

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7月31日 星期五 主编：李国政 编辑：刘文景 版式：张彤

企业家日报

9

有机食品为何叫好不叫座？

食品安全问题频发，民间资本纷纷试水有机农业，有地方政府把发展有机农业作为实现经济转型和发展现代农业的一条重要途径。然而，有机食品市场鱼龙混杂，花钱买认证证书，以普通产品冒充有机产品等现象屡被曝光，有机食品市场遭遇严重的信任危机。山西在太原，曾是超市“座上宾”的有机蔬菜如今难觅踪影，原因是“卖不出去”。

有数据显示，中国有机农业的种植面积位居世界第二，而国内有机食品销售仅占食品销售总额的0.02%。

权威人士认为，销售不畅和信任危机，成为有机食品企业快速发展的瓶颈

“有消费能力的人不一定购买有机食品。培育成熟的有机市场，需要有觉悟的消费者。目前有机食品在国内尚属于小众消费品，有的企业难以为继，从市场上消失了，坚持下来的企业多数仍在“烧钱”。多数投资者看中的是有机农业未来的潜力，现在投资就是抢占一个位置。”一业内人士说。

2014年4月1日，由国家质检总局发布的《有机产品认证管理办法》正式实施，部分农产品企业不再急于认证，而是默默地“开疆拓土”，塑造着自己的品牌。

有机食品有价无市？

“生意很差，连工作人员的工资都挣不回来，每天赔1000多元。”7月22日，当问及生意如何，太原市并州路一绿色食品专营店乔姓总经理对记者说。

该总经理介绍，该店投资110余万元，于今年4月开业，专营绿色、无公害、有机食品。“我们是国营农场，这个店铺是单位的，不需要掏房租，所以我们经营的产品，价格比市场上同类产品低10个百分点，我们的利润也只有15个百分点，但即使是这样，买的人也很少。”

记者看到，为了吸引顾客，该店将部分商品摆到了店铺外，有机秋葵每500克售价9元，西红柿每500克售价3.5元，260克包装的粉皮售价19元……“东西都是经过相关部门认证的，可就是卖不动。”该店门头电子屏上，“新增藏香猪每斤52元”的广告不断滚动着。

生意不景气，困扰着山西绿派食品有限公司

该公司成立于2012年，去年8月在太原千禧小区、杨家堡小区附近、万柏林区奥林匹克花园开设了自己的直营店，主要经营散养鸡、散养鸡蛋、散养黑猪、蔬菜等天然绿色无污染农副产品。并号称“无化学添加，无化学加工处理，全部产品以自然生态放弃，致力于让更多人吃上绿色、安全、健康的食品”。

在杨家堡小区店，该公司工作人员称店里每天在赔钱，“以前雇4个服务员，现在留



下了1个，其他店的销售额还不如这个。”记者看到，该店销售的猪肉每500克40元，土鸡肉每500克25元，土鸡蛋每500克16元，该店工作人员认为，货品较少、价格高是生意不好的主要因素。“人们的购买力跟不上。”

虽然目前销售不容乐观，该公司董事长孙勇表示，将在年底拓展到20个直营店。问及公司产品是否通过认证，孙勇说，有机市场鱼龙混杂，“我们打算先把口碑做好，再考虑有机认证”。

在太原以放心菜著称的维真农场(太原本草农业开发有限公司)，于今年年初开设了3个社区店。其销售的农产品价格不菲，蔬菜每500克均在10元以上，维真虫子鸡蛋每500克35元。记者采访时，不时有顾客上门，结账时有顾客忍不住感叹“好贵啊”！维真农场丽华苑店的工作人员不否认，来店里的顾客多数会反映自己家的生鲜食品贵。“我们的蔬菜口感在那里放着，蔬菜损耗大，成本高，自然要贵点。”

店里的蔬菜标牌如此介绍着维真蔬菜的优越性：通过太原市农产品质量安全检测中心检测。完全按照有机蔬菜种植标准进行种植，不使用转基因种子，不使用任何农药、化肥和促生长激素等农资产品。施用纯农家肥，深层地下水浇灌，基地周边10公里半径范围内无厂矿等污染源。

