

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4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

“新常态”下跨界资本搅动食品业

随着国内经济增长进入“新常态”阶段,加上此前中央八项规定的影响,快消食品以及曾受公务消费推动而高速发展的酒行业正经历漫长的转型期,但不少投资者仍表达了对食品行业的兴趣。

带着春天的气息,越来越多跨界资本的加入,无疑搅动了食品业的“一池春水”。试想下,去星巴克买酒、喝康师傅奶粉、喝可口可乐牛乳、吃农夫山泉鲜橙,以后也许只有你想不到的,没有店家不敢卖的。

食品企业

星巴克卖椰奶

星巴克宣布于 2015 年 2 月 17 日在美国 12123 家店面推出新产品:椰奶。据悉,届时顾客可按其喜好选择椰奶替换传统乳制饮品。不过,星巴克中国方面不会跟进。

星巴克表示,顾客对椰奶饮品的喜爱促使星巴克作出新的尝试。星巴克方面称其所使用的椰奶原料系取自产于印度尼西亚苏门答腊岛的天然椰子,并能通过素食食物认证。

而事实上,星巴克一直在扩充自己的产品线,而在其大本营美国,星巴克的产品系列远超过我们想象,从早前的麦芬、烤三明治,到后来的茶饮、啤酒,甚至是红酒,店内还有配酒的小食,包括红枣培根卷、松露通心粉和奶酪等。

可口可乐卖牛乳

碳酸饮料巨头可口可乐正在开创自己的牛奶品牌,可口可乐公司认为新产品将会极受欢迎,给公司带来丰厚的收益。

据报道称,可口可乐将正式进军乳品行业,旗下牛奶品牌即将推出高档牛乳,倡导高蛋白和低糖,期待消费者愿意支付双倍的价钱来购买。

这种牛奶产品名为“Fairlife”。此牛奶通过类似制造脱脂牛奶流程的过滤程序,滤除不想要的成分,并添加更多有益成分。最终乳品成为零乳糖、蛋白质增加 50%、钙增加 30%,糖分则减少 50%。

可口可乐表示将花一些时间深耕牛奶

市场,培养品牌,所以未来的几年不会马上盈利。但是相信会像可口可乐的另一个果汁品牌 Simply 一样,逐步给公司带来稳定的收益。

该款牛奶目前已在全美上市,这标志着在美国人持续舍弃清凉饮料之际,这家全球饮料业龙头迈向产品多元化的一步。

康师傅卖奶粉

除了国外食品巨头,这类跨界其实在国内企业也不少见,早先康师傅牵手日本第三大奶粉品牌和光堂,进军中国婴儿奶粉类产业。近年来,康师傅的发展趋势已经开始从方便面、饮料等主要业务向休闲食品、肉制品产业延伸,此次与和光堂合作,除了有意进军中国婴儿奶粉市场外,和光堂的婴幼儿辅食等母婴食品对于康师傅或许更具吸引力。

娃哈哈卖白酒

在 2013 年,娃哈哈集团就推出一款以贵州茅台镇为原产地的酱香型白酒——“领酱国酒”,高调宣布进军中低端白酒市场。据了解,酱香酒由纯粮酿造、经自然发酵,期间需要经过九次蒸煮、八次发酵、七次取酒。一瓶酱香型白酒从原料进厂到产品出厂,至少需要五年。

农夫山泉卖橙子

2014 年 11 月 20 日,饮料企业农夫山泉不再只是“大自然的搬运工”,而是真当了一回农夫,卖起了橙子。当日,农夫山泉在其官方微信上宣传了一款名为“17.5°橙”的鲜橙产品,由此拉开了进军农业的序幕。

其实,农夫山泉从 8 年前就开始种植橙子,其相关负责人表示,这是由于 2002 年推出了农夫果园果汁饮料,为了获取优质原料,农夫山泉针对全国各大水果产地进行考察,发现江西赣州的脐橙品质令人惊讶。于是,2007 年起农夫山泉在赣南建设橙子基地,专门用于生产果汁。

