿吨,较2013/2014年度2.83亿吨的纪录产量,仍高出3063万吨。其中,美国大豆产量统计约1.08亿吨,而上年的纪录产量为9139万吨。

国际谷物理事会的最新报告也预计,2014/2015年度全球大豆产量将达到3.12亿吨,较上次预测值高出400万吨,也高于上年的2.84亿吨。本年度大豆期末库存预计为4200万吨,高于上年的3100万吨,比上次预测值高出400万吨,比上年增长35%。同期,2014/2015年度全球谷物总产量(不包括大米)也将达到创纪录的20.02亿吨,谷物期末

库存将增长7%,达到4.32亿吨,这将是自上个世纪80年代中期以来的最高水平。

鉴于大豆如此严重的过剩局面,麦格理银行预计,芝加哥期货交易所(CBOT)大豆期货价格可能跌至2009年以来的最低水平,而且未来两年大豆期价依然看跌,因为大豆价格仍相对高于其他一些竞争性农作物,这可能导致大豆播种面积提高。在美国,大豆价格仍比玉米有竞争力,因而今年大豆播种面积可能再度增长5%,达到创纪录的8790万英亩。

麦格理银行称,本年度以及2015/2016年度全球大豆供应依然严重过剩,大豆价格表现不佳。麦格理银行预计,今年四季度大豆期货平均价格将跌至9美元/蒲式耳,2016年四季度将跌至8.70美元/蒲式耳,这将是自2009年3月份以来的最低水平。麦格理银行还预计CBOT2016年11月大豆期约价格为9.66美元/蒲式耳。

(魏书光)

光明乳业旗下荷斯坦牧业引入超12亿元风投

27日,光明乳业下属子公司荷斯坦牧业有限公司与亚太知名私募基金RRJ正式签订增资协议,光明乳业将以荷斯坦牧业现有全部资产出资持有55%的股权,RRJ下属全资子公司以12.25亿元人民币持45%股权。合资公司将包括荷斯坦牧业的全部奶牛牧场及相关业务。

光明乳业相关人士表示,高品质奶源是提升企业竞争力及确保食品安全的重要因素,是公司全产业链模式中的关键模式,荷斯坦牧业计划在未来3-5年内大幅度扩大规模,牧场数量将从现在的12个增加到未来的20余个,单个牧场规模也将进一步扩大。

而且,光明乳业还与RRJ约定,将尽力使荷斯坦牧业在合资公司成立后三个完整会计年度内启动IPO工作,或在成立后五个完整会计年度内实现合格IPO。(周琳)

西安市雁塔区食品药品监督管理局对农贸市场食物开展快检

春节即将来临,为确保百姓“舌尖上的安全”,西安市雁塔区食品药品监督管理局近日开展了快速检查,利用食品快检车、快检箱等技术手段,在辖区内的朱雀、西部欣桥等大型农贸市场和超市集中开展了食品快速检测及专项整治活动。

检测现场不仅有执法人员主动抽检,同时接受群众送检,并设有投诉举报电话。春节前,雁塔区食药监局还将在大型超市、便民市场等区域,针对群众节日大宗消费食品、儿童食品及年夜饭进行安全抽检和监督抽查,确保群众度过一个祥和愉快的佳节。

(韩艳)

冰岛男子5年前购买汉堡薯条至今仍未发霉

据外媒报道,2009年麦当劳在冰岛撤出时,冰岛居民斯马拉森趁分店最后一天打烊前购买当地最后一份汉堡包和薯条,其后把它们捐给国家博物馆,记录麦当劳在当地的历史。

报道说,至今经历5年半,但汉堡包竟然还没发霉,令28岁的斯马拉森啧啧称奇,笑言它可能是世上历史最久的汉堡包。

斯马拉森表示,博物馆展出食物3年后接获投诉,于是退回展品,但他没丢掉这份麦当劳餐,改为在自于首都雷克雅未克经营的酒店酒吧继续展示。斯马拉森还说,食物似乎毫无腐烂迹象,只是薯条数量有所减少,怀疑有人参观期间偷偷吃。(中新网)

15家餐饮企业参与减盐 庆丰包子铺推减盐包子

1月27日,西城区健康促进工作委员会、卫生局、西城疾病预防控制中心推出全民健康生活方式的“减盐行动”,15家餐饮企业参与,作为重点数据跟踪监控企业,庆丰包子铺“减盐冬笋酱肉包”率先亮相。

此次全国290家庆丰包子连锁店将同步推出“庆丰减盐冬笋酱肉包”,食用盐实际减少量达到6%,酱油用量减少4%。同时,庆丰包子铺研发中心专门设立“健康减盐工作室”,在口味不变、品质不变的基础上,为减盐包子提供数据技术支持。

据介绍,2014年,西城区卫生局联合饮食行业协会在辖区所有餐饮业开展低盐低油菜系的研发推广。除了庆丰包子铺,参与此次“减盐行动”的还有鸿宾楼、砂锅居、东方饺子王、广电总局食堂等餐饮服务企业。

(胡笑红)

河北省食品药品安全工作会议召开

1月27日上午,河北省政府食品安全委员会第四次全体(扩大)会议暨全省食品药品安全工作会议在石家庄召开。省长张庆伟对食品药品监管工作作出重要批示,副省长许宁出席会议并讲话。

张庆伟在批示中指出,食品药品安全事关百姓福祉和社会和谐稳定,主动应对食品药品安全新挑战,积极回应人民群众新期待,是摆在我们面前的重大政治责任。各级政府及有关部门要认真贯彻落实党中央、国务院和省委、省政府关于食品药品安全工作的系列重要决策部署,把食品药品安全工作放在更加突出的位置,依法履行职责,全面强化监管,广泛凝聚社会合力,确保人民群众“舌尖上的安全”。

会议要求,各级各有关部门要认清形势,准确把握食品药品安全工作的新使命新要求,坚持问题导向、创新驱动,用改革的思维、法治的精神,扎实做好各项工作。

(马彦铭)

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