



食品饮料行业双周刊

2012年2月（下） 总第10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

目录 Contents

一、特别关注

工商执法人员查获涉嫌篡改食品添加剂生产日期案

二、热点追踪

跟在高端白酒身后抢地盘 二三线品牌白酒发力扩张

新一轮奶粉涨价潮袭来 完达山奶粉3月提价

金威啤酒资产首轮竞价结束青岛啤酒出局

可口可乐或重启汇源并购 将遭康百联姻对抗

三、国内动态

王老吉是如何创造1亿到10亿的热销传奇

面对国产乳业行业“死穴” 飞鹤乳业的重资产模式

耐高温饮料瓶产品线开始丰富

四、国际视野

欧盟修改有关含铝食品添加剂使用条件和标准

德国食品加工和包装机械协会 (VDMA)：下调2012年产出预期

我国禁止从俄罗斯输入绵羊、山羊及其相关产品

五、调研与数据

肉制品三巨头去年净利集体下跌

2011年中国乳品加工业省市销售情况

全球2012年大豆产量降幅料为1900万吨

六、双周声音

周山荣：白酒“产区时代”尚未来临

李途纯：放弃国家赔偿 将用余生回报社会

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，以便在全局视野中更好地思索、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）



【特别关注】

工商执法人员查获涉嫌篡改食品添加剂生产日期案

工商执法人员查获涉嫌篡改食品添加剂生产日期案

阜阳市工商系统“学生食品专项整治月行动”过程中，阜阳市工商局12315申诉举报中心接到群众举报，称阜阳市颍州区一食品原料经营户，自行篡改已过期食品原料的生产日期，然后再对外进行销售。接到举报后，工商部门经过紧急安排后进入现场检查。

现场检查发现，被举报地址为一家食品原料经营门店，该门店仓库内存放过期的食品添加剂、固体饮料、双效泡打粉等商品，门店柜台及橱柜内摆放的“面包专家”、“苹果味粉”、“馒头改良剂”、“甜橙香精”、“双效泡打粉”等食品原料和添加剂包装上的生产日期墨迹未干，像是刚刚打印上的，用手轻轻一碰就模糊，一抹就能擦掉，当事人被问及生产日期墨迹未干原因时不但不能合理解释，反而乘检查人员不注意时藏匿上述查到的商品。经过进一步检查，执法人员在当事人附近的服装店和门店楼梯间内发现一台恒温直热式印码机和藏匿的过期商品，印码机色带上留下的打印痕迹，与查获的食品添加剂原料上墨迹未干的生产日期完全吻合。

现场证据证明，当事人涉嫌篡改食品添加剂、食品原料的生产日期并销售过期商品，阜阳市工商局颍州区分局拟立案查处，案情正在进一步调查中。

阜阳市工商局食品科负责人李铁为此提醒广大群众，在购买食品时一定要仔细查看食品生产日期，具体应从以下三个方面辨别生产日期是否被篡改：一看生产日期位置，原厂生产日期位置大都比较醒目，而涂改的日期位置不显眼；二看生产日期的印迹，原厂生产日期清晰干净，而涂改的日期通常印迹模糊，有的因为原厂日期去除不净留有墨迹，甚至出现两个生产日期，有的因为剪掉印有原厂生产日期的一边，包装袋会有一个边很窄；三看印迹牢固程度，原厂生产日期一般都是钢印或电喷，印迹牢固，而涂改过的生产日期往往用手一抹就掉色，用力擦拭会完全褪掉。

（来源：慧聪食品工业网，2月29日）

[回到目录>>](#)



【热点追踪】

1. 跟在高端白酒身后抢地盘 二三线品牌白酒发力扩张
2. 新一轮奶粉涨价潮袭来 完达山奶粉3月提价
3. 金威啤酒资产首轮竞价结束 青岛啤酒出局
4. 可口可乐或重启汇源并购 将遭康百联姻对抗

跟在高端白酒身后抢地盘 二三线品牌白酒发力扩张

带着浓浓的京味文化和红色文化的装修风格，一家红星二锅头专卖店，在建国北路开张已有三个月。这家专卖店的投资者看好的是，在茅台、五粮液价格疯涨了一年后，这种被许多普通消费者亲切地称为“小二”的白酒，会因为价格实惠而赢得杭州市民的青睐。

