



# 食品饮料行业双周刊

2012年2月（上） 总第9期

发布：北京华经纵横咨询有限公司研究部  
地址：北京西城区裕民路18号北环中心  
电话：010-82252636  
传真：010-82250535  
网址：[www.chinacir.com.cn](http://www.chinacir.com.cn)

## 目录 Contents

### 一、特别关注

乳业“三分天下”格局有望被改写

### 二、热点追踪

节后白酒价格跳水 飞天茅台首降300元

味千拉面发布盈利警告 “勾兑门”致其盈利大降

规划2015年方便食品制造业产值达到5300亿

红牛回应“违规添加”质疑：严格按批文生产

### 三、国内动态

企业提高报价 维生素行情有望启动

啤酒巨头逐鹿中原 河南本土啤酒企业节节败退

王老吉悄换包装 消费者误为“山寨”

### 四、国际视野

百事拟在全球裁员8700人 占员工总数的3%

可口可乐去年盈利降27% 公司称与装瓶业务交易有关

全球包装业规模将在2016年达到8200亿美元

### 五、调研与数据

中国啤酒行业总产量达到4898.82万千升

食品饮料：2012年上半年呈现回落大趋势

白酒业2011年上市公司业绩平均增幅83%

### 六、双周声音

于治国：整治食品安全问题 期待“重典”发威

蔡军：我国茶叶出口存在四大瓶颈

## 目录 Contents

### 附：关于我们

1. 关于北京华经纵横咨询有限公司
2. 华经纵横关于信息行业的研究成果推介

#### 华经纵横《汽车行业双周刊》

北京华经纵横咨询有限公司将定期从媒体公开发布的信息中，整理编辑中国汽车行业双周电子通讯，旨在帮助关心信息行业发展的各界人士，了解中国信息行业的主要动态、标志事件、重要观点、关键数据，以便在全球视野中更好地思索、改进相关工作。

本刊内容均来源于公开出版发行的合法出版物和网站。摘取的信息和评论，如无特殊注明，均不代表本公司观点。

（本期责任编辑：李芳菲）

昵图网 nipic.com/ a417064077



光明乳业



蒙牛®



### 【特别关注】

乳业“三分天下”格局有望被改写

## 乳业“三分天下”格局有望被改写

光明乳业总裁郭本恒日前表示：“2012年公司将延续去年的良好发展态势，今年保守市场销售目标是130亿元，增速仍然要争取超过行业平均增幅。”

据其介绍，支撑实现2012年市场目标的依然是公司2009年就确立的三大支柱产业：新鲜、常温、奶粉。这“三驾马车”今年开始明显提速，全面推进“聚焦乳业、领先新鲜、做强常温、突破奶粉”战略目标，以此暗中改写中国乳业“三分天下”格局。

据介绍，2012年是光明乳业由“复兴”转向“腾飞”的元年。市场数据显示，公司今年1月开局再现飘红，公司整体销售业绩超额完成预算至少20%以上。

郭本恒盘点2011年时表示，公司在五个方面表现突出：市场意识空前增强，明星产品业界耳熟能详，产品毛利率再创新高，仅莫斯利安、畅优、健能、优倍、优+这“五朵金花”就实现销售近28亿元，其中畅优销售近8亿元，首款常温酸奶莫斯利安与上年同比增长高达350%；新西兰新莱特项目瓜熟蒂落，为2012年高端婴幼儿奶粉销售打下了坚实基础，也为谋篇海外棋局埋下数记伏笔；乳业生物技术国家重点实验室正式开建，当年新增国家发明专利授权多达12项。

面对延续至2012年的行业性寒流，光明乳业则以“内涵增长、自我发展”的方式来驱寒保暖，其秘诀在于“全线高端”。

按照郭本恒的布局，光明乳业从酸奶、鲜奶、常温、奶粉每个品类当中选择一个战略性高端产品重点聚焦，畅优、优倍、莫斯利安、培儿贝瑞已在各自的阵营中领军挂帅。

据透露，2012年光明品牌“五朵金花”总销售额要增长65%以上，战略单品中畅优销售额要突破10亿元，莫斯利安则要冲击15亿元，优倍要巩固高端鲜奶第一品牌的市场地位，培儿贝瑞要在上海做到第一品牌，同时也在江浙发达地区发力，由点及面实现突破发展。

光明乳业新闻发言人、公共事务总监龚妍奇表示，“三驾马车”加鞭提速是为“腾飞之旅”做好热身准备；与此同时，公司也以“全程质量精准管理体系”和“高科技金字塔”为两翼继续锻炼升级产品竞争力，并提速奶源、工厂、科技三个领域的基础建设，为“腾飞之旅”拓宽跑道全面开路。

