

洋快餐巨头败走中国市场?

1987年,肯德基在天安门开店。作为80后对洋快餐的记忆,麦当劳和肯德基无疑是最最清晰的。然后在国内餐饮市场的发展浪潮中,这两家快餐巨头却过得没有那么幸福。

2016年年初,就有消息曝出,称麦当劳将出售中国运营权,包括国内餐饮巨头全聚德、奶业巨头三元和首旅集团纷纷成为潜在交易对象。

几乎同月,肯德基方面也传出消息。肯德基母公司百胜出售中国业务的计划陷入停滞,因为始终无法与交易对象在价格方面达成一致。肯德基早在2015年就计划分拆中国区业务,百胜中国将成为特许经营商经营肯德基中国业务,其母公司向百胜中国收取特许权使用费。

两家巨头出售中国区业务的消息不脛而走,难道在华称霸十余年的两大快餐巨头打算退出中国市场了吗?

2012年是麦当劳和肯德基在华计划逆转的一年,两大餐饮巨头净利润双双陷入泥沼,无奈开始动手出售中国业务。

数据显示,百胜2012年来自中国市场的收入为68.98亿美元。而2015年的收入数字仅仅只有69.09亿美元,三年间的增长数据几乎聊胜于无。当然,麦当劳方面也好不到哪里去。根据北京麦当劳财报数据显



示,2011年该公司营收约22.47亿。而2015年公司的营业收入虽然增长到28.27亿,但其中利润却仅有1352万。

据彭博社8月报道,分析人士开始感叹两大巨头早已辉煌不再。中国餐饮行业以洋快餐为主导的格局已经改变,两家企业对快餐行业的绝对主导地位也不复存

在。负面缠身,无疑也是拉扯两家企业在华前进的牵绊之一。从苏丹红到激素门,中国消费者一次又一次被抛弃,这使得他们对麦当劳和肯德基的热爱变得不再那么忠诚。

就在麦当劳身陷泥沼的同时,又在全

球爆发了抗生素事件,更可怕的是,这次麦当劳的表态依然对国内消费者不管不顾。很多业内人士认为,麦当劳正在复制宜家在中国犯下的大错。

近日,麦当劳宣布,2017年美国市场将采购不使用人类抗生素的鸡肉产品。对于中国市场使用抗生素的情况,麦当劳表示在动物治病过程中使用抗生素是必须的。麦当劳要求中国供应商对于抗生素的使用须严格遵守国家相关的法律法规。

对于这个回应,很多国内专家早有质疑。很多人提到,洋快餐在对于停用抗生素养殖肉类问题上存在两套标准的嫌疑。那么抗生素的危害到底有多大呢?复旦大学教授厉曙光先生就曾表示:人类摄入抗生素是为了防止疾病,一旦食物中再次摄入抗生素,就会造成抗生素超标。抗生素超标会使人类产生耐药性,那么将出现超级细菌,也就是说任何人用抗生素对它都没有作用。

“麦当劳在中国与美国使用两套标准,虽然受到消费者的指责,但只要符合中国的标准,也很难说其违法。”一位业内人士如此表示。但这一做法,不可避免地会造成消费者心目中企业信誉的直线下降,进一步的后果就是市场占有率的直线下降。

(综文)

洋河获“三品”示范企业大奖

■ 张紫尘

近日,在江苏省经信委于苏州召开的“江苏省消费品工业供给优化和‘三品’专项行动推进会”上,苏酒集团(洋河股份)从多家入围者中脱颖而出,获得“消费品工业增品种、提品质、创品牌(下称三品)示范企业大奖”。

据悉,此次评选是江苏省经信委为落实国家工信部工作部署,促进全省消费品工业保持中高速增长和迈向中高端水平而设置。评选综合考虑“设计、绿色、品牌”及“消费者口碑”等多重因素,共评选出了32家示范企业,以树立标杆典范,引导全省“三品”提升工作开展。