然而,已经推出“17.5°橙”的农夫山泉对鲜果业务的热情似乎还不止于此,农夫山泉



相关负责人表示:“除了橙子以外,农夫山泉在其他地方也有果蔬基地,比如在新疆种植苹果、香梨、番茄等,不排除将来也会像橙子一样上线销售。”看来,农夫山泉的“农夫”事业还将进一步扩大。

非食品企业

石油化工跨界瓶装水

中石化卖 2 元水“易捷·卓玛泉”

瓶装水市场的热度在 2014 年依旧未见衰退,非食品企业也耐不住寂寞,纷纷投入到这一领域。

2014 年 8 月 7 日,瓶装水市场再添生力军。中国石化销售有限公司(以下简称“中石化”)与西藏高原天然水有限公司签署战略合作协议,联合推出瓶装水品牌“易捷·卓玛泉”,加入瓶装水混战。

产品上市后不久,中石化即开始了新的动作。2014 年 10 月 23 日,中石化、易捷与西藏高原天然水有限公司签署合作协议,中石化收购西藏高原天然水有限公司 40% 股权;就在同一天,中石化还与西藏 5100 签署了战略合作框架协议,根据协议,西藏 5100 的矿泉水和水卡将进入中石化旗下的易捷便利店。这样一来,中石化在非油品业务发展上再获一伙伴,而西藏 5100 也达到了借加油站网络扩张零售渠道的目的。

产品方面,易捷·卓玛泉零售价为 2 元/瓶(330ml),价格大大低于同在中石化易捷

便利店销售的其他瓶装水,与西藏 5100 在产品价格方面形成互补。鉴于二者在高原水产品线方面具有较大差异,加之加油站往往被视为中高端水的必争之地,中石化以易捷·卓玛泉和西藏 5100 的组合,或将进一步巩固双方在高原水的市场份额,留给其他水品牌的空间越来越小。

房企搅局食品行业

恒大推出婴幼儿奶粉

2014 年 10 月 27 日,继亮相中超赛场后的第二天,恒大新西兰咔哇熊婴幼儿配方奶粉上市发布会在广州举行。这也是 2013 年推出恒大冰泉之后,恒大集团再次高调进军食品圈。

这两年,恒大围绕食品产业每一次出牌的动静都足够大。此次进军奶粉业,恒大再次展现土豪气质,直接收购了新西兰咔哇熊乳业。定位高端的咔哇熊婴幼儿配方奶粉全部采用新西兰原罐原装进口,共分为 3 段,在其天猫官方旗舰店上,900g 单罐装奶粉各段售价分别为 236 元、216 元、196 元。

同高端瓶装水相似,奶粉利润丰厚,恒大来此掘金无可厚非。然而,随着进口奶粉品牌加大对华出口、国内奶粉企业增加市场投入,奶粉行业的厮杀逐渐趋于白热化。更有消息称,恒大日后将在国内建设乳业基地。无论外界如何褒贬,恒大依旧坚持“不走寻常路”。对于如此有个性的企业,我们也只有感慨“有钱就是任性”。 (整理/杨菲)

康师傅矿物质水换标 国标新规 明年 1 月实施

康师傅矿物质水将正式更名为“康师傅悦悦饮用水”。记者 13 日了解到,国家包装饮用水新国标的出台,令康师傅、可口可乐等大企业都面临为旗下饮用水产品换标的问题,而康师傅已实施率先换标。

康师傅矿物质水“变脸”

13 日,记者走访多家超市发现,康师傅矿物质水已改用新的名称——康师傅悦悦。对比新旧老包装,老包装标签特别强调突出“矿物质水”字样,“康师傅”字样显得要小;而新包装中,一面显示是“康师傅悦悦矿物质水”,一面显示是“悦悦矿物质水”,但“矿物质水”字样都不再显著,更突出的是“悦悦”、“康师傅”字眼。

据了解,10 年前,康师傅控股推出矿物质水,由此还招来一些质疑,有说法称,矿物质水容易让消费者误解为矿泉水、有补充营养的功能,但实际上与天然矿泉水不同的是,矿物质水只不过是水添加了一些食品添加剂而已。