（文章来源：《中华读书报》）

[回到目录>>](#)



## 【热点追踪】

1. 节后白酒价格跳水 飞天茅台首降300元
2. 味千拉面发布盈利警告 “勾兑门”致其盈利大降
3. 规划2015年方便食品制造业产值达到5300亿
4. 红牛回应“违规添加”质疑：严格按批文生产

## 节后白酒价格跳水 飞天茅台首降300元

春节后多个白酒品牌均有不同程度的降价促销，有的单瓶价格下跌数百元，平均降幅在10%左右。

在广州，飞天茅台的价格从原价2480元降到2180元。虽然只是经销商的行为，但是对于只涨不跌的茅台来讲，这也是为数不多的甚至是首次的跌价。52度的“五粮液1618”标价1199，相比春节期间的最高售价约下调了200元。

据业内人士介绍，截至2011年11月，白酒的高速增长还在持续，收入增长累计达到同比增长39.4%，利润总额累计增速达到57.6%。从今年春节销售情况看，一线白酒供给仍存缺口，二线名酒依旧延续2011年的高增长态势。如古井贡酒、泸州老窖、山西汾酒春节同期增长仍能达到30~50%。而三线白酒2011年年报预增皆超市场预期，酒鬼酒、沱牌舍得、老白干均录得超过100%的增长。分析人士认为，今年白酒行业增速将回落至20~30%，经济放缓对白酒消费的影响将逐步体现，行业增速将呈现前高后低的趋势。

虽然今年白酒增长可能放缓，高端品牌也出现了价格回调的趋势，但是白酒二线品牌仍需努力升级。四川大学一位对中国白酒有长时间研究的博士告诉记者，中国白酒已经跨入了消费升级时代。茅台、五粮液等一线高端白酒持续涨价，给二线白酒产品升级留下了足够的市场空间。中国白酒正在从追求销量向追求利润转型。因此，二线白酒应调整产品结构，提升产品质量，升级品牌形象。

（来源：中国经营网，1月13日）



昵图网 www.nipic.com 87: 6.57.30

190:20100119154324569212

[回到目录>>](#)

## 味千拉面发布盈利警告 “勾兑门”致其盈利大降

味千拉面10日发布盈利警告称，该集团去年综合溢利同比大幅减少。分析认为，这与去年曝出的味千汤底“勾兑门”关系密切。

盈利警告称，根据初步审阅，该集团预期，截至去年12月31日，公司股东应占未经审核综合溢利较上年度将减少20%-30%。董事会认为，减少主要由于“部分媒体于2011年第三季度前后报道本集团产品之若干事宜，令收入减少”。

去年7月，有媒体报道味千拉面汤底并非熬制而成，而是用汤粉、汤料调制，一碗汤的含钙量远不及其宣传中提到的1600毫克。此后，味千中国总部相关负责人也承认此事，并接受上海市工商行政管理局黄埔分局的行政处罚20万元。

（来源：北京商报，1月13日）



[回到目录>>](#)

## 规划2015年方便食品制造业产值达到5300亿

国家发展和改革委员会、工业和信息化部近期发布《食品工业“十二五”发展规划》（以下简称“规划”）提出，“十二五”期间，我国将大力推进方便食品制造业的快速发展，提高速冻食品产量，拓宽冷冻食品加工范围，加大方便食品新产品开发力度，以满足市场细分需求。“规划”预期，到2015年，方便食品制造业产值规模达到5300亿，年均增长30%，形成10个销售收入超过100亿元的大型方便食品加工企业集团。

### 提高创新意识 推进产业快速、安全、持续发展

“规划”提出，加快推进方便食品制造业的快速发展，重点发展冷冻冷藏、常温方便米面制品等主食食品，推进传统米面食品、杂粮和中餐菜肴的工业化。推进冷冻米面行业扩大规模，继续提高速冻食品产量，拓宽冷冻食品加工范围，鼓励冷冻调理食品、冷冻点心和营养型冷冻产品等新产品的开发。改进现有的产品工艺，提高行业节能水平；支持冷冻食品相关原料、食品添加剂、包装材料和物流系统的发展，促进整个冷冻食品产业链的同步协调发展。

“规划”要求，进一步发展常温方便主食产品，改变传统方便面高油脂和缺乏维生素、矿物质及纤维素等结构性营养问题，开发即食米饭、米粉、米线、馄饨、鲜湿面条等新产品和相关技术。提高产品质量，提升产品档次，改变常温方便食品产品同质化、低水平恶性竞争的局面。

