

2 焦点 Focuses

天台山竹业携手展腾投资 赴澳上市成功签约

本报讯 (记者 喻永国) 12月3日,四川省邛崃市天台山竹业有限公司在邛崃兰庭大酒店隆重举行携手展腾投资集团赴澳上市签约仪式暨新闻发布会活动。

天台山竹业公司董事长杨威、展腾投资集团董事长高健智、四川展腾董事长范会涛等领导嘉宾出席了本次启动发布会仪式。

天台山竹业公司的发展得到了政府的大力支持,对于此次赴澳上市,邛崃市政府也表示将给予大力支持。展腾投资集团董事长高健智表示:“辅导企业上市不只是引资,更重要的是引智。天台山竹业启动赴澳上市与国际市场接轨,上市后将通过资本市场的力量让企业做大做强,实现跨越式的发展。”

本次签约意味着,天台山竹业公司将在展腾投资集团的辅导下,正式启动赴澳洲上市工作。作为亚太地区最主要且高度发达的资本市场之一,其运作制度非常成熟稳定,具有辅导周期短、融资能力强、上市门槛低、融资金额大、受国际资本青睐等优势。

邛崃市拥有得天独厚的自然资源,其中又以竹资源最为丰富,加上近年来政府积极引导,大量发展种植,目前已达到约40万亩的规模,是四川省、成都市短周期工业原料林建设试点示范(市)县,是成都市林竹产业化发展“牵头(市)县”。

四川省邛崃市天台山竹业有限公司地处四川省邛崃市,自2008年开始为四川一



丰田汽车有限公司柯斯达车型提供车用竹地板,是唯一向一汽丰田柯斯达车型提供车厢底板的生产厂家。2013年,公司与现代汽车签订正式的供货合同,为现代汽车客车提供竹用车厢底板。

众所周知,专供客运的车辆,其质量以及安全性要求都是非常高的,而竹制客车车厢底板是一种新工艺和新技术带来的高性价比产品,其最先应用于欧美发达国家。经过三年多的生产研发,天台山竹业公司的竹制车厢底板生产线及产品品质都已十分成熟稳定,产品通过检测达到了日本丰田公司SOC环保的检测标准。

慈竹一般3年即可成材,竹制车厢底板生产就地取材十分方便。此外,作为山区农户增收的重要产业,若有产业化的龙头

企业带动慈竹的种植和消耗,将使农户种竹的积极性迅速提高。据统计,年产50000套客车车厢底板可带动当地农户1500户进行原料粗加工。天台山竹业公司车厢底板加工项目可带动与公司签约组织农民编织竹席的专业户约50户,每年为专业户创收2000余万元。带动直接从事编织的农户约1500户,每年为农户增收1800万元。解决当地种植户125000吨原竹的销路问题,解决了约300名农民进厂就业,具有明显的社会效益和经济效益。

因为车厢底板项目的引进,公司也得到了当地政府的大力支持,市委领导、市林业局领导多次到厂区参观、指导。对公司今后的发展提出了许多很好的建议。同时公司已被成都市财政局农办列为农业产业

化龙头企业。先后被评为竹加工师范企业,先进单位,AA级信用企业,成都市新材料企业,市级重点龙头企业等。

天台山竹业公司研发的新型竹制车厢底板集成了传统钢板的优势的同时,其轻便、防潮、防腐蚀、减震、不易虫蛀、环保、原生态等特点。不仅能够完全替代钢板作为车厢底板使用,而且减轻车身重量的同时也节约了制造成本,行驶过程中也降低了油耗。节能减排方面也发挥了关键作用,促进竹制车厢底板产业技术进步,整合车厢地板产业资源,节约产品生产升本,构造循环经济链,提高经济效益。

