

6 管理诊所 Management Clinic

当下,婴幼儿辅食已成为食品厂商争夺的一片蓝海。根据第三方数据,2006 年–2013 年,国内婴幼儿辅食市场规模从 11 亿元增长至 60 亿元,在 2015 年迈过了 100 亿元的交易高峰。随着二胎政策的放开和中产阶级崛起,整体市场容量有望达到 800 亿元左右。

婴幼儿辅食网售乱象:配方杂乱 国产、进口均有问题

■ 郭铁 李栋

根据第三方数据,2006 年–2013 年,国内婴幼儿辅食市场规模从 11 亿元增长至 60 亿元,在 2015 年迈过了 100 亿元的交易高峰。随着二胎政策的放开和中产阶级崛起,整体市场容量有望达到 800 亿元左右。

面对高增速和庞大的市场,婴幼儿辅食问题屡现。由于网络渠道的不可控性及商家误导等因素,网售婴幼儿辅食问题更为严重。

国产“配方”杂乱 有效成分少

根据国标《婴幼儿谷类辅助食品》(GB10769–2010)的定义,婴幼儿谷类辅助食品是以一种或多种谷物为主要原料,添加适当的营养强化剂或其他辅料,经加工制成的适于 6 月龄以上婴儿和幼儿食用的辅助食品。

记者注意到,国标除对谷类辅食中的能量、蛋白质、脂肪、维生素 A、维生素 D、维生素 B1 及钙、铁、锌、钠成分有强制要求外,对于烟酸、维生素 C 等营养物质均表述为“可选择”,在营养素的种类要求上较婴幼儿配方奶粉“宽松”许多,且无年龄分段要求。

尽管如此,不少网售婴幼儿米粉品牌均模仿婴幼儿配方奶粉推出了“1 段、2 段、3 段”及“全段”产品,而不同品牌的“配方”可谓五花八门。

英吉利天猫旗舰店所售 450g 罐装小米粉在包装外形上酷似婴幼儿奶粉,分为 1–3 段及全段,营养成分多达 27 种。不过仔细对

比可以发现,其各段产品仅在钙、水苏糖、DHA 等成分上有少量差异,其余营养物质含量几乎相同。

而同样分段的“泸州肥儿粉”,其 1–3 段罐装婴幼儿谷物辅食仅含有 14 种营养素;英氏天猫官方旗舰店则显示其钙铁锌米粉有 18 种营养素……各家辅食几乎均以添加各种营养素或食材为卖点,部分消费者表示难以鉴别。

然而,这些所谓的“卖点”实际添加量也较少。淘宝商家“皇家 baby 婴儿城”宣称,其所售贝亨 3 段贡米红枣核桃营养米粉(800g)精选新疆核桃、红枣,然而配料表却显示其贡米、红枣粉及核桃粉的添加量仅有 6%;商家“新概念母婴生活馆”所售“开心”系列营养米粉(1000g)中,其淮山粉、薏米粉、胡萝卜粉、玉米粉、五谷粉的添加量仅为 1%。

以一个婴儿平均每天食用 50g 米粉计算,通过上述贝亨 3 段米粉摄入的核桃及红枣仅分别为 0.3g,还不足一颗普通核桃仁重量的 1/10。

普通产品冒充婴幼儿辅食

记者从食药监部门了解到,企业生产标称“婴幼儿辅食”的产品必须依法取得相应生产许可。不过市场情况显示,一些普通米粉、面条常蒙混在婴幼儿辅食中销售,由于网售平台往往不能展示全部产品包装细节,消费者难以判断,使得“冒充”现象更为严重。

在各平台搜索“婴幼儿辅食”可以发现,米粉、面条、饼干是最常见的三大品类,几乎

苏州相城:“大咖”云集 教青年创业者躲“坑”

■ 周建琳

当前是“大众创业、万众创新”的时代,青年创业成为实现价值放飞梦想不可或缺的元素。11 月 12 日,2016 年相城区青年创业论坛正式举行,相城百余名青年创业者和海内外创业导师、行业“大咖”面对面交流,零距离互动,共同分享创业故事,碰撞思想火花。

论坛针对“如何成功躲过创业的各种‘坑’”这个议题展开互动对话,邀请了源悦信息技术研究院、蓝宝汽车电子(扬州)有限公司,研究院院长、总裁徐永龙,江苏万伏新能源有限公司董事长费扬,上海佰恩智电子科技有限公司总经理金虎林,海禾资本创始管理合伙人马晓光,通江资本董事总经理张嘉诚作为对话嘉宾,这些业界“大咖”分享了他们的创新创业经验,特别是对青年创业者提出了很多宝贵的意见。

要学“桃园三结义”

一家公司即使有了成千上万的员工,列入了世界 500 强,基因也是创始人所奠定。因此,创业伙伴的选择,决定着创业公司命运。

这样的观点得到了徐永龙的充分肯定。“我们创业之初的团队就是知根知底的朋友,很早就在德国认识,互相信任。”从科研专家到项目经理,再变身成为一名企业家,这是徐永龙的艰辛转变。