加快方便食品新产品开发，向多品种、营养化、高品质方向发展，积极发展风味独特、营养健康的休闲食品，开发风味多样、营养强化的焙烤食品，满足市场细分需求。

### 推动产业地域转移 加快兼并重组

“规划”提出，按照靠近原料产地、重点销区以及交通条件优越、具有良好物流配套条件的原则，以市场为导向，优化调整方便食品加工业布局，鼓励加工企业更多地向中西部地区布局。

大城市周边产业区，包括京津地区、长三角地区和珠三角地区，鼓励高附加值、高品质和功能化的方便主食以及中餐菜肴的发展，鼓励休闲食品的发展。中原地区，以河南为重点发展面粉原料为主的方便主食和杂粮食品。东北、长江中下游地区，发展以稻米为主的方便主食食品、三餐食品和休闲食品。华北、西北和西南地区，发展以杂粮为主的休闲食品、副食以及三餐食品。

### 提升产值规模 树立名牌企业

“规划”预计，到2015年，方便食品制造业产值规模达到5300亿，年均增长30%，其中冷冻米面食品行业、方便面、其他常温方便主食、方便休闲食品等行业销售收入分别达到1200亿元、1000亿元、800亿元和1000亿元。形成10个销售收入超过100亿元的大型方便食品加工企业集团。

（来源：中国经济网，2月10日）

[回到目录>>](#)

## 红牛回应“违规添加”质疑：严格按批文生产

针对媒体此前媒体报道有关红牛饮料罐体配料表及食品添加剂的标注和有关文件的批文不相符，配料中含有国家不允许在维生素功能饮料中使用的人工合成色素胭脂红等诸多问题，红牛公司今日向媒体回应称，该公司在中国的产品严格按照批文生产，不存在违法添加的问题，“我们已向中国执法部门提交产品数据，今明两天会给出一个公开解释。”

按照国家质检总局产品划分，红牛饮品属于“国产保健食品”类，针对红牛维他命饮料有限公司生产的“保健食品产品技术要求规范”登记资料显示，功效成分包括牛磺酸、赖氨酸、肌醇、咖啡因等7类物质。主要原料包括水、柠檬酸、牛磺酸等10类物质。

在该登记记录中，确实不含胭脂红等添加成分。但是，该登记资料发布于2007年，是否为最新资料尚无法确定。

据维基百科解释，胭脂红又名酸性大红3R，水溶性合成色素，鲜艳的橙光红色，单色品种，可安全地用于食品、饮料、药品、化妆品、饲料、烟草、玩具、食品包装材料等的着色。

公开资料显示，来自于泰国的红牛功能性饮料目前已经在全球70多个国家销售，1995年12月进入中国市场，成立了红牛维他命饮料有限公司，目前，红牛公司在中国拥有设在北京怀柔、湖北咸宁、广东佛山、海南海口的四个现代化国际标准生产基地，供应全国市场。

（来源：网易财经，2月10日）



[回到目录>>](#)



## 【国内动态】

1. 企业提高报价 维生素行情有望启动
2. 啤酒巨头逐鹿中原 河南本土啤酒企业节节败退
3. 王老吉悄换包装 消费者误为“山寨”

## 企业提高报价 维生素行情有望启动

2012年2月9日获悉，维生素生产巨头新和成提高VA和VE的市场报价，而浙江医药方面则停止了对外报价。据博亚和讯和健康网对维生素市场的监控显示，昨天上午，新和成方面VA产品的最新报价为140元/公斤，VE报价在120元/公斤。

1月中旬以来，随着猪肉和鸡苗价格的快速上涨，养殖业景气度明显提升，引发饲料需求大增，并带动维生素的饲料添加剂市场提前回暖。

据了解，一月以来，VA的成交价为125元左右，目前提高到140元；VE的成交均价在105元/公斤上下，本次单价提高到120元，涨价幅度均逾10%。

石油涨价、成本增加、饲料行业旺季来临等因素，促使国内企业提高维生素报价。据健康网原料药首席分析师周健向记者介绍，企业提价主要受供应紧张等原因导致。由于近期国际油价居高不下，国内石油的价格也在上涨，造成维生素企业生产成本提高。

据浙江医药新昌制药厂的相关人士告诉记者，从以往的情况来看，一般市场需求的回暖至少要到二月底和三月中，今年的行情有所提前。

据业内观察人士表示，本次维生素产品提高报价出现了与以往不同的两大特征。首先，以往的提价都由帝斯曼这类的外资企业首先发布，本次由国内企业主导。其次，此次提价酝酿已久。春节前后，浙江的业都曾采取过停产保价的措施。

（来源：上海证券报，2月9日）



[回到目录>>](#)