江苏省经信委主任徐一平表示,“三品”示范企业的评选,对让老百姓吃上放心的菜、用上放心的物品、满足不同层次消费者不断提升的消费需求具有重大意义。

据了解,目前苏酒集团(洋河股份)麾下的系列品牌,基本上对市场形成了全价位的覆盖,为进一步满足市场供给,扩大占有率奠定了坚实的基础。此外,不仅在丰富品种上,在内在品质上开创的“绵柔型白酒”新流派,也更符合消费者的市场需求,并在业内率先打响了“健康牌”;继洋河蓝色经典之后,2014年企业又推出一款具有颠覆性的产品——“洋河微分子酒”,产品一上市就以“多快好省”的饮用特色赢得了广大消费者的青睐;紧接着,2015年企业再度发力推出“双沟筱清”,助力“中国白酒大健康工程”的结构升级和格局再造。精湛的工艺技术,亲民的品酒体验,超前的健康诉求,让洋河多次获得江苏省消费者白酒首选品牌。有业内专家分析认为,洋河的产品线最清晰,以前是“海天梦”,现在增加的新产品布局也非常合理,所以十分看好企业的新一轮发展。

据参与此次评选的专业人士介绍,像洋河这样的“三品”示范企业往往是最早洞察到消费者的转换,瞄准了消费者的需求。此次政府从政策上扶持好产品研发生产,助力企业加速劣质产品的淘汰,以更完善的规章制度规范市场,“三品”企业将会迎来真正的春天。

大东市监分局开展校园周边食品安全专项检查

随着中小学和幼儿园陆续开学,江苏涟水县大东市场监管分局从9月1日起,将开展为期一个月的学校及校园周边食品安全专项检查。

一查经营主体资格。看食品经营户的《食品经营许可证》、《营业执照》和从业人员健康证是否齐全、有效,是否超范围经营。二查经营者进货渠道。看食品经营户是否落实进货查验制度,是否索取供货方的有关资质证明、进货票据,是否建立进销货台账。三查经销的食品。看食品是否有质量合格证明,食品包装、标识是否有虚假标示或侵权,是否有产品名称、厂名、厂址,是否标明生产日期和有效期,是否销售过期食品。检查期间,如发现违规经营或销售劣质食品、过期食品等,将按照有关法律法规严肃处理,从而进一步净化校园周边环境,保证广大师生“舌尖上的安全”。

(王向阳 陈裕)

“十个全覆盖”让南荒村变靓

■ 王玉清 高彦庆

近日,记者来到内蒙古赤峰市元宝山区元宝山镇南荒村,这里到处展露着盎然绿意和勃勃生机。一排排绿树排列在宽阔的水泥路两侧,一盏盏太阳能路灯矗立在大街小巷,一幅幅景观画镶嵌在洁白的墙面上;金河家园小区内一栋栋仿北京四合院平房鳞次栉比,中心健身广场上绿化树木错落有致,灯光球场、健身器材上随时有人在运动健身;村民文化活动室、便民连锁超市、标准化卫生室等场所一应俱全,功能齐备,生活在这里的村民脸上时刻都挂着幸福的笑容。

村党委书记周海民介绍说:在实施“十个全覆盖”工程中,我村主动拓展覆盖领域,对“十个全覆盖”工程提档升级,全面开展“布局优美、环境秀美、产业大美、文化精美、社会和美”的“五美”村庄建设,着力提升村民幸福指数。

布局“美”,掀开“五美”村庄美丽面纱。村“两委”高起点规划村庄建设,高标准建设农民新村。投资3600万元实施南荒新村建设,对300户危房户实施整体搬迁,建设了占地面积400亩的金河家园小区。走进南荒新村,村门口“金河家园”四个大字热情奔放,俨然一个城市的住宅小区。一进“小区”,超市、饭店、理发店,一应俱全。仿古砖修葺的院墙把村庄装扮得古色古香,房前屋后、院里院外到处点缀着绿色,宽敞平坦的水泥路通往各家各户,与一家家错落有致的房屋相映成趣,构成了一幅生态宜居的乡村美图。

