

百草味对垒三只松鼠 押宝线下前途未卜

百草味即将重新回到线下门店。记者了解到,此前将线下 140 家店铺砍掉,专注做线上的百草味,又释放出回归线下店铺的信号。百草味方面表示,未来线下店采用一城一店的模式,这一策略与竞争对手三只松鼠完全一致。一直以来,三只松鼠与百草味作为线上坚果销售的两大品牌,一直处于你追我赶的状态。业内人士认为,作为曾经开过店的百草味来说,重新回归线下店铺效果如何还需要时间来检验。

重回线下店

对于互联网坚果销售企业来说,线下店铺的开设也已成为百草味的重要考量。百草味公关经理王筱筱在接受记者采访时表示,未来将会在线下开设体验店,用来进行产品体验和品牌沟通,也希望线下店铺可以成为百草味品牌与文化输出的渠道,与消费者进行深度的内容共建与沟通,并创造新商业模式的可能。

转型互联网又重回线下,百草味提出了“一城一店”的模式,这样的模式,此前三只松鼠曾提出过。在开设了第一家线下投食店后,三只松鼠创始人章燎原曾表示,未来的线下店铺模式将是一城一店。关于百草味的体验店与三只松鼠投食店的区别,王筱筱表示,三只松鼠是以销售渠道为目标,而百草味可能更多的是以与消费者沟通为主,对于线下店铺的销售额没有期待。

关于体验店,百草味方面表示还在规划中,目前百草味的“一城一店”将首选一二线城市布局,三四线暂不考虑。百草味 CMO 王镜铨此前在接受采访时表示,未来百草味也可以与饿了么等平台进行合作。此外,百草味也在铺设商超和便利店,目前有 200 多家经销商。百草味的主打人群是白领和大



众家庭,所以便利店和大众卖场是目前主要铺设的线下渠道。

值得注意的是,这并不是百草味首次开设线下店铺。2010 年,百草味还是一个年销售额过亿的零食品牌,却果断砍掉 140 多家线下店,选择转型做一家互联网企业。

竞争白热化

作为直接竞争对手,百草味与三只松鼠在发展的道路上互不相让。据了解,百草味从 2014 年起就开始进行影视剧的植入,去年的大热韩剧《W-两个世界》就有百草味的广告植入,而开年大戏《三生三世十里桃花》中依然能看到百草味的身影。作为竞争对手,三只松鼠自然也不甘示弱,从 2015 年开始进行广告植入,去年的爆红剧《欢乐颂》中,三只松鼠就做了大量的植入。三只松鼠方面表示,三只松鼠对于目前热门的大剧都

有植入计划,去年总共植入了 9 部影视剧。

在线下店铺方面,三只松鼠去年 9 月在芜湖开设了第一家线下投食店,开业一个月销售数据也达到了 240 万元,在章燎原的设想中,这家店更多以体验为主,包括休息区、饮品设置、周边产品等都为了让更多消费者了解三只松鼠品牌,甚至会提出在线下进行限购,更希望顾客扫描货架旁边的二维码进入三只松鼠旗舰店购买。

今年,百草味也有了线下体验店的设想,王筱筱表示,之前砍掉线下店铺是顺应互联网的潮流,而现在重开线下是因为互联网以及零售的发展又进了一步。新零售的时代,渠道的界限已经比较模糊了。

融合是趋势

线上销售目前仍是互联网休闲零食企业的收入主要来源,同时,探索线上与线下

双线发展已成为企业共识。中国品牌研究院食品饮料行业研究员朱丹蓬认为,在线下店铺方面,百草味要开设的体验店仍与普通店铺相差无几,只是尽可能在店铺的功能与设施方面变得更多,但总体来说是换汤不换药。

此外,朱丹蓬也表示,线上与线下的融合是未来的趋势,良品铺子与来伊份开始做电商,三只松鼠开始做线下,现在百草味也将做线下店铺,表明了线下与线上是互补的,相得益彰的,休闲食品的竞争已经进入到新的局面,线上线下齐发力才能保持不落盾。

不过,面对拥有大量线下店铺的良好铺子以及已经变为上市公司的来伊份,百草味等互联网零食品牌的竞争压力巨大。线下体验店能否成为该品牌的突围利器还有待时间检验。

(孙麒麟 王子扬)

75%奶粉品牌将被清理出局:2000 多剩下 500 个

由国家食药监总局颁布的史上“最严奶粉新政”《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》至今已有数月,但是到目前为止官方还没有公布获得配方注册的奶粉品牌。

