

国产饼干渐入整合期 两年 200 余家企业退出

尽管中国饼干市场潜力巨大,但国产饼干一直难以突围,最近两年还有上百家企业或已从行业中退出。记者 11 月 14 日从行业权威渠道获得的数据显示,截至 2016 年 6 月,饼干行业通过食品生产许可的企业 1699 家,比 2014 年底的 1918 家减少 219 家。

国内最大的饼干生产企业嘉士利集团董事局副主席谭朝均认为,尽管饼干行业集中度正逐渐提高,但仍然处于分散竞争状态,中小型企业仍然占行业的大部分,未来行业集中度将逐步提高。

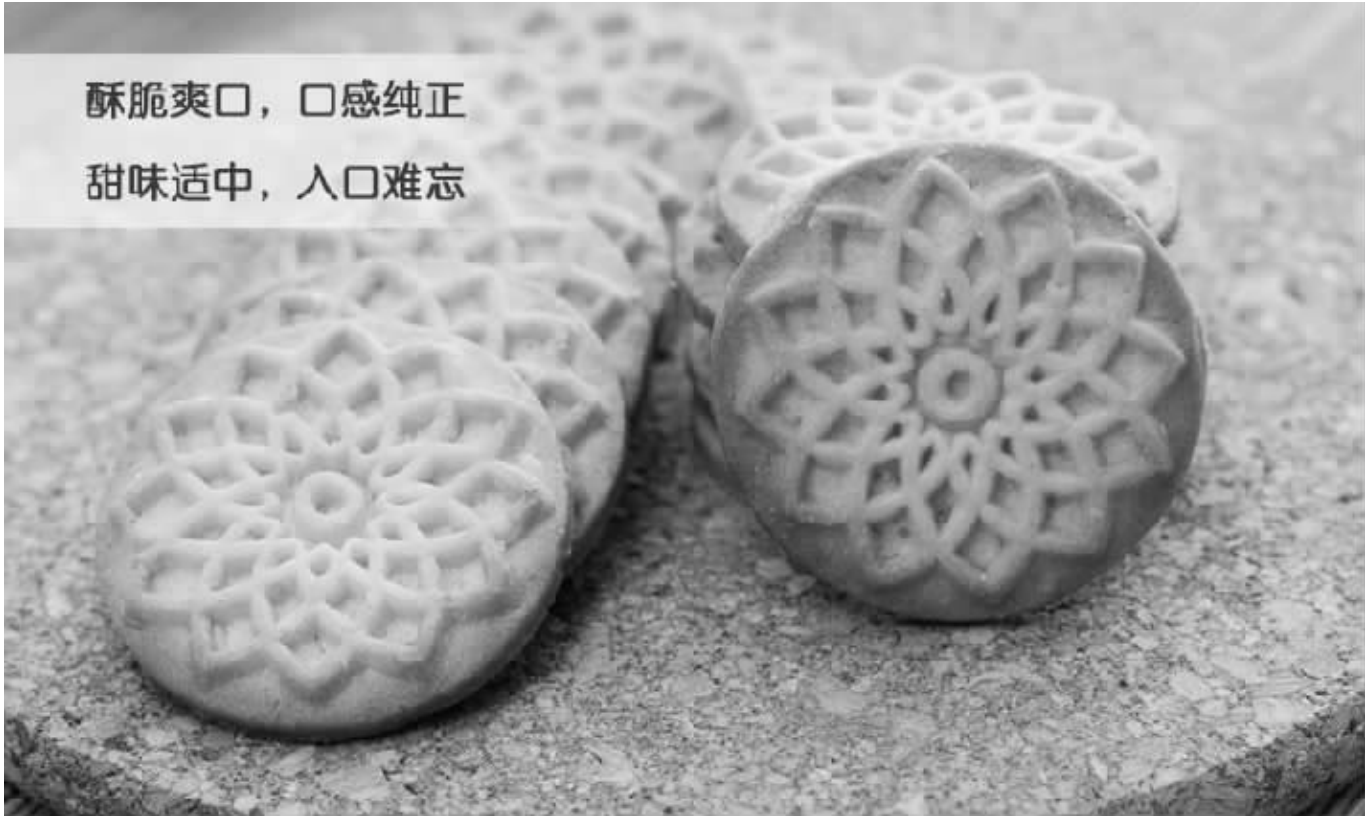
行业增速不再亮眼

伴随着休闲食品的品类扩容,我国饼干市场一度保持高速发展。据第三方咨询公司欧睿数据库显示,2009 年到 2013 年,我国饼干市场年复合增长率为 24.5%,预计 2014 年至 2018 年复合增长 16.4%。其中,2013 年我国饼干市场零售额达到 80.96 亿美元,成为世界第三大饼干市场。一个不容忽视的问题是,排名市场前 5 位的饼干制造商中,只有排名第二的嘉士利集团为本土品牌。