## 啤酒巨头逐鹿中原 河南本土啤酒企业节节败退

2月9日，华润雪花驻马店年产20万千升啤酒项目正式下线，这是外来啤酒巨头在河南首家正式投产的新厂。实际上，国内外啤酒业巨头都相中了我省庞大的消费市场，这几年已经在河南跑马圈地。除金星啤酒外，本土几大啤酒生产厂家都已被吞并。

### 年产啤酒20万千升

9日上午，华润雪花新建年产20万千升啤酒项目产品在驻马店顺利下线。这是国内啤酒巨头在河南正式建设投产的首个新厂。

新工厂占地面积200亩，项目总投资3.2亿元人民币，全部采用全新国际、国内一流啤酒酿造设备，建造了若干现代自动化功能区、生产线，设备水平、工艺技术均达到国际国内一流水平，拥有目前国内乃至国际同行业生产效率最高的灌装线。

省酒业协会秘书长蒋辉表示，多年来，河南部分啤酒企业因无力进行改造投入存在设备陈旧、工艺落后等问题。雪花驻马店工厂的投产，开启了河南啤酒市场高品质高档次啤酒生产、消费的新时代。“新工厂为豫啤企业树立了标杆，标志着豫啤装备水平首次实现了跨越式发展，是对豫啤产业升级的有力推动”。

自2010年高调进入河南市场，雪花啤酒4月份收购驻马店悦泉啤酒厂，2011年又连续收购奥克3间工厂及商丘蓝牌厂，并斥巨资进行扩建及搬迁新建。华润雪花啤酒(中国)有限公司董事总经理王群透露，2012年，华润雪花啤酒在郑州、商丘等地的新建工厂项目将继续进行，在豫产能将达到130万千升，以满足日益提升的市场需求。

### 啤酒巨头逐鹿中原

其实，不止是华润雪花，其他国内外啤酒业巨头早已对河南市场“虎视眈眈”。2011年，燕京啤酒快马跟上，在焦作市投资2.27亿元，收购河南第三大啤酒企业——月山啤酒股份有限公司90%的股份，将后者旗下的焦作博爱、驻马店遂平两个分公司揽入怀中。

百威英博总投资达27亿元的啤酒生产基地落户新乡，项目全部建成后，生产能力可达100万吨。去年3月7日，又与河南第二大啤酒企业维雪达成协议，购买其所拥有的部分知识产权(包括商标)、资产及业务。维雪的信阳酒厂、郑州酒厂和固始酒厂也被纳入百威英博麾下。

“河南有超过一亿的人口，啤酒消费市场规模将近20亿元，连续几年位于全国第二位，且市场挖掘的潜在空间很大。”省酒业协会啤酒专业委员会秘书长路梅介绍，在啤酒巨头走马圈地之后，目前市场上可以被收购的资源越来越少。日前，又传出消息，百威英博又“相中”河南洛阳宫啤酒，并准备下手。

“目前，百威英博内部人士已经明确表示，该公司打上了洛阳宫的主意，有意先人一步，先拿下洛阳市场，进而再抢做河南市场的老大。”一知情人士介绍。

### 金星也在寻求投资

“现在，河南产能20万千升的啤酒厂家除金星外，其余已全部被外地企业收购。”省酒业协会会长熊玉亮说，“但现在金星也在等待，或者寻求战略投资者，或者被人收购。”

金星啤酒在全国有17家分公司，产能200万吨，位列华润雪花、青岛啤酒、燕京啤酒之后，排在第四位，但与前三名的实力却相去甚远，2011年，金星啤酒销量为180余万吨，营收仅为30亿元左右。

随着外来啤酒巨头的进入，金星啤酒于2011年选择全面退守。

“金星在全国有17家分公司，为了掌控市场，2011年，金星只得断臂求生，把河南、云南作为市场重点，并把广告等市场资源的70%投入到河南市场。”金星啤酒副董事长张峰说，虽然最终金星得以一息尚存，并成功保持了郑州市场占有率60%、河南市场35%的成绩，但资金、人才的匮乏，让金星仍倍感艰难。张峰表示：“随着去年年底产权改制完成，金星啤酒的上市融资工作，将与寻求战略投资者同时进行。”

返回目录>>

包括百威英博在内，麒麟啤酒、嘉士伯以及青岛啤酒、雪花等都是金星啤酒潜在的洽谈对象。

河南市场面临大整合

外来啤酒巨头以一系列收购和建厂举动，颠覆着河南啤酒业的格局。“根据统计，年产10万千升的啤酒厂家不到10家。”路东梅介绍，除了金星和被收购的厂家外，河南现在还有20多个啤酒生产厂家，但产量都很小，“河南啤酒市场处于供大于求的现状，而本土企业投资门槛在3000万元以上，投入比白酒厂家高，但产品销售价格太低，利润很少，一瓶啤酒往往只有几分钱的利润，基本上发展不快”。