根据中国酿酒工业协会不久前公布的数字，去年全国白酒总产量同比增长**30.7%**，销售收入同比增长**39.4%**，均创下历史新高。而在这些惊人的业绩中，让消费者印象最深的，恐怕是茅台、五粮液、泸州老窖等一线白酒品牌伴着一轮轮涨价一路高歌向前。**53度**飞天茅台一年价格涨幅超过**66%**，国窖**1573**价格涨幅达**85%**，但随着正月过完，这些高档白酒也露出了疲态，市场开始进入消化涨价效应的时候。

一线品牌白酒涨价潮过后，其身后留下了真空地带。去年以来，国内许多二三线品牌白酒，不但分享到了行业景气的硕果，还不惜重金，大规模地在全国范围开拓市场，大有高喊一声“王侯将相，宁有种乎”的气势。

二三线白酒价格空间被看好

超市、便利店白酒专区最下排常见的扁肚皮小酒瓶，**56度**，**100**毫升，价格低廉，这大概是北京二锅头在许多熟悉白酒的消费者脑海中的印象。

去年年底，北京红星二锅头杭州专卖店开张，这是红星二锅头国内首家专卖店，店里除了大家熟识的常规红星产品外，还有近几年红星集团推出的蓝瓶、青花瓷等相对高端的系列。价格实惠是红星二锅头的潜在优势，去年一线高档白酒带动许多白酒涨价，离老百姓消费越来越远，而二锅头的价格非常稳定，应该更容易被老百姓接受。

地方群雄加快全国化进程

如同提起二锅头就想到北京一样，白酒因产地不同，也被划分为苏酒、鲁酒、皖酒、川酒等，仿佛地方群雄。在高端白酒主打提价牌的时候，二三线品牌白酒紧跟其后，紧锣密鼓“抢地盘”。

近日，山东泰山酒业集团在其官网上宣布，按照公司战略规划从今年开始，公司将大力开展专卖店建设，面向全国招商并从费用、政策等全方位给予支持。泰山酒业正通过加大广告传播和市场开发力度，进一步扩大省内外市场，逐步加快全国化进程。

泰山酒业浙江总代理浙江新友控股的副总陈亮说，泰山品牌白酒的营销，正在逐步向二三线城市进行渠道下沉，扩大产品覆盖区域，在销售点的数量上有明显的增长。而且，“区域特色其实也是个非常模糊的概念，比如在海南三亚，卖得最好的白酒就是泰山。”

而沉寂多年的贵州董酒，在白酒行业一片欣欣向荣中，也举起了复兴大旗。近日位于贵州遵义的董酒公司宣布，正式启用新的万吨基酒酒库，库内**2万**多吨基酒成为董酒复兴之路的关键。今年，董酒公司还将投入**3.2**亿元进行品牌和市场投入，力争实现销售额**10**个亿，产能恢复**8**千吨。

“去年我们在全国划出了**5**个重点省市，今年拓展到了**10**个重点区域。”董酒股份有限公司总裁蒋琼表示，公司准备在全国市场分步占领，今年将首度拓展到江浙沪等新兴区域。

[回到目录>>](#)

跟在高端白酒身后抢地盘 二三线品牌白酒发力扩张

酒企为拓展市场猛砸重金

近期，多家区域性名酒上市酒企公布了2011年的业绩预告，古井贡酒净利润预计增长约80%-100%，酒鬼酒净利润预计增长125%-160%，金种子酒预计公司净利润比上年同期增长110%以上。山西汾酒预计净利润也有50%以上的增长。事实上，对比贵州茅台和五粮液的业绩增长水平，二三线白酒品牌收入增速和净利润增速的平均水平更高。

同时，二三线白酒仍在快速成长通道中，大规模投入省外扩张。一些上市酒企去年三季报中显示，销售费用大幅增长。

古井贡酒报告期内销售费用较上年同期增加67.56%，酒鬼酒报告期内销售费用较上年同期增长78.13%，金种子酒报告期内销售费用增长76.33%，山西汾酒报告期内销售费用增加62.72%。究其原因，不外乎用于品牌宣传、开拓市场、促销力度投入大幅增长。