“双面标”为暂时过渡

“公司确实在 2014 年 11 月就开始着手准备矿物质水瓶标的切换”,康师傅有关负责人日前接受记者采访时确认,现在已陆续推出了以“康师傅悦悦”为主要标识的新瓶标,到 2016 年 1 月 1 日将完全符合《GB19298-2014 食品安全国家标准包装饮用水》的相关要求。

对于“双面”标识的问题,该负责人也表示,这是为顺利实现标识切换的过渡标签,现阶段的矿物质水产品标识除了新名称“悦悦”外,同时含有“矿物质水”字样,后续将逐步切换成完全没有“矿物质水”字样的“悦悦”瓶标。

国标新规明年 1 月实施

让康师傅提前布局换标的原因正是其提到的包装饮用水新国标的出台。据了解,去年底,该标准出台,其中规定包装饮用水名称应当真实、科学,不得以水以外的一种或若干种成分来命名,并自 2016 年 1 月 1 日起执行。这也意味着目前市场上小分子水、离子水、富氧水等诸多所谓的包装饮用水名称将退出市场。

据了解,可口可乐也有矿物质水。13 日,可口可乐方面表示,对于国家新近颁布的标准,公司将根据相关要求对包括标识在内的相关事项进行调整,确保符合新的规定。(胡笑红)

“互联网 +”正改写传统餐饮业 跨界将成通行做法

未来餐饮业不仅是传统的吃喝这么简单,更可能是餐饮服务的基本功能+主题文化+消费体验的平台型行业,跨界合作、跨界发展将成为通行做法。

在国家宏观经济增速放缓,以及八项规定、厉行节约等系列举措的影响下,我国餐饮业进入了深度转型期,从两位数高增长转向个位数增长。高端市场经营困难,大众市场遭遇高成本瓶颈、移动互联网和大数据带来行业前所未有的变革创新,餐饮业逐步转向小而美、快时尚、慢精品。

虽然从表象来看,市场格局纷繁杂乱,但关键词很聚焦:产业格局震荡,盈利能力下行,出现新常态轮廓但尚未成型,融合、跨界、创新、退出、转型、升级等交织在一起。

去年底,中国饭店协会发布了 2014 年十大关键词,在餐饮业里,020、体验式餐饮、中央厨房、婚庆喜宴、新生二代品牌、供应链整合、餐饮众筹、商场餐饮、特色餐饮、餐厅小型化成为主题。

在这种新常态下,餐饮业怎么走?从产业形态上看,互联网与饭店餐饮传统产业加速融合,“互联网+”成为产业发展新动力。从创新模式看,传统餐饮企业向互联网

化发展;新一代信息技术,特别是在线服务与传统餐饮业经营融合不断深化;从组织形态看,小型化、智能化、特色化特征日益突出。

高端餐饮市场服务的人群变了,企业能否存活取决于回归品质和服务的能力和速度。而与之对应,快时尚、中端品牌、大众品牌、休闲品牌将成为餐饮行业真正的中坚力量和主流企业。另外,从长远来看,人力资源短缺必将成为常态,服务人员平均年龄也将初步提升,企业如何通过服务流程的改造和招工范围的拓宽来降低人力成本,提升服务品质将成为下一个阶段“互联网+”重点内容。

餐饮业面临的另一个关键性变革就是技术的力量。移动互联网对企业营销环节产生的颠覆式影响正向其他环节渗透。未来餐饮业不仅是传统的吃喝这么简单,更可能是餐饮服务的基本功能+主题文化+消费体验的平台型行业,跨界合作、跨界发展将成为通行做法。今天,一批没有任何业内经验的外行人,从资本市场、互联网、媒体、设计等所谓外行业来跨界做餐饮,正在改写整个行业传统的经营法则。