近日，更令人担忧的消息传来：开封亚太啤酒有限公司的破产申请，正式走入破产程序。作为河南首个啤酒厂及品牌、曾经的中国啤酒业“四强”、中国首批外商合资酒企，53年积累的星光与荣耀也不可避免地走向没落。

熊玉亮说，除金星外，地方啤酒品牌也在外来啤酒巨头的考虑整合范围，只不过他们会根据自己的战略布局来选择整合的对象。

“河南由当初没有一家外地啤酒品牌的‘处女地’，变成了外来啤酒巨头攻城略地的主战场。以后的河南啤酒市场竞争将更加激烈，而且大品牌将越来越强势，中小企业的空间将越来越小。”路东梅表示，“三五年后，河南的低端啤酒很可能会逐渐衰弱，甚至销声匿迹。”

（来源：东方今报，2月10日）



[回到目录>>](#)

## 王老吉悄换包装 消费者误为“山寨”

合肥家乐福王老吉变身“加多宝” 消费者差点“被忽悠”

“怕上火喝王老吉”，这句经典的广告词早已深入人心，而王老吉也为爱喝凉茶消费者的首选。2月8日下午，记者在合肥新都会家乐福超市看到，红罐装王老吉凉茶竟然脱胎换骨，打上了大大的“加多宝”字样。乍一看上去，还以为出了一种名叫“加多宝”的新款凉茶，有个别消费者购买时甚至质疑，“是不是买到了假货啊，难道是山寨版王老吉”？实际上，这种一边印有王老吉，一边印有加多宝的凉茶，的确是红罐装王老吉正品，只不过，红罐王老吉凉茶打从2012年1月开始“改头换面”，悄悄换包装了。

新版包装从2012年开始推出，强化了加多宝字样

而这场毫无宣传的前提下悄悄换包装的事件，缘于去年年底加多宝集团与广药集团围绕王老吉品牌展开的一场品牌仲裁争夺战！如今仲裁未果，加多宝新版包装凉茶始现“江湖”，在合肥甚至全国各大城市公开上架，似乎给这场没有硝烟的战争，又加了点料。

货架上的王老吉凉茶分为红罐装和绿盒装两种，绿盒装还是原包装，而红罐装的王老吉凉茶，中间却出现了大大的“加多宝”字样。更有意思的是，是新旧两个版本的红罐王老吉凉茶同时在售！生产日期为2011年包装的王老吉为旧版，2012年起的王老吉为新版。消费者完全搞不清楚这看似相同的红罐装王老吉，到底有何不同，只有少数细心的市民买回家中突然发现，这王老吉的背面一半竟然印着“加多宝”，还以为是“被忽悠”了。

新旧两个版本的王老吉区别如下：

除了瓶身上的“加多宝”大字之外，与旧包装相比，新包装上位于“王老吉”及“加多宝”左右两侧的两排黑色字的内容有明显的更改。旧包装左右两边的内容分别是“王老吉凉茶，采用本草植物材料配制”和“凉茶始祖王老吉，创业于清朝道光年，已逾百年历史”。而新品左右两边的内容已经变为“加多宝出品正宗凉茶，采用本草植物材料配制”和“加多宝出品正宗凉茶，获准为国家级非物质文化遗产”。

旧包装罐身靠近罐盖的地方，原本印有一圈不断重复“凉茶始祖王老吉”的黄色字体，而新品则将字的内容改成了“加多宝出品正宗凉茶”。细数一下，新包装红罐王老吉凉茶在其罐身印有“加多宝”的地方已多达11处，而此前旧包装罐身上仅有3处。

（来源：慧聪食品网，1月17日）

[回到目录>>](#)



## 【国际视野】

1. 百事拟在全球裁员8700人 占员工总数的3%
2. 可口可乐去年盈利降27% 公司称与装瓶业务交易有关
3. 全球包装业规模将在2016年达到8200亿美元

### 百事拟在全球裁员8700人 占员工总数的3%

北京时间2月9日晚间消息，百事可乐公司今日发布公告称，2012年是过渡性的一年，公司将在全球裁员8700人，占员工总数的3%，实现到2014年节省开支15亿美元。

公告显示，预计2012年调整后的每股盈利将从2011年的4.4美元下滑5%。据市场研究机构FactSet Research消息，华尔街分析师预计百事2012年每股盈利为4.53美元。