二三线白酒未来发展空间更大？

近年来，随着一线白酒品牌的不断提价，给二三线白酒带来了巨大的价格生存空间。并且，在消费者水平提高的情况下，更是给二三线白酒品牌的发展带来了机遇，极大地促进了白酒的消费，也在一定程度上带动了二三线白酒品牌的复兴。

最为典型的例子是洋河股份和双沟酒业合作，组建苏酒集团，立足江苏的同时，不断拓展全国市场，在2011年异军突起，在全国白酒业排名稳坐第三位。继苏酒集团之后，有消息称湖北省也提出将组建鄂酒集团的计划。业内人士认为，二三线白酒品牌的发展中，充分享受到了政府支持、地方经济发展、消费结构升级所带来的益处，并可利用在根据地的优势逐步向外省市扩展。相对于高端酒而言，次高端、中端酒的市场容量更大，未来的发展空间也更大。未来几年，白酒市场的品牌将更加多元，扩张较快的二三线白酒的业绩很有可能保持高增长的趋势。

二三线白酒品牌一般来讲都是区域优势白酒品牌，都雄踞在自己的根据地里，以往地方特色相对较浓，地理优势也很明显，为了实现百年品牌的伟大梦想，其市场必须突破区域限制，向全国延伸。2012年将会是中国白酒业二三线品牌汹涌激荡的年份。

（来源：都市快报，2月29日）

[回到目录>>](#)

新一轮奶粉涨价潮袭来 完达山奶粉3月提价

在沉寂了2年之后，完达山奶粉打破了以往的瓶颈，吹响了涨价的“号角”。日前，国产奶粉品牌完达山乳业称，将在2012年3月21日前完成对零售渠道完达山奶粉和米粉进行涨价。此举意味着沉寂多年的国产奶粉终于了提价的动作！

完达山奶粉本月起提价

最近，黑龙江奶粉商完达山表示公司在2月21日执行新的出厂价，并在3月31日之前完成对分销商、终端门店的供货价和零售价的调整。

据第一财经日报报道，网上一份名为《黑龙江省完达山乳业股份有限公司奶粉营销公司关于调整公司产品价格体系的通知》扫描件讲述了完达山涨价的缘由。而完达山公关部人士也承认这份扫描件就是公司的文件。

对于为何涨价？

该文件称，经营成本持续增加，企业自身已无法继续消化。另外，“经过对市场广泛而科学的调研，消费者普遍认为‘价格代表品质’，而完达山产品的高品质并未体现在市场价格上。”

另外，有媒体报道称，完达山此次将进货价格上调10%，市场终端价格将上涨12%以上。包装后，约提价20元；7月，惠氏全新升级的三款奶粉，提价10%到15%。12月惠氏一段婴儿奶粉罐装价突破400元。

如今，迈入2012年，新一轮的涨价潮即将到来！

据羊城晚报报道，本土乳品品牌风行牛奶向订户发出涨价通知，表示将从3月1日起对部分产品提价，涨幅约为18%。美赞臣也酝酿于3月底更换新装并升级提价，调整幅度或在10%-20%。

另外，已经有近两年没有涨价的美赞臣也传出提价的消息。该公司酝酿于3月底更换新装并升级提价，调整幅度或在。广州有超市也表示，已经接到相关涨价通知。

国产奶粉突围？

国产奶粉涨价，预示着什么？

据新文化报报道，东方艾格农业咨询有限公司乳业专家陈连芳表示，“此次价格上的调整，是对国产奶粉企业信心的一次提振。”他认为，国产奶粉并非在市场上没有希望，相比于此前洋奶粉大张旗鼓的涨价，国内企业涨价背后，是对品牌价值的肯定，或将在未来争取更多的话语权。

近年来，受三聚氰胺的影响，国产奶粉频频失利，痛失市场份额。如今“洋奶粉”集体涨价不断、安全问题频曝，对于国产奶粉而言，应当发力重夺市场主导权。

不过，国产奶粉发力，重视奶源依旧十分关键！

（来源：中国经济网，2月28日）

[回到目录>>](#)