因是多年的老品牌，工作人员表示，维真蔬菜的销售业绩较为稳定。

在采访中，记者发现，前些年曾是大超市“座上宾”的有机蔬菜如今难觅踪影，位于太原市长风街的家乐福超市、沃尔玛超市以及美特好超市双塔街店等，虽然均设有单独包装的蔬菜区，但都没有有机蔬菜。

超市工作人员说，以前超市有卖有机蔬菜，但价格太高，很少有消费者购买，加之有机蔬菜属于易坏品，所以撤掉了。

身价不菲的有机蔬菜使得消费者对对其望而却步，多数企业面临有价无市的窘境。

谁在消费有机食品？

太原人对维真菜的认知，得益于其前些年铺天盖地的广告，其“一口回到三十年”的

广告语诱惑着都市人的味蕾，人们通过维真菜寻找着记忆中的味道。“我们的会员有孕产妇，有婴幼儿，有癌症基因家族，还有追求食品健康安全的人，每天的销量稳稳的，8斤起送，日订单80个左右，过节更多些，会员逐年增加，目前大概有3万个会员。现在我们只给几个销量稳定的超市供货。前些年客户给我们打电话投诉，说我们的菜是暴利，有儿女们给父母订了菜，我们配送的时候，大爷大妈说‘你们家的菜比金子还贵呢’，要求退货。去年，客户打电话说得最多的是，‘你们家的菜就是好，对我这个工薪阶层来说不可能天天吃，只能定点给孩子吃’。通过客服电话，我们就能感觉到，人们的消费观念在不断转变。”太原本草农业开发有限公司客服经理张慧君说。

有钱人不一定是有有机产品的消费者，买得起不代表一定会购买。到底哪些人在消费有机食品。有人曾做过一份调查：第一类是集团消费、国有企事业单位、政府机关等，大概占50%以上。第二类是高级知识分子和白领，这个群体追求环保的生活方式。第三类是孕产妇、婴幼儿等特殊群体。

因有机食品价格较高，相关企业均将目标客户锁定在了中高端人群，采取会员订单模式。先发展一部分核心的种子客户，再通过他们的人际网络和口碑传播来增强品牌的知名度并提升销量。

在山西较早做有机农业，并于2008年获得有机认证的山西衡荣科技股份有限公司，直接将自己的产品输送到了一线城市。

该公司会员卡分为蔬菜卡和全系列食材卡两大类，每大类又分为季卡、半年卡和年卡。衡荣蔬菜半年卡5400元，年卡9900元；全系列食材卡半年卡16000元，年卡30000元。其全系列食材配送有粮食、蔬菜、瓜果、油、醋、蛋等，“每周送一次，配送量满足三口之家日常用量。”该公司工作人员说。

销量如何？“不多。”衡荣公司董事长贺建增的回答简洁明了。做有机10年，贺建增说饿不死，撑不着，还能坚持。

客户不稳定，衡荣选择拓展农产品深加工项目。“通过深加工，一方面可以解决部分农产品的销售问题，降低经营风险；另一方

面则可以延伸产业链条，提升产品附加值，形成新的利润增长点。”

一项调查显示，影响消费者购买有机农产品的七大因素分别是价格、营养价值、购买方便性、味道、食品安全、包装和生产过程的环保性。从这个排序我们可以看出，消费者更关心的是价格及其营养价值。

在食品安全问题频发的今天，有机食品已成为健康、安全的符号。对于大多数消费者而言，还难以承受有机产品的高价格。如何让更多的人以最合理的价格吃上有机食品，是贺建增和他的团队当下正在研究的课题。

培育市场需消费者“觉悟”？

贺建增说，有机农业在初期土壤修复的过程中，投入会很大，三四年后，投入会逐渐减少，成本大都体现在了劳务上。所以有机产品本身的生产成本并不会太高，“比如我们衡荣农场的蔬菜生产成本每500克也就三四元，最多的不超过5元，远远不是现在社会上有有机蔬菜几十元那样的价格，只要把流通渠道解决好，5元钱的成本卖10元已经算高了。”