2012年，百事计划将年度分红上调4%至每股2.15美元，并回购至少30亿美元股票。今年的营销投入将增加至6亿美元。

百事称，2011年第四季度利润增长4%至14.2亿美元，合每股盈利89美分，前一年同期为13.7亿美元，合每股盈利85美分。四季度调整后盈利为11.5亿美元，销售收入同比增长11%至202亿美元。分析师预计该季度每股盈利1.13美元，销售收入198.9亿美元。

（来源：新浪财经，2月8日）



[回到目录>>](#)

### 可口可乐去年盈利降27% 公司称与装瓶业务交易有关

世界最大的饮料生产商可口可乐公司日前公布其2011财年年报，该公司全年总营收465.42亿美元，同比增长33%；实现净利润85.72亿美元，较2010年的118.09亿美元下滑27.4%。

可口可乐方面表示，业绩下滑主要与上年同期和公司的装瓶业务交易有关，“很多企业发生大额的一次性收益事件，业绩均会有大幅度的波动”。2010年3月份，可口可乐对外宣布，以130亿-150亿美元的价格收购旗下最大瓶装厂CCE的北美业务，而交易不涉现金，所涉股份价值34亿美元，完成收编后，可口可乐将承担其88.8亿美元的债务。

据了解，2011年，可口可乐中国市场四季度及全年销量分别增长10%和13%，除2010年在华销量增长6%外，其过去的10年里有9年实现了在华两位数的增长速度。

（来源：北京商报，2月9日）



[回到目录>>](#)

### 全球包装业规模将在2016年达到8200亿美元

据包装之门网站报道，派诺国际最新的研究表明，在新兴市场和转型经济体的推动下，全球包装市场的规模有望在2016年达到8200亿美元。

纸板包装和硬塑料将在未来5年内保持3%的年均增长率，并分别达到400亿美元和330亿美元的市场规模。

美国凭借着1370亿美元的需求量成为2010年的第一大包装消费国，紧随其后的是市场需求大约为800亿美元的中国。中国有望在2017年超过美国成为世界头号包装消费大国，而印度也将跻身世界十大包装消费国的行列。

纸板包装在2010年的市场规模大约为2100亿美元，作为包装市场中最大的组成部分，其领先地位在未来5年很难撼动。纸板包装的市场规模将在2016年达2500亿美元。

硬塑料在2010年的市场规模大约为1440亿美元，占全球市场的21%，截至2016年，硬塑料的市场规模将达到2000亿美元，而在此期间，软包装的市场规模也将从2010年的1300亿美元增长到2016年的1630亿美元。

金属包装的市场份额将从2010年的15%减少到2016年的14%。而市场对玻璃容器的需求量将从2010年的450亿美元增长到2016年的530亿美元。

保健品包装和化妆品包装的表现也十分抢眼，它们将在未来5年内分别达到4.5%和4.2%的年均增长率。届时，这两种包装的市场规模将分别达到340亿美元和240亿美元。

（来源：中国新闻出版报，2月7日）



[回到目录>>](#)



## 【调研与数据】

五

1. 中国啤酒行业总产量达到4898.82万千升
2. 食品饮料：2012年上半年呈现回落大趋势
3. 白酒业2011年上市公司业绩平均增幅83%

## 中国啤酒行业总产量达到4898.82万千升

2011年，中国啤酒行业总产量达到4898.82万千升，同比增长10.7%。其中，山东、广东和河南三省啤酒产量位居全国前三名，这三个省份的啤酒总产量为1558.60万千升，占全国总产量的31.58%。

（来源：商务部，2月13日）



[回到目录>>](#)

## 食品饮料：2012年上半年呈现回落大趋势

2012年1月,由于春节因素,食品价格有所上涨,导致CPI略有抬头。导致食品价格环比上涨的主要原因是:鲜菜价格环比大幅度上涨26.1%,鲜果价格环比上涨5.6%,水产品价格环比上涨7.2%,肉禽及其制品价格环比上涨3.2%。

2012年,尤其是2012年上半年,我国猪肉价格预计有较大幅度回落,加上2010年下半年以来偏向紧缩的宏观调控政策滞后效应和同比翘尾因素降低,2012年,我国多数月份CPI同比增长速度预计4%以下,少数月份可能略微超过4%。

2012年1月,食品价格分类中粮食价格基本持平,肉类禽类价格环比有所反弹。长期看,我国粮食价格持续平稳上涨是大势所趋。但是,对居民消费价格指数月度环比变动影响预计轻微,对年度同比变动影响预计比较小。春节过后,随着对猪肉需求降低,猪肉价格将重回下跌趋势,这样的下跌趋势预计至少将持续到2012年第二季度末。