可口可乐或重启汇源并购 将遭康百联姻对抗

日前有传闻称，康师傅收购百事可乐内地业务将获得商务部批准，近期将有官方声明发布。

消息一出就有业内人士向记者透露，康百“联姻”将直接威胁到可口可乐在饮料市场的老大地位，可口可乐将通过收购其他企业巩固饮料“霸主”地位，而重启汇源果汁并购可能性非常大。

康百“联姻”对抗可口可乐

去年底康师傅以子公司5%股权，换取百事可乐在中国24家装瓶厂，以及部分品牌的独家分销权。借此百事可乐将摆脱其连续亏损的中国业务。

顶新集团董事长兼康师傅执行董事魏应交近日在出席活动时曾公开表示，他预料中国商务部将很快批准公司收购百事可乐的中国业务。

CBCT志起未来营销咨询集团董事长李志起昨日接受本报记者采访时称，可口可乐在国内碳酸饮料占据三分之一市场，几乎处于垄断地位。而百事可乐占国内碳酸饮料10%左右份额，和康师傅联盟后，两者的市场份额接近20%，对可口可乐来说，压力非常大。

“康师傅收购百事可乐内地业务，获批可能性非常大。”业内人士肖竹青认为，饮料行业是一个开放的产业，战略价值意义不大，此次收购获批不仅展示了中国开放的国际形象，同时从税收、市场以及食品安全等方面，都是一个多赢的局面。

肖竹青称，可口可乐很可能面临“康百”与娃哈哈腹背夹击的局面。

可口可乐或重启汇源收购

业内人士昨日爆料，康百联盟直接威胁可口可乐在中国市场的霸主地位，加之其果汁饮料市场份额甚少，可口可乐或将重启汇源并购。

2008年9月，可口可乐拟以179.2亿元收购汇源果汁，后因商务部反垄断审批没通过，最后可口可乐并购汇源成为了遗憾。在此之后，饮料市场并购风起云涌，雀巢收购银鹭60%股权获批，康师傅收购百事可乐内地业务，饮料巨头加速跑马圈地。

可口可乐大中华区副总裁白长波称，对于外界认为汇源果汁并购将重启不做任何评论。可口可乐在今后的两年内将在中国增加投资40亿美元，主要用于创新、合作伙伴以及新产品开发。

“可口可乐选择饮料企业并购，一定会强化主业，而选择行业内前三名，这样的收购对于可口可乐来说才有意义。”李志起认为，汇源果汁在纯果汁饮料行业拥有较大市场，汇源集团董事长朱新礼心思一直在饮料上游产业，可口可乐要强化自身地位，双方再重启谈判可能性很大。“目前汇源果汁市场下滑很厉害，可口可乐出价不会有当时高了。”

业内还有一种观点认为，可口可乐与汇源果汁在发展思路上有分歧，很难重谈并购，不过可口可乐与中方合作伙伴中粮、太古等企业，可能会在饮料市场展开并购动作。

（来源：长江商报，2月28日）

[回到目录>>](#)



【国内动态】

1. 王老吉是如何创造1亿到10亿的热销传奇
2. 面对国产乳业行业“死穴”——飞鹤乳业的重资产模式
3. 耐高温饮料瓶产品线开始丰富

王老吉是如何创造1亿到10亿的热销传奇

2002年，王老吉销量仅1.8亿，主要市场在深圳、东莞、浙南三个区域，03年，在累计广告投放4000万的强力推动下，王老吉劲销6亿并迅速冲出广东；04年，王老吉乘胜追击，斥巨资购买央视黄金时段，由此广为人知，红遍大江南北，当年销售额达14.3亿。

王老吉的成功，本质上是凉茶品类的成功，王老吉开创了凉茶新品类，并主导了这一品类。其次，才是差异化的定位以及始终如一的品牌传播执行，王老吉是通过差异化战略在一片红海的饮料市场开辟了广阔的蓝海。

一、开创并主导凉茶品类

品牌的成功，首先是品类的成功。因此，一个强大的品牌和品类的强大密不可分，只有成为心智中品类的代表，并推动品类发展，扩大品类的市场需求，直至主导品类，才能创建强大品牌。王老吉通过发现品类机会——开创新品类——确保心智领先——扩大品类需求——引入竞争等步骤，成功开创凉茶品类，并成为品类的代表。