天台山竹业公司以安全环保为生产理念,以创造经济效益的同时追求社会效益为己任,着眼全球经济发展,与国际资本市场接轨,即将迎来更大的发展空间。

产品添加复原乳却不标注 新希望等6家企业被点名

上周末,国家食药监总局发布的最新通报显示,10家乳企在复原乳标签标识上存在问题,其中新希望等6家企业明明添加复原乳却不标注。业内专家表示,国家相关部门此举将促进企业更倾向于使用鲜奶加工液态奶。

事件 6家企业复原乳未标注

上周末,国家食药监总局发布通报称,今年,各地食品药品监管部门对全国670家乳企开展复原乳标签标识现场监督检查,大部分企业能够按照食品安全国家标准及有关规定要求,正确标识“复原乳”,没有发现企业添加复原乳生产巴氏杀菌乳的问题。

但是,通告也显示,有10家企业复原乳标签标识存在问题,占乳制品生产企业总数的1.5%。其中添加复原乳或部分添加复原乳而未标注“复原乳”或“xx%复原乳”的企业6家;“复原乳”标注颜色色差明显、字体高度不符合规定要求的企业3家。另外,查处1家企业使用牛乳粉包装袋包装羊乳粉的违规行为。

针对上述发现的复原乳标签标识问题,有关地方食品药品监管部门采取了责令企业整改或责令企业停产整顿的措施。

回应 新希望称已经整改

根据通告,10家复原乳标签存在问题的企业中,有6家使用了复原乳却完全不做标注。包括江西阳光乳业股份有限公司、

襄阳丽波乳业有限公司、宜昌喜旺食品有限公司、深圳市时代乳业有限公司、西昌新希望三牧乳业有限公司、西藏林芝地区贡布乳业有限公司。

上述6家企业中,新希望旗下的西昌新希望三牧乳业有限公司一款“老酸奶”添加2%全脂乳粉,未按规定标注“含xx%复原乳”或“含xx%复原奶”。

对此,新希望乳业方面向记者表示,此次被检查复原乳存在问题的产品是西昌新希望三牧乳业有限公司的一款7月1日前生产的“老酸奶”产品,半年前,在获知此事的第一时间,新希望乳业已经责成西昌三牧乳业做了及时整改。7月19日,四川省食药监局对复原乳的交叉检查中,西昌三牧乳业全线产品及包装标识已符合国家规定。

此外,武汉光明乳业有限公司、江门市顺源牛奶有限公司、西安东方乳业有限公司的复原乳产品标注的颜色、字体不合规。光明方面表示,已经加深了颜色标注。

律师说法 复原乳不标注涉嫌消费欺诈

北京市社会公信建设促进会公信律师王大飞表示,像这种添加复原乳却不做任何标注的现象确实很普遍,这种行为涉嫌消费欺诈。

“根据消法第48条规定,企业是需要承担民事责任,消费者可以进行索赔”,王大飞表示,但是这种情况下,因为诉讼成本比较高,消费者一般不会去主张索赔。另外这种违规行为并非危及食品安全,因此行政机关也不能依据食品安全法对企业进行行政处罚,这也是企业为何能够明目张胆

违规的重要原因之一。

“对于复原乳的标识问题尽管国家有规定要求必须标注,但针对违规现象却没有相应的处罚措施。”王大飞表示,食品安全监管部门若能针对不同种类的食品,制定不同的监管细则,包括违规应承担怎样的责任和处罚,这样就可以做到有法可依。

延伸 复原乳规定执行不力

复原乳又称还原奶,是把奶粉兑入一定比例的水或者牛奶还原成液态奶的乳制品。通俗地讲,还原奶是用奶粉兑还原而成的牛奶。我国规定,低温巴氏奶绝不允许使用奶粉还原。

早在2005年,国务院办公厅下发的《关于加强液态奶生产经营管理的通知》中就对复原乳问题有严格的规定:生产加工企业凡在液态奶生产加工过程中使用复原乳的,必须在产品投产前如实向当地质量技术监督部门备案。通知还对产品标识标注作出严格要求,凡在灭菌乳、酸牛乳等产品生产加工过程中使用复原乳的,必须在产品包装紧邻产品名称的位置,使用醒目字体标注“复原乳”,并在产品配料表中如实标注复原乳所占原料比例。