2012年1月,食品价格分类中水产品价格环比上涨,蛋类价格环比继续下跌。水产品价格环比上涨主要原因是:春节期间,居民对水产品需求旺盛,属于正常的季节性周期波动。2012年上半年,蛋类价格预计以下跌为主。

2012年1月,我国居民消费价格指数食品价格分类中鲜菜价格和鲜果价格环比大幅度上涨,属于正常的季节性周期波动。春节过后,随着节日因素消退和天气转暖,鲜菜和鲜果价格环比将大幅度下跌。

将食品饮料行业由2011年“强于大市”评级降低为2012年的“同步大市”评级。

(来源: 搜狐证券, 2月12日)

[回到目录>>](#)

## 白酒业2011年上市公司业绩平均增幅83%

近年来，随着白酒业的快熟发展，白酒业一直在中国经济行业中站着举足轻重的位置。据了解，白酒业1-12月份累计产量1025.6万千升，同比增长30.7%。而且，国家发改委和工业与信息化部也在《食品工业“十二五”发展规划》中，明确表示，到2015年白酒行业总产值将达到12.3万亿元，增长100%，年均增长15%。

从目前14家白酒上市公司2011年业绩整体业绩来看，预计平均增长83%。据悉，截至1月31日，白酒上市公司除水井坊和泸州老窖外有12家发布2011年业绩预增公告，预增区间最高约41%~160%，均值83.13%，净利润合计可达244亿元，平均EPS2.18元；截至2012年1月30日对应2011年PE约25倍（扣除ST皇台），而以中性预计的2012年业绩增速对应动态PE均值下降为15倍，显示出极好的投资机会。

因此，有业内人士分析称，国内白酒行业将继续保持刚性需求，行业增长力也会越演越强。未来几年，白酒还将迎来一波发展。尤其是人们对高端白酒需求的增多以及对健康型消费追求的增大，将刺激白酒行业的消费。

（来源：糖酒快讯，2月10日）



目录>>



## 【双周声音】

1. 于治国：整治食品安全问题 期待“重典”发威
2. 蔡军：我国茶叶出口存在四大瓶颈

## 于治国：整治食品安全问题 期待“重典”发威

据新华社报道：中共中央政治局常委、国务院副总理、国务院食品安全委员会主任李克强昨天主持召开国务院食品安全委员会第四次全体会议并讲话。会议强调，治乱需用重典，要坚持严字当头，针对重点品种、重点场所和薄弱环节，加大综合治理力度，保持严厉打击食品安全违法犯罪高压态势。

“治乱需用重典”，会上如此强调，反映出当前食品安全问题的严重性，发展到了动用“重典”的时候了；同时充分体现国务院对当前食品安全问题的高度关注，以及中央对严厉打击食品安全违法犯罪的坚强决心。

近几年来，不断发生的食品安全问题严重困扰着老百姓的正常生产生活，给人民群众造成了一定的生命财产损失，在社会上产生了不良的影响，损害了政府的公信力和形象。究其根源，一则有关部门监管不到位，责任意识缺失，导致食品安全问题频发高发不断；二则不法商人唯利是图，诚信缺失，置老百姓生命健康于不顾；三则法律制裁力度不大，手段有限，难以从根本上遏制暴利的冲动；四则老百姓食品安全自我保护意识淡薄，往往是出了大事后才考虑运用法律武器维护自己的合法权益，对小的问题往往是忍气吞声、不了了之，客观上纵容了不法商人的胡作非为。

食品安全问题已经上升到事关人民群众生命健康安全，提升到国家层面，提升到了必须予以严加治理整顿的高度，问题的严重性由此可见一斑。尽管食品安全工作有其特有的复杂性和长期性，但是当务之急，必须切实提高食品安全治理整顿行动的针对性和实效性，进一步强化责任落实、制度建设和基层基础工作，抓住主要矛盾，着力解决突出问题，以整治成效取信于民，让人民满意。

“治乱需用重典”，一方面突出了当前食品安全工作存在的问题，即“乱”，另一方面强调了当前运用“重典”的严肃性、必要性。诚然，对于一些不法商人而言，赚钱是硬道理，无利不起早五更，但是在赚钱与诚信、赚钱与道德之间的天平上，他们更多的是选择了赚钱，而置消费者的生命健康于不顾，体现了他们占有超额利润的贪婪，同时，也体现了法律手段运用的不够强硬。对于有的违法商人，制裁手段往往是简单的经济处罚，处罚之后违法生产情况仍旧存在，甚至变本加厉。不法商人违法犯罪的成本太低，客观上助长了食品安全问题频发高发。