二、差异化战略，定位“防上火的饮料”

定位就是抢占消费者心智资源，选择一个心智市场，并占据最有利的地位，实施差异化战略，区隔于竞争对手，从而实现领先地位。“王老吉=防上火的饮料”。

定位第一步：心智认知，是“饮料”还是“凉茶”？在2002年之前，市场对凉茶并无多大认知，对凉茶的认知主要在岭南一带，这是凉茶品类走向全国最大的障碍。其次，对凉茶存在片面的认知，即凉茶属药，而“是药三分毒”，不能长饮，更不能多饮，这将为以后的品牌发展壮大埋下重大隐患。所以，对王老吉的重新定位，就不应该说自己是凉茶，而应该归类于“饮料”，这也是开创新品类的策略“攀附策略”。

定位第二步：差异化竞争策略，抢占“预防上火”市面上饮料众多，关键在于差异化，以差异化战略开创饮料中的蓝海。而这个差异化就是“预防上火”，这是其它饮料品类所不具有的独特价值。事实上，在消费者认知及购买行为研究上均表明，购买王老吉的真实动机是用于“预防上火”。

定位第三步：挖掘有利价值，突出防上火功效一个产品往往能满足消费者的诸多需求，所以，为新品类寻找到最有价值的价值，沟通消费者，进而发展成为定位至关重要。营销最忌讳的就是万能胶产品，人人需求的最终结果是消费者不知道你是谁，你提供什么差异化价值。新品类的最佳定位常常是品类的第一特性，并且这个特性必须是一种鲜明的利益承诺。防上火是一种鲜明的利益承诺，即“预防上火”功效。

定位第四步：始终如一的传播你的定位很多人把王老吉的成功归结于开创凉茶品类、定位防上火，但这些只是结果，过程却是王老吉始终如一的品牌传播策略。第四步就是定位执行，定位执行的核心是传播你的定位，终极目标是进入心智，建立“王老吉=防上火的饮料”的价值标签。

三、渠道创新，布局餐饮及特殊渠道

王老吉渠道创新：布局餐饮目前，王老吉的渠道主要分为以下4大类：批发市场、商超、餐饮（其中又按不同菜系进行渠道细分）以及特殊通路（主要涵盖酒吧、KTV、网吧、社区店等）。批发市场主要是二三线市场的渠道分销，为王老吉的主要出货通路，商超又分为KA类及BC类，主要是城市大卖场，而餐饮及特殊通路就是王老吉渠道创新的具体表现。

（来源：慧聪食品工业网，2月29日）

[回到目录>>](#)

面对国产乳业行业“死穴” 飞鹤乳业的重资产模式

“中国本土乳品企业之所以出现市场占有率下降，其背后的本质问题就是：安全和诚信缺失。”飞鹤乳业董事长冷友斌深谙其行业的“死穴”。

“2008年的三聚氰胺事件成为中国乳业的分水岭，之前行业一直都比较健康和稳定，但之后却问题不断：饲料门、激素门等丑闻接连出现，公众对中国乳业的信任也达到冰点。而乳业新国标的出台对行业形象没有任何加分的作用，反而拉低了行业的整体形象，本土乳品企业整体受到牵连，这给进口乳品品牌带来了巨大的机会。2010年以来，外资乳品品牌的市场占有率节节上升，已达55%。”在冷友斌看来，中国乳业的质量安全问题来源于奶源管理，而“三聚氰胺事件”就凸显了乳业在奶源管理上的混乱。“从散户养牛到奶贩子收奶等各环节，乳品企业没有办法掌控，于是在收奶环节，牛奶加水、加三聚氰胺就成为行业性的问题。”

为了实现高速发展，一些国内的乳品企业采用了“要市场，不要牧场（奶源）”的轻资产模式，他们在上游发动农村和畜牧区的奶农、民间资本集资建立奶站，负责采集奶农生产的原奶，这样可以节省建设奶源渠道的资金，下游销售则由覆盖全国的经销商包干。这种“奶农-奶站-企业”的运营模式，导致了奶源质量难以控制。