同时,绿色饭店、生态饭店、节能降耗、

健康养生成为新的产业模式。一批餐饮企业以标准化、连锁化,凭借规模和快速发展取胜,致力于大众化、产业化、平台化、多品牌化、互联网化、020,以品牌发展和资本市场获利为目标。而另一批餐饮企业以文化和匠人精神为支撑,继续追求产品和服务的极致化。这两种商业模式将成为新方向。

而大数据将给餐饮消费提供更精细的服务体验。基于新消费群体倒逼,顾客体验、品牌定位、产品设计、营销策略、经营思维都将面临革命性的改变。无论是小而美还是单品策略,快时尚还是慢经典,进军综合体还是主攻 020,打文化牌还是精准服务,这些细分化、精益化的产品和业态都离不开用户大数据的分析。不关注数据收集和分析的餐饮企业将面临更多的困难。

基于这些行业新常态,“互联网+”将改写这个传统的服务行业,明天的餐饮业将是更多元化、更细分化的市场,在线服务和传统餐饮企业交融为生态圈。这需要更多的餐饮企业和有志于投身餐饮业的人士改变思维,投身和交融于这新一代的餐饮业。

(韩明 中国饭店协会会长、国际饭店与餐饮协会亚太区主席)

农业灌溉用水总量 14 年零增长 节水灌溉效率不断提升

记者 14 日从水利部新闻通气会上获悉:农田水利建设不断提速,我国农田有效灌溉面积达 9.52 亿亩,其中节水灌溉工程面积达到 4.07 亿亩。农田灌溉效率不断提升,灌溉水有效利用系数达到 0.52,在保持粮食连年丰收的同时,农业灌溉用水总量实现 14 年零增长。

水利部农水司副司长倪文进介绍,全国冬春农田水利建设进展快速,截至 3 月底,累计完成投资 3467 亿元。大中型灌区节水改造与建设不断加力,目前纳入规划的 434 处大型灌区,已安排中央投资 860 亿元,近六成完成投资任务。尼尔基、黑龙江三江平原等一批新灌区加快建设。全面

实施 251 处大型灌排泵站更新改造项目。

疏通田间“毛细血管”,小农水重点县建设达到 2450 个县次,基本覆盖主要农业县,并向易旱山丘区、集中连片贫困区倾斜。全面实施灌区田间终端设施配套、“五小水利”工程、山丘区集雨节灌、河塘清淤整治等工程建设,初步形成了大中小微并举的农田水利工程体系,解决好农田灌溉“最后一公里”。

节水优先,区域规模化高效节水灌溉工程建设。2011 年以来全国新增高效节水灌溉面积 9300 多万亩。其中,东北四省区建成高效节水灌溉面积 1960 万亩,支持西北干旱地区大力发展高效节水灌溉,启动

华北地下水超采综合治理试点,通过项目实施,显著提高了粮食综合生产能力,提高了灌溉效率,在抗旱保丰收中发挥了重要作用。

倪文进说,新形势呼唤新机制,农田水利改革不断深化。小农水设施产权制度改革在全国 100 个县启动,今年将在试点基础上进一步创新运管机制,逐步实现工程良性运行;农业水价综合改革稳步推进,通过试点探索明晰农业水权,建立精准补贴机制,完善农业水价形成机制;推行农业用水总量控制和定额管理制度,逐步建立农业用水约束和激励机制。

(赵永平)

宏运来牌酱香排骨糖精钠含量超标

北京市食品药品监督管理局在近日的监督检查中发现了 9 种不合格食品,其中,“厨小丫”牌藕根粉丝中铝含量超标;“宏运来”牌酱香排骨中糖精钠含量超标;“王马”酒鬼牛肉中山梨酸含量超标等。食药监局已对上述食品全市下架。(李婷婷)

北京将实施最严控烟条例

6 月 1 日起,北京全市范围公共场所、工作场所室内环境及公共交通工具内将禁止吸烟;室外也对吸烟多有限制,如排队时禁止吸烟。违者将被处以个人最高 200 元、单位最高 1 万元罚款,这是国内与世界卫生组织制定的《烟草控制框架公约》最为接轨的一部地方性法规。全市设立统一举报电话 12320,市民也可关注“无烟北京”微信公众号进行投诉。