在经济增长放缓、主要原料成本攀升的局面下,饼干行业增速不再像以前那样亮眼。业内人士表示最近几年饼干糖果企业平均成本同比增长 10%以上,饼干主要原料鸡蛋、糖、奶粉、包装材料等涨价幅度都在 10%以上,人工费用增长在 30%以上。

今年 2 月,中国焙烤食品糖制品工业协会理事长朱念琳指出,去年饼干行业增幅在 8%左右。嘉士利集团也在 2015 年财报中谈到,公司所处的食品制造业正受到大环境影响。

一些经营不济的中小型企业则可能已退出。记者获得的数据显示,2014 年底我国饼干行业通过食品许可的企业有 1918 家,2015 年 6 月有 1766 家,今年 6 月为 1699 家。谭朝



● 图据网络

均对记者表示,原材料价格的压力会使行业洗牌进一步加速,从行业数据看,两年间或已退出了约 200 家企业,而实际上,之前就有一些中小型企业已减、停产。

中国食品研究院研究员朱丹蓬接受记者采访时表示,近年来中国消费市场发生了根本性变化,消费理念和结构发生转变,新生代消费市场的崛起让很多快消品企业不能独善其身。

对此,嘉士利集团也在今年半年报中谈到,快消食品消费行为及偏好不断改变,未来的趋势是更注重健康、食品安全和方便购买,进口食品的需求会大幅上升。

外资品牌优势明显

实际上,中国本土饼干企业一直以来都在高喊要突围高端市场、打破进口品牌优势的口号,但至今仍未如愿。

对于行业现状,谭朝均坦言,众多的中小型企业技术和管理水平偏低,生产规模小,且高度分散。在他看来,国产饼干与外资品牌之间不是简单的生产设备上的差距,现在一些上规模的国产企业也使用世界一流的生产设备。实际情况是,中国消费者对进口品牌更有信任度,进口产品售价相对高,100 克可以卖到六七元以上,有更大的议价空间与消费者

进行沟通。

记者对比发现,嘉士利 2016 中报显示平均单价约为 12384 元/吨,100 克产品均价只有 1.2 元,与进口产品售价相差在 5 倍以上。不过,外资品牌普遍集中在一二线城市,渠道相对较窄。

嘉士利集团董事会主席黄铭铭依然表达了对行业的信心,他认为,从欧美国家来看,饼干在人们日常生活中占据着重要位置,早已经是早茶和下午茶的重要休闲食品。目前国内人均饼干消费仍只有欧美国家的六分之一,就此看来,国内饼干市场潜力巨大,行业整合非常有必要。

(金喆)

为回馈广大消费者,伍田食品旗舰店在每年的国庆节、双十一、年末圣诞节、元旦及春节、情人节等都有大型的优惠促销错过双十一 也能享受伍田优惠购

■本报记者 何沙洲 通讯员 李欣

俗话说:民以食为天,食以味为先。在当今中国人的饮食方面,单纯的吃饱、吃好已经不是唯一标准,吃得健康、吃得营养变得越来越重要,追求健康是生活高品质的象征。来自雪域高原的牦牛肉,具有饲养牛羊肉品不可比的高钙、高铁、高氨基酸、低脂肪、低胆固醇、无重金属、无污染的独特和极高的营养价值,深受中外消费者的喜爱。

在 2016 年双十一抢购期间,喜爱“伍田”系列牦牛肉产品的消费者们格外高兴,抢购也格外疯狂。价格优惠一直以来都是双十一的一大亮点,成都伍田食品公司也特别在天猫商城、京东、苏宁易购等“伍田食品旗舰店”上开辟抢购优惠专场。按照伍田牦牛肉粉丝小瑛的话说,伍田食品这次双十一价格降得有点狠,在“伍田食品旗舰店”上有一大堆 10、30 元的优惠券和小礼品送,一些美味食品还是 3 折起。小瑛说,网购上的东西很多是名不符实的,真正让他们高兴的是,用特优惠价格购买了自己喜爱的正宗产品,“伍田食品旗舰店”是由官方认证的在线店铺,100%正品保障,所有展示商品与实物完