贺建增也曾想过降低售价以提升销售量，“普通蔬菜每500克几元钱，即便有机蔬菜从几十元降到10元，消费者也不会觉得便宜，老百姓认为有机食品就应该那么贵。突然比别人低很多的时候，消费者不会认为你是真的有机食品，降低价格是企业自找死路。”

有机农业产量低，成本高，似乎已成为业界统一的说辞。贺建增认为，有机农业的产量并不一定比普通农业低，产量高低与投入水平、种植品种、种植技术水平等相关。

今年3月，贺建增给农业部递交了一份“基于有机农业的乡村社会可持续发展模式”研发任务建议书，在该建议书中，贺建增提出，“本研发任务的完成和推广，可以大面积实现乡村连片的有机农业生产和有机乡村建设，克服有机农业的孤岛现象，会大幅度降低有机农产品的生产成本、技术服务和监管成本、流通成本，将大幅度降低有机产品的销售价格，会加快有机产品的普及和提高市场占有率。”

采访中，记者了解到，很多人购买有机食品，是认为它比普通食品安全，营养价值更高。事实上，有机食品的初衷是保护环境生态、可持续发展，它与普通食品最大的区别在于种植和加工过程。在营养上，与普通食物相比，有机食品并没多大区别。

“有机农业能减少化肥、除草剂和杀虫剂对土壤、水和野生动物的影响，多花的那部分钱其实是在为社会做贡献。有机就是一种生活理念。”太原市农产品检测中心工作人员小陈解释。

业内人士普遍认为，培育成熟的有机市场，需要有觉悟的消费者。“什么是觉悟消费者？就是对有机产品的消费观念，对有机生活，对社会和人生有理解觉悟的人。”(何玉梅)

鄱阳湖捕螺缘何难以制止？

近期，有媒体曝出鄱阳湖毁灭式捕螺，给湖区生态造成严重破坏。记者调查发现，疯狂捕螺的背后，有利益的驱动，但更暴露出渔民和基层执法部门的困惑。当渔民和执法人员都不确定这种捕螺方式是否违法时，打击整治也就无从谈起。

渔民：鄱阳湖的螺蛳到底能不能捕？

在媒体曝光鄱阳湖毁灭式捕螺事件后，7月22日，记者来到江西省都昌县水文站附近水域，看到旁边的湖叉内停了五六条捕螺船，并且还有捕螺船陆续从湖区回来。

据捕螺渔民介绍，他们都是一大早驾船出湖，下午三四点载着捕捞的螺蛳到码头卸货，然后由货车运往江浙等地销售。

今年48岁的张顺春来自临近的鄱阳县莲湖乡，他的捕螺船也停靠在湖叉内。刚刚卖完螺蛳的张顺春告诉记者，他在鄱阳湖从事捕鱼10多年，2011年，他发现身边的人捕捞螺蛳更赚钱，便加入了捕螺的队伍。

记者了解到，以前鄱阳湖上捕螺采用吸螺船，属明令禁止的非法渔具，经打击后明显减少。但近两年来，鄱阳湖上出现了一种新型机械耙网捕螺船，其船尾装有一个高高的支架和柴油发动机，通过发动机拖动网具捕螺。

去年年底，张顺春也花七八万块钱购置了一条这样的捕螺船。他说，鄱阳湖结束禁

渔期1个多月来，他在湖区用这种船捕螺很少碰到过渔政部门的执法检查。

“我们也不知道这样的船能不能用，没有人告诉我们。”张顺春还疑惑地向记者，“鄱阳湖的螺蛳到底能不能捕？”

执法人员：我们也不确定这是否违法

捕捞螺蛳的渔民“稀里糊涂”，渔政执法人员也“心里没底”。

都昌县渔政局资源环境股股长詹定鹏介绍，鄱阳湖禁渔期内禁止所有捕捞作业，在此期间捕螺属非法，可名正言顺地打击。禁渔期结束后，渔民可以下湖从事捕捞作业，但不能使用非法渔具。