日前,记者从知情人士处获悉,虽然新政规定每家配方奶粉厂商可以获得 3 个系列 9 种配方的产品,但食药监局内部对于配方注册的原则是,每家厂商暂时只能先申报 1 个系列配方注册,能完全拿到 3 个的几乎没有。此外,奶粉厂商向经销商确定保留的品牌未必都能通过配方注册。

2018 年 1 月 1 日,史上“最严奶粉新政”将正式实施。

业内人士认为,届时这项由国家食药监总局颁布的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》将发挥威力:大量中小品牌和贴牌奶粉将因此淡出市场,2000 多个婴幼儿奶粉品牌充塞市场的乱象将终结。

可以说,2017 年对于乳企来说,就一个淘汰年,谁能笑到最后?

包装简约化

1 月 26 日,国家食药监总局公布了奶粉新政相关配套的征求意见稿,奶粉标签新政将出炉。今后,国内奶粉包装和设计将面临一轮“卸妆潮”,其中包括虚假、夸大、违反科学原则或绝对化的词语,比如“金装”、“超级”、“升级”;以及明示或暗示具有益智、增加抵抗力或免疫力、保护肠道等功能性表述,比如“益智”、“聪明”、“益生菌”;以及人体组织器官等词语,如“心护”等将都不能使用。

记者搜索京东商城、天猫等电商网站,目前奶粉标识中,金装、白金装等概念已非常普遍,国内外主要的奶粉品牌,包括惠氏、达能、雅培、贝因美(2.900,-0.15,-1.15%)、完达山等都有产品有“金装”或“白金装”等标识;而雀巢则有“超级能恩”;而多美滋则使用了“心护”的字样,有些乳企甚至以此对产品进行分级。

“现在的一些标签即使是非常专业的人士,也很难辨认清楚到底选择哪款婴幼儿配方奶粉比较合适。”山东某市的一位奶粉代理商刘鑫在接受记者采访时说,在这轮调整中,奶粉企业将因更换产品外包装,导致此前库存的包装材料需要处理。



刘鑫认为,更大的损失则来自流通渠道,以占据奶粉销售两成市场的商超渠道为例,企业更换名称之后,将作为新的商品进入渠道,目前婴幼儿配方奶粉市场竞争激烈,必然需要新的投入,对于奶粉企业而言是一笔额外支出。

荷兰皇家菲仕兰大中华区高级副总裁杨国超此前公开表示,“可以预见的是,大部分市售婴配奶粉产品包装将面临调整,金装等字样肯定要被拿掉。”

君乐宝乳业奶粉事业部总经理刘森森告诉记者,“君乐宝现有的奶粉产品包装很多已接近规范,只需更改很少甚至无需更改,因此受到影响很小,比如白金装奶粉只是调整名称即可,而且公司已经注册了一些名称以备使用。”

2000 多剩下 500 个?

当前,我国本土取得生产许可证的企业有 103 家,国外奶粉企业有 73 家。根据新规,未来国内奶粉市场上最多只有 528 个品牌。而现在国内市场共有 2000 多个品牌,这意味着约 75%的品牌将被清理出局。对此,今年很多厂家会加快清理库存。

对于首批奶粉配方注册制出台时间,业内人士猜测,今年三四月都不一定出得来。业内人士认为,国家此次新政的导向非常清楚,通过提高门槛,让一些企业“自然而然”退出市场,提高市场集中度。

乳业专家王丁棉告诉记者,过去国家推出的兼并政策实质上是“流产”了,最后才想出配方注册制,通过提高门槛来管住市场。80%以上的行业集中度就是过去兼并制定的目标,如果仅仅通过市场的手段,三五年内很难达到这一目标。

国内奶粉品牌合生元集团 CTO Petrice Malard 近日向透露,目前合生元的奶粉配方注册工作已经开始,并获得了主管部门的初步同意,但还没有取得最终批准,但他并未透露提交了哪些材料和具体的时间表。

不过他表示,主管部门也提出,希望合生元在配方科研、配方的组成方面进一步完善内容,目前公司正在加紧这方面的工作,希望能早点办下来。

奶粉配方数最多的当属圣元国际,拥有 50 多个品牌系列的 184 个配方。在圣元国际总裁张亮看来,在圣元品牌的选取上,公司内部已经心中有数。对于最终到底会留下多少品牌,张亮表示,会根据监管层的规则来。