然而,规定出台10多年来,市场上真正执行的却不多。从2002年起就一直呼吁复原乳要加强标识的知名乳业专家王丁棉表示,按照我国进口奶粉的数据以及国内企业生产的奶粉数量大概推算,市场上的复原乳是有一定比例的,然而市场在售液态奶中标注“复原乳”字样的却很少。记者获得的一份材料显示,农业部

2015年对市场液态奶复原乳检测情况显示,检测的993批次超高温灭菌乳,复原乳超标率接近30%。

王丁棉认为,一些企业使用了复原乳却敢不标注,首先是因为没有重罚;另外就是监管主体不明确,涉及农业部、质监部门、工信部等多个部门;还有就是农业部10多年前的复原乳检测方法不是特别有效。

复原乳未来不再有市场

“目前国家食药监总局全面监管乳制品安全生产”,王丁棉表示,今年4月1日起,由农业部新修订发布、用于检测判断复原乳的《巴氏杀菌乳和UHT灭菌乳中复原乳的鉴定》标准(简称“标准”)正式实施,促进了国家加大对复原乳市场的监管力度。

根据国家食药监总局此次通告,早在今年3月底,国家食药监总局就印发了《关于加强复原乳标签标识监管的通知》,部署各地开展复原乳标签标识专项检查。今年9月,31个省份食药监部门均已完成复原乳标签标识专项检查工作。

“过去很多企业使用了复原乳可能只有几家标注,现在监管力度加强,企业必须标识。消费者心里也很清楚,与其喝奶粉还原的液态奶,还不如自己买奶粉调制。”王丁棉认为,进口奶粉还是应该运用到食品加工,如蛋糕、雪糕、糖果等行业。而乳制品必须使用当地的新鲜奶源,除非奶源不足,才可以使用一定量的复原乳。

“随着监管力度的加大,消费者自身抵制复原乳,那么进口奶粉加工还原奶将不再有市场。”王丁棉表示,这对国内的奶牛养殖产业的健康发展将起到重要作用。



陶华碧 张锐

老干妈王道:将产品做成硬通货

澳大利亚、韩国等45个国家和地区。彭博社的报道是,一瓶280克老干妈辣酱,美国亚马逊卖9美元;而在奢侈品折扣网站Gilt,“老干妈”被誉为全球顶级辣酱,售价接近12美元。与此同时,“老干妈”遍及韩国各大超市,而且卖出了3800韩币(约合21元人民币)一瓶的好价钱。当然,令“老干妈”最为骄傲的是,以“零缺陷”顺利通过美国食品药品监督管理局的常规检查,成为贵州首家通过FDA检查的出口食品生产企业。

迄今,无论平面纸媒体还是电视网络空间,人们完全看不到“老干妈”的广告身影,但这瓶神一样的辣酱却以别样的销售路径牢牢控制着市场,个中秘诀无非是“老干妈”一直行走在营销的原点,依托强有力的产品元素力量而存在,并为消费者提供极致的用户体验。而且这种凝聚到产品本身的过硬功夫,也让低门槛、易模仿的佐餐酱品有了门槛,追随者只能望洋兴叹。

食品之争,最重要的是口味之争,口味之争首先是抢占最普世的口味。“老干妈”的销量冠军产品风味豆豉辣酱多年,至今无一家产品能与其抗衡,其中奥妙就在于豆豉是发酵产品,属于复合口味,而“老干妈”很好地平衡了辣和香,恰到好处地满足了人们对这类特有口味的需求,并让绝大多数消费者所接受。更厉害的是,“老干妈”卖了这么多年,无论什么时候买,去哪里买,味道都始终如一,这种高度稳定的品质就成了一般企业难以企及的竞争力。虽然基于老干妈产品的众多菜品在许多餐厅饭店随处可见,很多企业都想推出跟随品,但餐饮对产品质量口味的稳定性要求更高,更换调味品,常常会造成菜品口味的波动,因