记者查阅《江西省渔业条例》发现，其中明确提出，“在天然水域禁止使用定置网、机动底拖网、拦河网、吸螺(蚌、蚬)、迷魂阵等渔具、捕捞方法捕捞”。

然而对这种新型的机械耙网捕螺船是否属于非法渔具，渔政人员也不清楚。

詹定鹏介绍，鄱阳湖禁渔期间，他们对于非法捕螺开展了专项行动。禁渔期结束后，鄱阳湖捕螺船明显增多，其中仅在都昌水域停靠和捕捞的捕螺船估计就有七八百条。

“但因目前带机械耙网的捕螺船未被渔政部门认定为非法渔具，我们也不好对此展开执法。”詹定鹏说。

致电江西省渔政部门，相关负责人表示，由于没有明确的法律解释，对机动底拖网也没有明确界定，“我们也不确定这是否违法。”

专家：对生态造成的破坏是显而易见的

专家表示，虽然捕螺在执法上遭遇尴尬，但其对鄱阳湖生态造成的破坏却是显而易见的。当前，相关部门亟须完善相关法律法规，加大对这种毁灭性捕捞的打击力度。

长期关注鄱阳湖问题的江西省科学院鄱阳湖研究中心副主任戴年华表示，这种机械耙网捕螺船在作业时会把湖底的泥浆都搅动起来，而很多鱼类在湖底产卵，泥浆被搅动后，这些鱼卵就很难存活了，一些水生植物也会遭到严重破坏。“对生态造成的破坏是显而易见的。”

“同时，螺蛳虽小，但却是鄱阳湖生态系统中不可或缺的一环，它可以净化水质，同时还是很多鱼类和候鸟的食物来源。如果螺蛳等水生生物数量锐减，鄱阳湖的生物平衡就会被破坏。”戴年华说。

詹定鹏说，希望有关部门能尽快出台相关规定，将机械耙网捕螺船列为非法渔具，这样基层渔政执法才有法可依。同时可成立由水上公安、渔政、水利、野保、环保等部门联合组成的专项执法组，统一协调鄱阳湖各县(市、区)的执法工作，加大打击非法捕捞的力度。

(郭强 余刚)

山西查处非法销售盐产品案 涉案数量超200吨

记者从山西省盐务部门了解到，25日、26日两天内，山西盐务部门依法查处一起非法销售盐产品案，已查明非法销售盐产品超过200吨，另有数量待核的非法销售有标识精制工业盐和盐砖。

据运城城市盐务局相关负责人介绍，25日接举报后，盐务部门当晚即对举报地点展开监控。经对3辆车一路跟踪发现，这些盐被销往运城万荣县几处制造桃脯的加工点，执法人员现场查获非法销售盐产品29吨，均为三无产品。

据拉盐人员交代，出盐地在运城盐湖湖区两处地点。26日，盐务部门对一处出盐地进行开仓查处，现场查获存盐40吨左右，为“三无”产品，当事人积极主动配合盐务部门进行扣押、回送。当天在另外一处出盐地，在公安部门配合下，盐务部门现场查获无标示、无包装散盐150吨左右，另有部分无标示的精制工业盐和盐砖。

经初步检测，被查获部分无标示精制工业盐和盐砖均为非碘盐。(刘翔霄)

7月中旬以来全国鸡蛋价格 止降趋涨

据新华社全国农副产品和农资价格行情系统监测，与前一日相比，7月27日，猪肉、禽蛋价格上涨；牛羊肉价格以涨为主；水产品价格以降为主；蔬菜、水果、食用油价格微幅波动；成品粮、奶类价格基本稳定。

监测数据显示，7月中旬以来全国鸡蛋价格止降趋涨。与7月13日相比，7月27日，鸡蛋全国日均价上涨2.0%。分地区看，超八成省区市的鸡蛋价格上涨，其中山西、河北、河南的价格涨幅居前，分别为7.7%、7.6%、7.6%。(郭爱民)

水产品里的“注胶术”： 增重最高牟利近三成

本月中旬，温州、昆明等多地水产市场里，消费者买到被注了不明胶状物的“注胶虾”，引发公众对食品安全的担忧。随后，各地市场监管部门开始“拉网式”大检查，重点关注市场上的“注胶食品”。

记者从水产市场、上游水产品加工经销商调查采访了解到，商贩多选择价格较高、体型较大的虎虾、斑节虾等，注入食用卡拉胶进行增重，每公斤“注胶虾”至少可额外获利43元，增收近三成。