● 抓紧装包将抢购产品发出

全相符,并严格执行七天无理由退换货服务。小瑛说,她一次抢购了够两个月享受口福的伍田美味。

为了满足众多粉丝和消费者们能及时收到伍田美味食品,伍田食品公司全员忙碌,能抽调去帮车间生产、帮电子商务网公司都

抽调了。工作场地不够,电子商务公司仓库外面院坝都成了工作场地,大家紧张又有序地将伍田系列产品装盒封装贴单,快递公司的派送车就在仓库门口,装满一辆车开走,就紧接着装第二辆车。

“我喜欢伍田食品。”参加抢购的小伟说,他是伍田牦牛肉产品十多年的忠实消费者,伍田牦牛肉的美味不仅来自 20 年专业的加工工艺和不断的研发创新,还有企业领导人在业界倡导的“三心”安全观:伍田人凭良心做出的食品,是自己能吃,自己的孩子能吃,自己的父母都能吃的食品;这样的产品生产出来后,伍田人不昧良心回家能睡得着觉,经销商赚了钱也能安心睡得香,消费者享了口福也能放心睡得好。

诚然,有良好的企业文化理念,才能生产出高品质的美味产品,才能获得消费者的“口碑传播”,才能有众多产品粉丝。

小瑛说,伍田食品这次双十一价格降得有点狠,这样的优惠错过了要等一年。但据记者了解,为了回馈广大消费者,伍田食品旗舰店在每年的国庆节、双十一、年末圣诞节、元旦及春节、情人节等都有大型的优惠促销,错过双十一抢购,也能享受特优惠价格购买到自己喜爱的正宗伍田美味食品。

伊利社会责任建设为乳业树立标杆

近日,中国企业联合会调研组对伊利集团进行调研。调研组认为,伊利不仅是全球乳业 8 强、中国乳业领军企业,也是国内践行可持续发展、积极履行社会责任的杰出企业。伊利的“健康中国”社会责任体系,让企业呈现出全面、均衡、可持续、健康的发展态势,对推动全社会共同发展起到了重要作用。

中国企业联合会副理事长李建明表示,当前,落实“创新、协调、绿色、开放和共享”五大发展理念,加快经济发展方式转变已成为第一要务,企业社会责任的根本在于可持续发展。在多年发展中,伊利始终秉承“厚度优于速度、行业繁荣胜于个体辉煌、社会价值大于商业财富”的发展观,以自身的良好经营、与环境的和谐共处、与社会的多方共赢带动了企业公民理念在中国商界的普及,更为中国企业树立了新的责任标杆,值得学习。

当前,企业社会责任与可持续发展等理念已成为包括中国乳业在内的国内商界公认的行为准则。而在十几年前,伊利就在行业内率先践行企业社会责任,并逐渐摸索出一整套以“健康中国”为核心理念和长远目标的责任体系,成为中国乳业发展理念上的重要突破。在“健康中国”核心理念指导下,伊利逐步构建了各利益相关者均衡兼顾,共同提升为中心的 社会责任体系,以服务消费者、保持业

内领先为基础,带领合作伙伴共赢、行业可持续发展,同时为员工职业发展和幸福生活打造优良环境,并积极参与社会公益事业,助力和谐社会建设。

在服务消费者层面,伊利深入推行质量领先战略的落地和实施,有效落实质量领先管理体系要求,通过完善国际领先食品安全风险防控和产品质量管控体系,确保产品品质和服务质量的领先。同时,伊利继续健全消费者需求洞察机制,完善产品创新模式,与国内外机构开展深度合作,大力开展食品健康、安全基础研究,对国际先进的新产品、新技术实时追踪,为消费者提供最优质的产品。基于此,2015 年,伊利营业收入突破 600 亿元,净利润 46.54 亿元。在荷兰合作银行发布的最新“全球乳业 20 强”榜单中,伊利的排名已跃升至全球乳业 8 强。