此,时至今日,没有任何一款佐料食品能成功取代“老干妈”。

上游原材料是决定产品质量最关键的因素。“老干妈”所用辣椒原料产地在遵义,它要求当地供应辣椒全部剪蒂,且一只只剪,这样拣剪过的辣椒,再分装,就没有杂质了。不仅如此,只要辣椒供应户出了一次质量差错,“老干妈”就坚决切断与他们的合作关系。目前,“老干妈”与遵义当地联合建立了无公害干辣椒基地和绿色产品原材料基地,搭建了一条“企业+基地+农户”的农业产业链,老干妈90%以上的原料都来源于这一生产基地。

中低端人群是“老干妈”的目标客户,与此相应的就是低价策略。然而,低价不等于低质。一直以来,行业有人质疑“老干妈”包装土气,可就是从这“土”字身上,“老干妈”挖掘出了对消费者的利益点:一分钱一分货。包装便宜,那就意味着消费者花钱买到的实惠更多,而省下来的可都是真材实料的辣酱。也正是如此,多年来“老干妈”从未更换包装和瓶贴,而这种标识已固化为最深入消费者内心的品牌符号,甚至成为这一品类的标符。

在市场前端,“老干妈”与经销商之间也已形成了非常特殊的“关系”。“老干妈”不欠经销商一分钱,经销商也不能拖欠“老干妈”半毛利。因此,与很多快消品企业都在尽力将货物压在经销商手里完全不同,“老干妈”的经销商必须先打款,才能拿到货,甚至要到在打第二批货款时,才能拿到第一批货,而且“老干妈”不接受任何经销商退货。

“老干妈”如此厚实而坚定的市场底气,就是因为将产品做成了硬通货!

彭博社稍早时一篇报道“一瓶辣酱支撑中国一个贫困省份火爆的经济增长”对贵州“老干妈”赞不绝口:“中国卖得最火的辣酱名叫‘老干妈’。别小看这瓶辣酱,它支撑了中国一个身处贫困省行列的省份录得名列全国前茅的经济增速。”

究竟“老干妈”为贵州省经济作出了多大贡献?由于统计能力受限,涉及企业商业秘密,难以得出准确数字,但有些数据还是能从公开渠道获取并用于佐证。平均8元一瓶的麻辣酱,每天卖出200万瓶,一年用1.5万吨辣椒,1.8万吨大豆,销售额突破50亿,15年间产值增长77倍;过去3年缴税18亿,15年中纳税额增长了155倍;在贵州7个县,“老干妈”建起了28万亩无公害辣椒基地,直接间接带动800万农民致富……

一方水土养育一方人,一个人造就一个企业。“老干妈”的成功其实就是陶华碧的成功。这位早年丧夫的女强人迫于生

中植集团携手康得新 助力公司打造 世界级生态平台

康得新12月4日晚间公告,浙江中泰创赢资产管理有限公司自2016年11月16日至2016年12月2日,通过二级市场增持方式累计增持康得新共176,216,030股股份,占公司总股本的5.00%。此次增持后,中泰创赢成为康得新第二大股东。

根据简式权益变动报告书显示,中泰创赢控股有限公司持有中泰创赢100%股份。中泰创赢披露,增持康得新股份是基于对中国经济和中国资本市场可持续发展的坚定信心,也是对康得新既往业绩的肯定和公司持续高速增长的产业布局在未来价值更大发展空间的认可。目的在于成为长期持有的战略投资者,不谋求控股地位。未来12个月内,将根据证券市场整体情况并结合上市公司的发展等因素,不排除继续增持康得新股票的可能。