根据公开信息,目前圣元有法国和中国两个工厂,同时还有两个工厂在筹建,根据新政规定,在新厂通过备案之前,能够留下的名额最多为 6 个品牌系列,而这只是圣元此前总品牌数的 10%。

对此,张亮表示,现阶段被拿掉的品牌数量虽然多,但其中大部分品牌的规模较小,对公司营收的影响并不大。“砍掉的那些

品牌也是希望借着新政之机,抛弃以往的多品牌模式,对现有的奶粉品牌体系进行大的战略调整”。

伊利等 7 家上市公司获利

新政面前,大多数国内奶粉企业都会面临品牌取舍的阵痛。

与本土乳企较为被动相比,外资品牌由注册制新政带来的影响较小,表现都比较淡定。美赞臣和达能方面公开称:会以国家最终公布的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》及其实施细则为准,严格遵守国家的法律法规,并配合法规政策的落实和执行。

多家外资品牌向记者表示,欢迎中国的奶粉新政,并表示奶粉新政对其利好。

当前,我国婴幼儿奶粉市场前五名基本全被外资品牌占据。据不完全统计,目前销售最多的是惠氏婴幼儿奶粉,销售额约为 110 亿元,呈现一家独大局面。其他品牌如美赞臣销售额约为 60 亿元,美素佳儿约为 50 亿元,雅培 40 亿元左右。

而对于国内本土品牌,诸如伊利、蒙牛和飞鹤等婴幼儿奶粉第一梯队,销售额最大的飞鹤乳业约为 50 亿元。

贝因美是国内唯一专业生产婴幼儿奶粉的 A 股上市公司,但 2016 年三季报显示,该公司 2016 年 1 月至 9 月实现营业收入 18.3 亿元,同比下降 30.79%。除了贝因美,雅士利 2016 年三季报也显示“亏损”。

目前,内地上市乳企有伊利、贝因美,在香港上市的有雅士利、蒙牛、澳优、合生元,在美国上市的有圣元。飞鹤和君乐宝则试图在今年登陆资本市场。业内人士表示,新政之后,这些上市公司将会获得中小品牌退出后剩下的市场,可谓利好。

业界认为,和外资品牌强势相比,国内本土品牌明显处于弱势地位。而有权威人士向记者表示,2016 年,外资品牌销售额多有增长,但国内品牌处于下降态势。

而国产奶粉下降的份额,多被外资品牌所占据。

多位行业专家认为,最严新政之下,国内整个奶粉行业将在调整中前行。

在资深乳业分析师宋亮看来,这可能是国内奶粉行业 20 年来最艰难的时刻。

(潘洁)

青铜峡大米有了国字号地域“身份证”

日前,“青铜峡大米”在国家工商行政管理总局成功注册了地理标志证明商标,标志着青铜峡大米有了国字号地域“身份证”。

在粮食行业普遍不景气的形势下,宁夏青铜峡市加快农业供给侧改革,引导稻米产业走差异化发展路子,主动适应消费升级的需要,着力打造宁夏富硒有机大米核心区和滨河高端大米产业带,富硒有机水稻、稻蟹种养水稻等高端大米产量占稻米总产量的 40%,塞外香、法福来、五朵梅等一批品牌迅速崛起。研发推广优质水稻新品种,其中,“宁粳 43 号”以四项指标高于日本“越光米” 4 分的优势,在天津农产品博览会上获金奖,每公斤售价达 200 元;“1388 珍珠香米”在首届中国大米品牌大会上荣膺“中国十大好吃米饭”;“农科 843”香米等获中国国际农产品交易会“有机大米金奖”等 13 项国家级、省部级荣誉。

该市鼓励企业与农户共同经营“青铜峡大米”地域品牌,在 60%的村推广水稻订单种植,以高于市场价 15%至 30%的价格收购原粮,增强了农户抵御市场风险的能力,将农业供给侧改革引向深入。同时,打造“从农田到餐桌”的食品安全管理追溯平台,将稻米种植、收获、仓储、加工、检测等信息录入数据库,生成二维码,形成完整的稻米质量溯源系统。正鑫源稻米示范基地引进可视化监控网络,消费者可实时查看自己订制的稻米种植实况。产自该基地的“叶盛贡米”,经欧盟食品检验机构检测,461 项检验指标 100%合格,顺利通过欧盟有机认证,质量等级达到国际标准。此外,大力延伸稻米产业链,现有清真自热米饭、营养米汁、富硒挂面等 8 大类产品、40 多个品牌,年产值达 22 亿元。

(凌雁)