而除“注胶虾”外，这门“注胶术”已向海马、海参等名贵水产品蔓延，甚至已经成为业内的“潜规则”。商贩按10%左右比例给海马打胶增重，每公斤“注胶海马”可多赚349元~549元。

专家提醒，诸如“注胶虾”、“注胶海马”、“注胶海参”不仅是一种造假行为，更需要警惕的是，不法商家还可能使用廉价的、含多种重金属的工业明胶，恐带来致癌隐患。(李栋 杨洁)

我国成马铃薯生产和消费 第一大国

7月28日，2015北京世界马铃薯大会在延庆开幕，来自37个国家和地区的千余名马铃薯领域专家学者共同描绘马铃薯产业的发展蓝图。当天，国际马铃薯中心亚太中心在延庆县揭牌成立，这是国内引入的首个国际农业研究机构，将为中国及亚太地区的薯业发展带来新机遇，为维护世界粮食安全和推进国际扶贫开发做出新贡献。国际马铃薯中心亚太中心这个重要国际组织落户中国，标志着中国在不断扩大农业对外开放和国际合作。

另从大会获悉：我国每年种植马铃薯550多万公顷，生产持续稳定发展，2014年种植面积和产量均占世界的1/4左右，已成为马铃薯生产和消费第一大国。(贺勇 王浩)

新疆出口食品企业 首次通过美国FDA检查

记者从新疆出入境检验检疫局获悉，新疆轮台县华隆公司顺利通过了美国食品和药品管理局(FDA)的输美食品企业抽查，成为新疆首家通过美国FDA现场检查的出口食品企业。该企业主要以生产浓缩杏酱、番茄酱和苹果清汁等产品为主，2013年，浓缩苹果清汁开始出口美国，截至目前，共出口1417吨，占总产量的33%。

据了解，该企业被美国FDA列入检查名单以来，该局及时通报美国官方风险预警信息，帮助企业梳理FDA检查重点，针对企业在硬件设施及质量管理体系运行方面的薄弱环节，指导企业持续改进，确保该企业顺利通过FDA例行检查。依据美国《食品安全现代化法案》，美国FDA每年组织对输美食品企业进行抽查。对于抽查过程中发现问题较多的企业，美国FDA会有针对性地提高抽查频次，在一定程度上会影响企业出口。FDA检查出严重问题时，该企业将会被列入“黑名单”，出口食品至美国口岸时将被自动扣留，无法进入美国市场。因此，能否通过美国FDA检查将成为企业产品准入美国市场的新“门槛”。(李俊梅)

湘鄂情北京门店全关 实控人仍未回国

深陷退市风险的*ST云网7月21日对外公告，其在北京拥有的最后一家湘鄂情门店——北京定慧寺湘鄂情餐饮有限公司已于7月19日关门。至此，湘鄂情门店全部败退北京。

定慧寺店1999年开始营业，是湘鄂情开拓北京市场的第一家门店，也是继湘鄂情西单店关门之后，*ST云网在北京仅剩的一家湘鄂情门店。

*ST云网在《关于北京证监局年报问询函的回复公告》中表示，公司的主业仍为餐饮业，目前除团餐业务有一定盈利外，其他业务处于全面亏损状态。公司实际控制人孟凯先生于2014年“十一”长假后至今在境外未归，目前尚无明确的回国意向，而孟凯直接持有的公司股份已被多家机构申请冻结并将拍卖，公司可能存在实际控制人变更的风险。

【分析】市场人士分析，湘鄂情的转型尝试从一开始就是个错误，面对国内反腐力度加大之后高端餐饮业的不景气，湘鄂情不是从餐饮市场的新变化中去找新的机会，不在管理和营销上做出改变，却盲目地追逐当下所谓的热门——自己对此几乎一无所知的互联网和环保行业，所以五次转型效果都不理想。

【声音】网友：“一家公司在遇到经营问题时，不是想着如何扭转情况，而是想着以欺骗资本市场的方式来做一锤子买卖，市场最终会使其获得惩罚。”(飞飞)