记者了解到,中泰创赢系国内领先的资产管理公司中植集团旗下企业,成立于2008年,目前存续资产管理规模超过300亿元,是一家以紧急贷款业务、融资租赁和资本市场三大业务为核心的综合金融服务平台,现重点关注和服务于环保及清洁能源类、文化旅游类、新能源等行业领域中各阶段的优质企业,纵贯全产业链,深度挖掘投资机会,为产业的发展提供全方位的金融支持。

一位接近交易的中泰创赢内部人士表示,为响应国家供给侧改革号召,中植集团将在未来五年把符合国家战略性新兴产业发展方向的八大行业作为重要的投资方向。康得新所在的新材料行业即为八大行业之一。此次入股康得新,是中泰创赢紧跟供给侧改革步伐,贯彻集团战略规划的重要举措,通过发挥中植集团海内外资源优势,助力康得新打造基于先进高分子材料的世界级生态平台。

根据公开资料及行业研究分析了解到,康得新公司作为先进高分子材料产业的中国领导者、国际领先者,建立了国际领先的高分子复合材料的产业平台,包括预涂材料、光电材料和碳材料三大板块,是全球预涂膜产业的领导者、光学材料的领先者。近几年,基于新材料的产业优势,公司通过“破界融合、创新引领”启动“全产业”、“大生态”双引擎发展战略,以新材料为核心优势进行产业延伸,从材料到系统化解决方案到互联网平台应用及相关生态平台,已形成新材料、智能显示、互联网应用和新能源车四大业务板块,以及新材料、智能显示、新能源车三大生态平台,初步完成全产业生态布局,成为在“新常态”的经济发展模式下,实体经济与信息经济高度互融的发展模式的领跑者。“这次入股,我们看中的是康得新公司在新材料行业和新兴业务领域的领先地位和超前意识。”中泰创赢相关人士表示。

此外,在产业链条的协同性上,业内人士分析,康得新正在通过与控股股东康得集团合作,基于碳纤维材料向复合材料延伸,打造全球领先的新能源电动车、碳纤维轻量化生态平台。目前,康得新已与康得集团联手成功完成了新能源汽车碳纤维车体及部件产业链的布局。而作为股份增持方的中植集团此前已联合康盛集团成立了中植新能源汽车公司,正在着力打造多元化、集团化、国际化的大型新能源汽车企业。据了解,11月上旬,中植新能源汽车公司在杭州千岛湖刚刚发布了自主研发的氢燃料电池城市客车、无桥轮边驱动技术纯电动客车、碳纤维复合材料纯电动客车三款最新产品。其中碳纤维复合材料纯电动客车车长12米,车身、顶棚、左右侧围和底板均采用碳纤维复合材料,比钢车身减重约23%,将整车质量控制在8.5吨以内。除了质量轻便,还具有耐高温、耐磨损、抗辐射、环保等功能。由于采用了轻量化技术,碳纤维新能源客车续航里程达500公里以上,新产品客车成功从江苏南通生产基地顺利行驶到杭州千岛湖。该款新产品的碳纤维材料便由康得新的控股股东康得集团生产。本次增持康得新,有望推动康得新与中植新能源汽车公司在新能源汽车领域的上下游联动和技术水平的进一步提升。

“与优秀的上市公司合作,我们更多的是希望通过双方合作,充分发挥中植集团在资本市场的优势并结合上市公司在产品创新上的特色,实现产业与资本的联动与融合,促进新材料、新能源、环保等战略性新兴产业的发展,助力中国产业结构的转型升级。”中泰创赢相关人士介绍。

安徽瑞正投资

重点关注高端制造业、房地产、农牧业、养殖业、酒店、旅游开发、铸造业、矿山、在建工程项目等。

诚聘区域商务代理

李经理:13721110582

邮箱:13721110582@163.com

遗失声明

四川简阳农村商业银行股份有限公司莲花分理处遗失“个人借记卡IC卡”壹张,卡号为:621457188101117470(不包括识别码),特此声明作废。

四川简阳农村商业银行股份有限公司莲花分理处

2016年12月5日