“无烟北京”微信公众号设有权威发布、控烟行动、媒体聚焦三大板块,包括条例解读、我要举报、戒烟助手等 14 项栏目。网友可以随时随地参与、查看、监督控烟条例实施成果。(王君平)

香港禁止进口多个地区禽肉和禽类产品

据香港特区政府网站消息,香港食物安全中心 8 日宣布,因应多个地区爆发亚型禽流感,即日起禁止美国、加拿大和荷兰部分地区的禽肉和禽类产品进口,保障公众健康。

香港去年从美国进口约 26.7 万吨冰鲜、冷藏禽肉和约 5.3 亿只禽蛋;从荷兰进口约 15,000 吨冷藏禽肉和约 1,230 万只禽蛋;从加拿大进口约 9,000 吨冷藏禽肉和约 158 万只禽蛋。

中心已就事件联络有关当局,并会继续密切留意世界动物卫生组织发出关于上述地区爆发禽流感的消息,因应当地疫情发展,采取适当行动。(佚名)

海南严厉打击 食品中添加“罂粟壳”

为了牟取高额利润,不法餐饮经营者选择在食品中添加罂粟壳,使消费者上瘾。为保障人民群众饮食安全,海南省海口、三亚等地近期纷纷开展严厉打击在食品中添加罂粟壳行为专项行动,一旦发现使用、贩卖生产罂粟壳(粉)调味料行为,将依法从严、从重、从快处罚。

此次专项行动以可能使用罂粟壳作为食品调味料的食品加工经营单位为重点监管和抽检对象,包括火锅店、烧烤店、麻辣烫店、麻辣香锅店、小餐馆以及农贸市场、调味品批发市场等,并结合日常监督检查、投诉举报等实际情况,进行“拉网式”排查。执法人员对火锅底料、汤料、自制调味料、火锅食材和香料等重点食品进行快筛检测,并认真核对食品名称、包装等情况及相关资质,要求经营者现场对调料进行成分说明,查看有无罂粟壳(籽)的残渣或碎片、粉末。(罗震)

江西两企业 成国家有机食品生产基地

环境保护部日前公布第五批国家有机食品生产基地名单,江西上饶市江西恩泉油脂有限公司、江西中大生态农业科技发展有限公司榜上有名。

申报国家有机食品生产基地的条件包括,具备优良的水、气、土等环境质量,不低于有机产品国家标准要求;产品连续获得有机认证不少于 3 年;周边 1 公里范围内没有工矿区、工业污染源、生活垃圾填埋场等可能影响基地生产环境的污染源;生产过程采取循环农业生产模式和环境友好型生产方式,不造成环境污染、生态破坏以及生物安全风险;近 3 年没有发生产品质量问题等。(龚俊慧)

吉林省入库新粮 646 亿斤

记者日前从吉林省粮食局获悉,吉林省累计入库新粮 646 亿斤,其中玉米入库 573.8 亿斤,稻谷入库 66.8 亿斤,大豆入库 3.4 亿斤,其他 2 亿斤。国家临储玉米 444.4 亿斤,最低收购价稻谷 11.8 亿斤。

2014—2015 年度,吉林省新粮收购面临着全省粮食丰收、市场需求下降、粮价低位运行、库存居高不下、收购贷款政策调整等形势和问题,特别是秋粮收获后,气温偏高、气压低、湿度大、风力小,部分地区出现玉米生霉情况。对此,吉林省委、省政府高度重视,相关部门研究对策,通过协调争取政策支持,合理布设收购库点等措施,有效应对和解决了影响粮食收购的矛盾和问题。

随着市场粮源减少,收购活跃度不断提升,目前玉米、稻谷收购价格均有所上扬,市场收购秩序良好。吉林省粮食局提醒广大农民朋友,临储玉米收购的截止期限为 4 月 30 日。随着天气逐步转暖,庭院粮食保管难度加大,应密切关注粮情和市场价格,适时出售手中余粮。(赵赫男)

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