村落“美”,秀美乡村就像画儿一样。在实施“十个全覆盖”工程中,该村投资1600多万元使8个自然村19.5公里长村组通上柏油路;投资2600万元对14个村民组街道进行硬化,面积达23万平方米;村内设垃圾箱20个,配置垃圾清运车辆



2台,有卫生保洁人员3名;投资180万元对南荒新村美化、亮化;村口建有景观,主街安路灯56盏,墙体粉刷1.1万平方米,墙体装饰画36幅;投资150万元建村卫生室2个、幼儿园2个,便民超市、商店14个;水电、有线电视、电话入户率均达到100%。

产业“美”,农户手中有“绿色存折”。建设美丽乡村,产业项目是关键。目前,南荒村已形成以煤炭为支柱产业,建筑、热电、种植、养殖业协调发展的产业格局。在工业上,村“两委”破解村产业发展中的瓶颈问题,对村办集体企业实施转制,不但化解原企业债务包袱,还壮大了集体经济实力;在农业上,紧跟市场搞活多元化经营,投资1000多万元建设奶牛牧场园区、冷水鱼养殖场、蛋鸡养殖场。截至目前,蛋鸡出栏20万只、奶牛存栏500头、育肥猪存栏3000头、肉羊存栏2000余只;村“两委”还通过平整土地、引洪淤灌、改良土壤、打机电井等措施,使全村11000亩耕地成为保水保肥的

高产田,良好的产业基础打造了村民手中的“绿色存折”,也为“十个全覆盖”工程的顺利实施提供了强有力的保障。

文化“美”,使每个自然村具备“内在美”。“十个全覆盖”工程建设,不是做个盆景,农民的物质生活得到满足,精神文明建设也不能落后。南荒村投资760万元建设文化休闲广场2处,总面积2.13万平方米;投资100万元建设文化活动室、图书室、远程教育室;投资105万元建休闲健身广场,面积3000平方米;粉刷文化墙121幅,使村民的文化生活丰富多彩。

社会“美”,百姓过上城里人的幸福生活。在南荒村老人的记忆里有这样一句口头禅,“垃圾靠风刮,污水靠蒸发,屋里现代化,屋外脏乱差”,“十个全覆盖”过后,南荒人结束了这样的农村生活。“以前村里可没这么漂亮,通过“十个全覆盖”,一点一点在变美,一天一天在变样,往门口一站四处看看,哪都不比城里差,让我搬城里我都不去呀!”

东风德纳车桥十堰部件厂

开展油品泄漏火灾事故演练

“不好啦!输油管破裂,柴油泄漏的厉害,快停止加油!”各应急小组听到呼叫声,一起快速冲向事故现场。近日,一场因相关方在加油过程中输油管突然爆裂,导致燃油大量“泄漏”引发火灾的反事故综合演练在东风德纳车桥十堰部件厂拉开帷幕。

事故发生后,安环员迅速安排人员开展应急自救。快速将消防沙运至泄漏地面进行围堵和覆盖,防止柴油蔓延。同时安排人员在50米范围内拉上警戒带,预防明火引发火灾。由于“泄漏”油品较多,加上当天气温较高,现场油品突发大火,应急救援人员立即拨打119报警,并组织灭火、疏散等各应急小组开展扑火、疏散周边相关车辆、人员。同时,将现场情况上报工厂应急工作领导小组启动工厂火灾应急预案。经过各应急小组的一系列灭火抢救措施,大火被扑灭。据了解,多年来,该厂每年都要组织员工开展一次综合性反事故演练,不仅检验了工厂应急联动机制、应急预案的有效性,还增强了员工的防火防灾意识。

(马潇雪)

寻访都江堰

■ 潘昊东

2016年8月,河南农大烟草学院社会实践调查团从成都出发坐城际快铁到达都江堰快铁站,决定重新回顾一下这座历史古城。寻得当地一家青年旅行社作为落脚点,由于还有一名成员错过了前一天晚上的火车,我们决定休息一段时间,在等待同伴的同时养足精力。一些成员则在旅行社附近走访,了解了解周围的情况。

从2008年以来,都江堰旅游区不断完善,迅速发展。我们沿着杨柳河街顺着江水直下,一幕幕古时百姓生活的石画映入眼帘。民国时期的打铁、抬地主、茶馆闲聊的情景,一幅幅画面随着岁月的时光隧道回溯到几十年前……

接着,我们开始了调查。古韵十足的建筑,在地震的时候受到了破坏吗?受到的破坏又有多严重呢?这些石画是地震之后才建的吗?如果当时受到的破坏比较严重,那么,如今的这条街是经过几年才重修好的吗?如果没有,那是不是意味着这里的建筑是相当的牢固?