而今再回首创业之路,徐永龙坦言,一个强大的核心团队,是企业持续发展的最重要的保障。

创业团队几个人最合适,最能形成人才组合优势?海禾资本创始管理合伙人马晓光很推崇“桃园三结义”。

马晓光分析说,刘备、关羽、张飞这三个人的优势不同,这三个人的突出才能整合成了较为完整强大的职业团队。

要避免拥挤跑道

“痛点是消费者必须要解决的问题,而痒点不一定非得一定需要。”在通江资本董事总

百度副总裁曾良:“烧钱”的 O2O 应有更高级的玩法

自 O2O 诞生开始,烧钱似乎是摆脱不掉的标签。从团购到订餐,从洗车到电影,几乎每个 O2O 领域都离不开动辄数亿的融资,或是千万量级的补贴和地推。那么除了烧钱,O2O 有没有更高级的玩法?

百度副总裁、百度糯米总经理曾良 11 月 13 日在 15 派 2016 星际创客峰会上介绍,中国的 O2O 行业已经进入新的赛道,大数据、云计算、人工智能等技术正在助力 O2O 走向高端竞争。

“近几年 O2O 领域野蛮的竞争产生了很多问题,赔本赚吆喝来争取用户目前来看行不通。”曾良说。低价无法培养用户的忠诚度,商家忽略了产品是否为顾客所需要,顾客也会因为价格上几元之差轻易切换商家。

曾良认为,让消费者知道品牌并最终转化成购买,最重要的是赋能商家。

“过去,我们的目光都在顾客身上,这没什么错,但将来要更多地解决商家的痛点,商家获得了营利,自然就愿意买单。”

曾良介绍,首先,O2O 平台可以利用获取的数据,为每位消费者画像,给予他们最合适的、个性化的界面、推荐和价格。其次,开发更为娱乐性的方式让消费者有更好的购买体验,如鼓励商家直播、AR 购物游戏等。此外,有效结合地图等工具打造更为多样的营销场景,商家可以基于位置范围的投放和成像感知探索更丰富的营销手法。最后,以往单一的 O2O 平台可以通过整合其他提供服务的伙伴,打造一个一站式智能服务平台,帮助商家解决缩短供应链、丰富营销体系、提升效率、增强运营等全方位的需。

针对有市场人士说中国的 O2O 行业已走入下坡路,曾良认为,中国有 6.88 亿的移动网络用户,O2O 的人口红利基础仍然存在,加之国务院近日发布推进线上线下互动、加快商贸流通创新发展转型升级的意见等,可见政策、经济、技术、社会等条件依然支持 O2O 行业的迅猛发展。只是,中国的 O2O 发展已放缓,是时候改变一个赛道了。(钱蕊莎)



所有商家都在搜索关键字中打上了“婴儿”、“辅食”、“宝宝”等字样。但记者随机查询了 6 种所谓的“婴儿面条”生产许可证号发现,无一为真正的婴幼儿辅食。

英吉利天猫旗舰店页面显示其所售营养面条 (280g/盒) 生产许可证编号为 QS311701030004,但食药监总局官网查询结果却显示,其产品仅为“普通挂面、花色挂面”。

拥有类似问题的还有郑州万家食品公司在淘宝网所售的“谷妈咪宝宝均衡营养”系列面条、天猫诺达母婴专营店所售的韩滋骨汤小面片等。

“双十一”后时代 “售后保障”是关键

经过一个周末,“双十一”的喧嚣渐渐退去。今年的“双十一”,各家平台都给出了一份精彩的答卷。

阿里的“双十一”最终以 1207 亿元收官,其中无线交易额占比 81.87%,覆盖 235 个国家和地区,这一成绩创造了八届“双十一”以来的历史新高。

亮眼的数据背后,有网友反映,自己在“双十一”买的一款润肤露套装,线下活动价比网上还便宜,于是决定退款,但商家客服表示,根据天猫“双十一”活动规则,订金都不退还。除了退换货难问题突出、物流不给力之外,售后服务跟不上也是网民最近反映“痛点”较多的问题。

“双十一”后时代,“售后保障”是关键。关于此话题,中国社科院财经战略研究院服务经济与餐饮产业研究中心副主任赵京桥做出了点评。

赵京桥:“双十一”是中国电商企业自创的全民购物节日,2009 年至今,“双十一”购物节已经举办了八次,从最初阿里巴巴的“独角戏”演变成几乎所有网络零售平台都共同参与的购物节,交易额从最初的不足亿元,迅速并喷到现在的近两千亿,已超过美国的“黑色星期五”,成为全球最大的购物节。这显示出中国网络零售发展的强劲势头,尤其显示出网络零售相对于线下零售巨大的交易优势。无论与全球最大零售商还是与我国消费品零售总额相比,“双十一”购物节一天的交易额都遥遥领先。信息技术打造了一个全天候随时随地消费的环境。作为中国人自己的购物节,“双十一”在促进国内消费、国际贸易、扩大网络零售影响力以及提高我国网络购物的渗透率上已经体现出非常重要的作用。但我们也要看到,伴随着“双十一”不断刷新交易额、订