食品安全大于天。从依法深入开展综合治理、着力建立健全长效机制、进一步落实企业主体责任、全面加强政府监管等四个方面开展今年食品安全保障工作，措施得力，方法可行，但关键还要看落实，还要看“重典”如何发威。期待“重典”之下让食品安全生产彻底抛弃不诚信、不道德、不守法、不尊重生命健康权的现象，让人民真正吃得放心、生活得舒心，为构筑和谐社会添砖加瓦、构筑起食品安全有力屏障。

（来源：荆楚网）

## 蔡军：我国茶叶出口存在四大瓶颈

“2011年，我国茶叶出口又创历史新高，但出口产品利润低；主流市场占有率低；出口企业规模不大；出口制约因素增加，成为我国茶叶出口四大瓶颈。”中国食品土畜进出口商会茶叶分会秘书长蔡军在日前举办第七届元宵茶会上如是说。

出口多为原料性产品产品利润低

据悉，我国茶叶出口多为原料性产品，更多利润被国外品牌商赚取，价格竞争突出。国际市场对产品质量更加重视，绿色环保和食品安全问题成为美欧等茶叶进口国关注重点，

据了解，欧盟自2011年10月1日起对我国出口茶叶采取新的进境口岸检验措施，我茶叶出口企业生产、加工标准提高。且近年茶叶消费理念从单一茶产品向多元化发展，对新品种研发提出更高要求，增加了茶叶出口难度。

出口以欠发达国家为主主流市场占有率低

据悉，我国茶叶出口以非洲等传统市场为主，在茶叶进口大国俄罗斯、美国、英国、巴基斯坦和埃及等所占份额不高，特别是对英国等欧洲国家出口长期以来徘徊不前。这种出口格局依赖性明显，严重制约了我国茶叶出口的持续增长。

不过，随着近年来我国茶行业加大对美国、俄罗斯等新兴市场拓展力度，出口数量不断增加，发展空间仍很广阔。

出口企业规模不大难在国际市场占优势

2011年，我国有3家企业茶叶出口超过2万吨，但我国茶企的实力和规模与全球知名品牌茶企相距甚远，在茶叶生产链以及国外市场分销渠道等方面缺乏竞争力，无法占领茶叶主销市场。

出口环境日趋复杂制约因素增加

近几年，我国茶叶生产成本快速提高，人民币预期升值长期存在，进一步挤压了出口利润空间，企业经营风险不断加大。同时由于茶叶出口缺乏统一标准和技术指标，出口企业缺乏资质管理，部分企业有违反经营秩序的行为，不利于营造茶叶出口的健康环境。

[回到目录>>](#)

## 关于我们

**北京华经纵横咨询有限公司**成立于2003年，其前身为“北京华经纵横经济信息研究中心”，是以国务院发展研究中心“中国经济报告课题组”为依托，以国务院发展研究中心、中国竞争情报学会、中国人民大学商学院的专家教授为智囊的国内著名经济信息研究机构。

目前华经纵横业务范围主要覆盖细分行业研究、市场专项调查、项目投融资咨询等领域，我们已经发展成为一家多层次、多维度的综合性信息咨询机构。

凭借密切的政府部门支持及科研院所合作，华经纵横已经构建了包括政府部门、行业协会、专业调查公司、企业内部人脉、自有调查网络等在内的多渠道、多层面的数据来源；建立了涵盖国内外上百个行业的千万级的数据库；形成了数十种独创的专业分析模型和研究方法。

作为国内权威市场研究机构，我们的成果得到了政府决策机构、企业界和投资界的高度评价，视为反映中国产业发展动向的最具权威性的成果之一。国务院发展研究中心中国经济报告课题组、中国国际工程咨询公司、北京大学经济学院、中国竞争情报学会、中国城市规划设计研究院、中国社会科学院工业经济研究所、国家发改委宏观经济研究院等国内知名研究机构对公司的发展给予了大力支持。

## 相关部分成果推介

### 1. 2011年雄峰蛹冻干粉市场发展深度分析报告

<http://www.chinacir.com.cn/scyjbq/ibcbbfki.shtml>

### 2. 2011年蜂胶黄酮市场发展深度分析报告

<http://www.chinacir.com.cn/scyjbq/ibcbbgj.shtml>

### 3. 2011年鱼皮花生市场发展深度分析报告

<http://www.chinacir.com.cn/scyjbq/ibcbcbhg.shtml>

### 4. 2011年蓝莓野果浓缩汁市场发展深度分析报告

<http://www.chinacir.com.cn/scyjbq/ibebbbdh.shtml>

### 5. 2011年浓缩梨汁市场发展深度分析报告

<http://www.chinacir.com.cn/scyjbq/ibebbbfi.shtml>



首创北环国际中心