我们带着这些问题,一一走访了当地的居民。下午六点,全员到齐。六点半左右,我们开始团队走访。我们来到都江堰城隍庙旅游景点,采访了一位当地管辖城隍庙门口的阿姨。从她的口中得知,当年汶川大地震发生的时候,都江堰景区并没有受到大面积破坏,当地的建筑基本完好。只有年代悠久的二王庙在地震中倒塌了,经过一年后,当地景区管理重建部门将其重新维修成以前的样子。当地百姓的生活幸福美满,伤痛,是藏在内心深处的情感;重建,是一座城市的涅槃。

我们不得不沉默,在每一次询问时,四川人民脸上掠过一抹哀伤,作为四川人,成员们更是与他们感同身受。每问一次,自己心痛一次,居民们每答一次,心又跳动一次。

下午一点,四川小分队继续社会实践活动。我们收拾行李,离开都江堰景区,乘坐公交向“都江堰市抗震救灾·恢复重建陈列馆”出发。

在参观中,发生地震以及地震后的情景历历在目。在都江堰,除了景区附近,周围的现代建筑都受到了破坏。而在党的带领、社会各界的帮助下,人民的衣食住行很快就得到了恢复,并且,都江堰更加美丽。地震已经过去八年,人民的生活有了很大的改变,都江堰经济迅速发展,依山傍水,美不胜收。

如今,美丽的住房、医院、学校已经重建完毕,人们的生活幸福快乐,映秀之行极大地触动了我们团队每一位成员,感动、悲伤、愉悦、愤怒,地震已经过去,回忆不可忘记,感恩不可忘记,一方有难八方支援不可忘记……活在当下,理当珍惜所拥有的一切,感恩于心。

夯基础 强技能 促转型 谋发展

茅台保健酒业召开保健酒生产技术培训会



●培训会议现场

8月29日下午,贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司在茅台集团白金酒公司会议室召开保健酒生产技术培训会。公司在家领导、副班长以上中级管理人员、质量管理部、生产管理综合部、人事劳资部全体人员、酒库车间后勤管理人员、各部门保管员等共150余人参加培训。

根据员工培训计划的安排,贵州省疾控

中心所长、国家食品药品监督管理局保健食品评审专家,贵州大学、贵州医科大学硕士生导师汪思顺教授莅临会议担任主讲。保健酒业副总经理、质量管理部分管领导陈强主持会议。

汪教授在会上对保健酒的生产及管理做了生动、实在的讲解,提出酒是一种文化,是一种健康的产品。倡导要把营养健康作为产



●汪思顺教授主讲

业发展的方向,要围绕大健康产业做强做大企业。参会人员聚精会神地听着汪教授讲解,并认真做好相关笔记。

保健酒业总经理李策冉在讲话中对汪教授的到来表示感谢。深刻剖析了“夯基础、强技能、促转型、谋发展”的重要意义,指出了此次会议的重要性。要求广大员工在保健酒业公司转型发展的重要时期,要认真学习专业技能知

识,做好思想上和技能上的过渡。

保健酒业党委书记、副总经理谭定鸿强调了产品质量在企业的生存与发展中的重要性。谭定鸿书记说,在健康永远、健康第一的全民理念下,保健酒业公司将在集团党委的正确领导下,向着健康、保健、养生的方向发展,一定会顺利完成品牌升级、转型成功,成为贵州省大健康龙头企业。

(罗江琴 报道 陈富鑫 摄影)