在带领合作伙伴共赢层面,伊利始终发挥着领军企业作用,持续帮助社会牧场提升管理能力,同时加大普惠金融范围,为合作伙伴量身订制更实用的金融产品。

据了解,过去 5 年,伊利先后投入 127 亿元,建设、升级奶源基地,现在伊利在全国拥有自建、在建和合作牧场有 2400 多座;截至 2015 年,伊利对 5000 多名牧场技术人员和管理人员进行专项培训和技术指导,而这带来的效益是每头奶牛每天多产 4 公斤牛奶,带动 500 万奶农走上了脱贫致富的道路。针对

奶农的实际发展需求,伊利推出“青贮保”、“牧场保”等金融产品,有效解决了奶农融资需求。截至 2015 年,伊利累计为近 1500 户牧场提供金融扶持,融资金额近 25 亿元。

今年 9 月,伊利的带动合作伙伴共赢模式进一步提档升级。伊利集团成立了“牧场合作伙伴发展学院”、“供应商发展学院”和“经销商发展学院”。这一平台是伊利继推出产融结合的“产业链金融”模式帮助合作伙伴降低经营风险,解决融资困局后,提出的又一合作新模式,折射了伊利集团董事长潘刚带动产业链合作伙伴协同发展的理念。

在为员工职业发展和幸福生活打造优良环境上,伊利集团建立了完善的员工职业生涯规划,强化员工教育培训,完善网络学习平台,支持员工的职业发展及个人成长,并不断拓宽员工的表达与沟通渠道,积极鼓励员工参与公司经营发展,同时提供更多健康安全保障和富有意义的文体活动,努力为员工创造阳光、积极、和谐的事业与生活平台,与员工携手成长,共同创造美好未来。

在公益慈善层面,伊利集团一如既往地履行自身责任与担当。在全国范围内开展了伊利方舟、伊利兴趣课堂、伊利爱心图书室、伊利“光明行”、伊利爱心温暖包等公益活动,受到社会各界好评。

其中,伊利方舟是伊利集团发起的关注

“儿童成长安全”的教育类公益项目。该项目致力于打造儿童安全公益行动平台,让更多人关注并参与其中,共同保护儿童安全成长。4 年来,方舟航迹已遍布全国 25 个省市地区,开展了 70 余场儿童安全专项培训,涵盖防拐防走失、交通安全、日常生活安全等近 20 个主题,直接让 20 余万孩子、老师、家长受益。针对自然灾害与社会重大事故的突发性,伊利建立了企业社会责任内外应急预案系统,确保第一时间作出反应。四川汶川、芦山地震,浙江余姚水灾等地的自然灾害中,伊利为灾民们送去急需的物资和实实在在的援助。

领先的社会责任理念,让伊利集团在中国乳业的企业社会责任方面开创了 3 个第一:第一个完整的健康中国社会责任体系、第一个社会责任应急预案、行业内第一份企业公民报告。这三个“第一”,体现了企业的价值取向。

中国人民大学商学院教授赵晶表示,纵观伊利在企业社会责任的做法,可以看到,不论是在社会责任战略的明确性、还是企业自身发展的优良性、社会责任实践的丰富性、社会各方的共赢性以及企业发展的可持续性,伊利“健康中国”社会责任体系都对中国乳业落实企业社会责任起到了开创和引领作用,也为中国食品企业更好地践行社会责任树立了实实在在的标杆。

(据新华网)

宜宾食药局“四强化”秋冬季农村食品安全

本报讯(沙沙)为保障农村食品质量安全,治理农村食品安全突出问题,四川省宜宾市食品药品监督管理局“四强化”推进冬季农村食品安全工作。

一是强化农村自办宴席安全管理。狠抓举办者、承办者责任及从事宴席加工服务者的备案管理,严格落实群体性宴席“一月两报”制度。

二是落实经营者主体责任。建立完善生产经营者监管档案,完善快速检测、信息公示等各项管理制度,加大对经营者《食品安全法》的教育培训力度。

三是加大监督检查力度。以农村生产加工小作坊、集贸市场、学校食堂、农家乐、小吃店等为重点场所,深化农村食品安全“扫雷”专项行动,组织开展米、面、油、酒等重点食品抽样检验,依托技术性监督排查食品安全隐患。

四是强化打击力度。加大对群众投诉举报线索的核实,坚决查处无证无照经营食品,销售假冒伪劣、三无过期、变质饮品的违法行为。

贵州食品农产品出口连续 5 年实现跨越式增长

记者 15 日从贵州出入境检验检疫局获悉,贵州食品农产品出口连续 5 年实现跨越式增长。

数据显示,2016 年 1 月至 10 月,贵州累计出口酒类 2.18 亿美元,同比增长 44%;烤烟 8860 万美元,同比增长 95%;调味品 742.5 万美元,同比增长 16.5%;茶叶 3185 万美元,同比增长 38.3%;淀粉制品 487 万美元,同比增长 45 倍。贵州食品农产品出口连续 5 年实现跨越式增长。