贵州黔南龙里：小刺梨大产业

“可不要小瞧了刺梨,全身都是宝。现在有钱了,有技术,咱们农民也要办企业、赚大钱!”新年一过,在贵州黔南布依族苗族自治州龙里县,茶香村的村主任兰江忙得很,一边动员村民积极出资、一边运作社会资本,“众筹”500 万元联合成立刺梨加工公司。

兰江的底气,来自于对刺梨这种生态林果的看好、对县里大力扶持刺梨产业的准确把握。

刺梨是云贵高原特有的物种,维生素 C 含量是柑橘的 50 倍、猕猴桃的 10 倍。龙里县是贵州省野生刺梨分布最为集中的区域,总种植面积 14.5 万亩,年产刺梨鲜果 3 万吨以上,产值达 1.5 亿元。兰江想,在民越来越多注重身体健康的今天,刺梨及其系列产品将大有市场。县委书记刘华龙介绍说:“‘十三五’期间,县里将以每年不低于 3 万亩的速度扩大刺梨种植面积,让百姓走上致富路。”

“我要让乡亲们从‘因种致富’走向‘加工致富’!”兰江介绍说,种刺梨最早的就是茶香村。2000 年,茶香村人均收入还不足 400 元,是省级二类贫困村。2000 年后,全村退耕还林种刺梨,至今已达 1 万亩,户均刺梨种植面积 25 亩,2012 年人均纯收入已高达 1 万多元,成为全省“林业生态文明示范村”。

2000 年以来,龙里抓住实施退耕还林等林业生态工程的大好机遇,以项目为载体,以科技为手段,大力发展刺梨种植。2012 年,县里的刺梨被认证为中国地理标志保护产品。目前,龙里建成全省唯一以刺梨为主导产业发展的省级现代高效农业示范园区。

刺梨的红火,引来一批企业“淘金”,龙里通过招商引资的刺梨加工企业有十余家。贵州恒力源公司自 2010 年入驻龙里,一直主营人造板、木地板、家具的加工与销售,今年,公司改行发展刺梨深加工产业。“刺梨的价值会得到更多人关注,公司愿意投入资金发展衍生产品。”公司技术部工程师费建军介绍,该公司生产线计划投资 2.5 亿元,主要生产刺梨浓缩汁、刺梨茶等系列产品,建成后将成为规模化的自动化刺梨生产线。(汪志球 王立信)

宁夏出台枸杞食品安全地方标准

记者 13 日从宁夏食品药品监督管理局获悉:为了保护有“红宝”之称的枸杞产业发展,宁夏《食品安全地方标准 枸杞》日前制定出台,并经自治区食品安全标准审评委员会审查通过,将于 2017 年 6 月 1 日正式实施。

据介绍,宁夏在全区不同地点采集枸杞样品 120 份,开展农药残留、二氧化硫、磷化物等检测项目 55 项,并结合参与起草单位近年来掌握的实验数据和资料,依据国际国内相关标准法规,最终形成了枸杞食品安全地方标准。

(刘颖)

▼ 相关新闻

我国将实施“五大行动”促现代奶业建设

奶业是健康中国、强壮民族的重要产业,是农业现代化的标志性产业。农业部畜牧兽医司副司长王俊勋 8 日在农业部召开的促进奶业振兴座谈会上表示,我国将实施“五大行动”推进现代奶业建设。

王俊勋说,2017 年将开展优质牧草保障行动。通过实施《全国苜蓿产业发展规划(2016—2020 年)》,每年建设 50 万亩高产优质苜蓿基地,并以“镰刀弯”和黄淮海等地区

为重点,深入推进粮改饲补贴试点,将粮改饲规模扩大至 1000 万亩以上。力争到 2020 年,优质苜蓿产量达到 540 万吨,奶牛用青贮玉米产量达到 4000 万吨。

同时将开展健康养殖行动。一方面支持养殖场改扩建、小区牧场改造和家庭牧场发展,“十三五”期间创建 300 家标准化示范牧场,引领带动生产技术水平提高。另一方面扩大奶牛养殖大县整县推进种养结合试

点,推进粮经饲统筹、种养循环发展,并以养殖大县为重点集中开展畜禽粪污资源化处理 and 利用。“十三五”末力争实现泌乳奶牛年均单产达到 7.5 吨,规模养殖比重超过 70%,粪便综合利用率提高到 75%以上的目标。

为了保障奶源优质,质量安全行动也将同步开展。2017 年将连续第 9 年组织实施生鲜乳质量监测计划和生鲜乳违禁物