专家:TPP 暂时搁浅对中国是把双刃剑

■ 时晨

“TPP 有可能搁浅对中国来说是双刃剑。一方面,中国有了相对宽松的环境能够推进自贸区网络建设;另一方面,TPP 在高标准开放型经济方面有很大参考价值,搁浅后,其发展实践中的借鉴意义暂时削弱了。”

11 月 14 日,2016 中国(义乌)丝绸之路经济带城市国际论坛举行。出席论坛的前驻旧金山、纽约总领馆经济商务参赞、人大重阳高级研究员何伟文在接受中新经纬客户端专访时作出上述阐释。

TPP 暂时搁浅 对中国是双刃剑

多家美国媒体 11 日报道,由于美国当选总统特朗普对跨太平洋伙伴关系协定(TPP)持反对立场,奥巴马政府已放弃寻求本届国会批准 TPP,未来美国贸易协定的前景将由明年就职的新总统与新一届国会决定。

而特朗普曾多次强调包括 TPP 在内的不公平贸易协定是美国的“就业杀手”,声称废除 TPP。

对此,何伟文指出,一方面,TPP 暂时

这些普通挂面、花式挂面经卡通包装、宣传暗示等系列操作后,售价却并不“普通”。上述英吉利“婴儿面条”4 盒促销价为 89 元,英氏健恩婴幼儿营养面条 4 盒促销价为 51.2 元,韩滋骨汤小面片 4 盒促销价为 68.9 元,平均每斤售价达 25 元以上,而普通挂面平均每斤售价仅为 5 元左右。

进口 9 个月 18 批次进口辅食不合格

国内婴幼儿辅食市场乱象重重,国外同类产品的质量问题也值得关注。

记者梳理发现,根据国家质量监督检验

据检验检疫总局进出口食品安全局公布的进境不合格食品、化妆品信息,2016 年 1 月至 9 月间,共有 18 批次进口婴幼儿辅食被检出不合格,主要品类包括鸡肉泥、米粉、蛋白饮料等,分别来自澳大利亚、韩国、中国台湾地区等不同产地,在检出不合格后被入境口岸检验检疫机构予以退货、销毁处理。

其中,标签不合格、维生素和钙含量不达标、菌落总数超标成为主要原因。同年 7 月,厦门阿尔斯兰供应链有限公司从台湾地区进口的“易亲安婴幼儿谷物辅助食品米粉”,被检出菌落总数超标后予以退货处理。另外,厦门紫园居贸易有限公司从台湾地区进口的 9 个批次的宝贝能量复合蛋白固体饮料、欧优天使复合蛋白固体饮料等,因标签不合格被予以退货处理。



单量、赚足眼球的同时,购物节也面临很多成长的烦恼,特别是在售后环节。

具体的问题有两个方面:一是迅速并喷的交易能力与有限的物流客服能力的矛盾日益凸显。信息技术可以在交易中极大地提高信息展示、搜索交易配对、存货以及物流信息协调能力,但在物流配送、售后客服上,仍需要依赖大量的基础设施投入、物流配送人员与客服人员配置。基础设施投入需要长周期的逐步提高,而物流配送人员与客服人员也很难应对瞬时爆发的订单量。即使招募大量的临时快递人员与客服人员,也会由于缺乏培训而极大地降低服务质量。从整体的快递能力来看,我国去年的快递包裹量为 206 亿件,日均派送量是 5000–6000 万件,去年“双十一”包裹量约 5 亿件,而今年的订单量已经超过了 10 亿。这种承载量是日均处理量的 10 到 20 倍,这样的物流压力下要保证同样的物流服务水平是非常难的。

二是电子商务领域中的负外部性问题在“双十一”集中爆发。网上销售的假冒伪劣商品以及虚假折扣、虚假原价、虚假存货、误导宣传、刷单等不规范问题,带来的消费者投诉量在“双十一”后大幅上升。

当前我国网络零售的信息技术极大地提高了交易的效率,但交易的公平、公开还有待进一步提升。尽管网络交易平台的信誉评价机制已经大大提高了电子商务的可信度,但依然有大量问题难以通过平台自身的机制解决,所以电子商务的监管仍要加强。

由于现在的市场监管不成熟,难以跟上电子商务发展与创新的速度,电子商务在快速发展的同时仍存在大量的问题。今年在“双十一”前期,政府部门约谈了网络零售平台,要求规范“双十一”购物节。当然除了在购物节,在日常的网络消费中如何保障消费者权益也应该是购物平台、政府及消费者共同努力去解决的重要问题。(央广网)