贵州自然条件优越,具有发展现代农业独特的资源优势。贵州有着类型多样的土壤、独特的自然气候、充沛的水热条件、优越的生态环境等,生物资源丰富多样。

在独特资源禀赋下,政府改革“红利”刺激贵州增出口食品备案企业和种养殖场达百余家。贵州出入境检验检疫局将出口食品生产企业卫生备案等六项行政审批工作等下放至一线;复制推广上海自贸区 8 项创新举措,出台了 11 项文件制度,简化食品农产品进出口环节和相关手续等。贵州积极建成 8 家国家级出口食品农产品质量安全示范区,10 家省级示范区。

贵州出入境检验检疫局还积极推动质量安全体系认证工作,辖区企业获得的质量安全认证证书已达 1247 张,其中有机产品认证 106 家,地理标志 18 家,生态原产地产品保护认证 7 家。

(张伟 张毅)

河南已包揽中国内陆“洋”肉进口多个“冠军”

记者从河南出入境检验检疫局获悉,中国首个不沿海、不沿江、不沿边的内陆进口肉类指定口岸——河南进口肉类指定口岸已运营一年,截至目前已经成为中国进口量最大、货源国最多、品种最全的内陆进口肉类指定口岸。该口岸对于河南打造中国内陆进口肉类产品集散基地,更好地融入国家“一带一路”战略具有重要意义。

河南进口肉类指定口岸包括郑州、漯河两个查验场,是河南对外开放的重大项目。

一直以来,河南进口肉类只能从上海、青岛、天津等沿海口岸入境,物流成本较高。2015 年 10 月 26 日,首批从澳大利亚空运入境的冰鲜肉在河南进口肉类指定口岸实施检验检疫并通关,标志着该口岸正式启用。

河南出入境检验检疫局相关负责人告诉记者,一年来河南进口肉类指定口岸共进口肉类 1143 批,49 万吨,货值 66 亿元,涵盖了冰鲜肉、冷冻猪肉、羊肉等 3 大类 22 个品种。河南肉类进口运输模式包含空陆联运、海陆联运、海铁联运等运输模式。主要进口企业包括双汇集团、河南新澳、众品食业、豫星畜产品进出口公司等。

其中,河南进口猪肉产品达 1095 批,485 万吨,货值 645 亿元,主要货源国家是美国、加拿大、丹麦等 10 个国家;牛肉产品 39 批,401.5 吨,货值 1201.3 万元,主要货源国家是澳大利亚和巴西;羊肉产品 9 批,225.1 吨,货值 422.2 万元,货源国家是澳大利亚。尤其是从今年 6 月份开始,河南进口肉类指定口岸每月进口量均逾万吨。

目前河南进口肉类备案企业已从一年前的 49 家增至现在的 92 家,出口注册企业增至 44 家,出口肉类产品 4.1 万吨,货值 8.2 亿元,出口目的地国家包括日本、韩国、吉尔吉斯斯坦等 15 个。肉类口岸正在吸引越来越多的外贸企业来河南从事肉类进出口业务,越来越多的肉类产品从河南进出。

河南双汇投资发展股份有限公司副总裁宋保国告诉记者,由于进口直达,减少了中间环节,提高了物流效率,缩短了供货周期,提高了资金周转率,有利于企业抓住国际市场行情时机,提升利润空间,利用国内国外两个市场、两种资源的途径更加便捷。据不完全统计,目前每吨肉类仅物流和资金周转就可节约成本约 400 元。进口肉类在本地交割结算,由此增加地方财政收入 1.76 亿元。同时通过辐射带动,为河南乃至全国人民提供更多优质安全、物美价廉的肉类产品,丰富了百姓餐桌。

河南是中国肉类产品消费大省、畜牧业生产大省和全国重要的肉产品生产、加工和集散地。进口肉类指定口岸对于大幅降低内陆地区肉类物流成本,带动河南省及中西部地区农产品加工、流通和贸易发展,推动形成从进口、养殖、屠宰、加工、出口的一完整产业链,具有积极意义。

(马意军)