飞鹤也面临过商业模式的选择。2003年飞鹤乳业在美国阿卡上市，2009年又转到纽交所的主板上市。在资本市场获得融资后，企业一直面临两种抉择：是做渠道做品牌，还是做奶源建设？

2000年以来，中国本土乳品企业纷纷将重点放在渠道建设和品牌打造上，因此，造就了“蒙牛神话”，蒙牛、伊利、三鹿等本土乳品企业迅速崛起。相反，如果做产业链上游的奶源建设，需要占用企业很多资金，投资额度一般在10亿元以上，而且回报周期很长。

“但是，我们还是决定要先解决风险，再谋求发展。”在包括冷友斌在内的飞鹤高层做出决定之后，飞鹤乳业就选择在齐齐哈尔的甘南和克东两个地方，投资16亿元，相继建立了4个大型牧场和饲

养基地，其中克东牧场是飞鹤第一个万头奶牛欧美国际示范牧场，占地面积570余亩，总投资3.2亿元，设计奶牛存栏10000头，日产鲜奶90余吨。

冷友斌算了一笔账，一个存栏6000头的养殖场，按照一头牛1万多元计算，加上牛舍、挤奶设备、大型收割设备的投入就超过亿元。也只有这样的高投入才最终换来了奶源的安全健康可控。

正是因为建立了全产业链模式，从上游的源头有效地控制了奶源，在2008年“三聚氰胺事件”中，飞鹤乳业等一批黑龙江的乳品企业都没有出现在黑名单中。

当然，投入重金建设牧场和养殖基地，由于投资周期长、回报慢，对企业的资金链要求很高。2011年8月，飞鹤乳业出售其中的两个牧场的事件也被业界看做是对飞鹤乳业做重资产模式的一次挑战，对此，冷友斌表示：“我们出售了两个欧美示范牧场，其目的就是按照欧美乳业的发展模式，做到专业化分工，把两个欧美示范牧场出让给地方资本，是希望专人做专事。”

事实上，飞鹤乳业的示范牧场建设已经告一段落，通过民间资本的引入，前期投入的资本融资，已经回收1.3亿美元，这些钱将用于品牌和渠道建设，提升盈利能力。

这次转让的两家牧场与飞鹤乳业签订了无限期供奶协议，而且所有饲养标准和奶源的控制标准完全按照飞鹤乳业的各项指标执行。而出售的牧场都需要向飞鹤乳业下属的农业公司采购饲料，目前，飞鹤已经种植15万亩饲用玉米和3万亩紫花苜蓿。通过这种设计，即使没有股权，飞鹤乳业照样会对出售后的牧场有较强的控制。可以说，这两个牧场仍然是飞鹤乳业全产业链中不可分割的一部分，会百分之百保持高质量的奶源。

从2011年8月开始，飞鹤乳业开始启动全产业链战略的第二个阶段，将强化品牌建设、渠道建设、产品研发和消费者服务，进一步做大做强全产业链。

（来源：中国经营报，2月27日）

[回到目录>>](#)

耐高温饮料瓶产品线开始丰富

近年来，茶饮料逐渐开始盛行，各大饮料厂家非常看好茶饮料这一市场，纷纷投入技术研制新品，茶饮料市场呈现“百花齐发”的局面，茶饮料也给厂家带来了丰厚的回报。

与茶饮料厂家喜悦一样，茶饮料瓶厂家也在这个市场里获得了很大发展机会。由于茶饮料需要防微生物变败防止茶浊。茶饮料都需要高温杀菌和热灌装，这就对茶饮料包装材质和工艺技术提出了极高的要求。高效、节能的热灌装热灌装工艺具有高效、节能的效果，因为热灌装工艺全部操作均在流水线上完成，能有效提高生产效率，减少能耗和人工操作。热灌装工艺可最大限度地保存产品风味和营养成分。

茶饮料热灌装材质目前以PET瓶为主，PET瓶基本能符合茶饮料的杀菌要求。近年来，一些高温饮料也开始采用BOPP材质耐高温饮料瓶。茶饮料产品线的丰富也对饮料瓶的耐高温材质提出了越来越高要求。

（来源：中华包装瓶网，2月29日）



[回到目录>>](#)



【国际视野】

1. 欧盟修改有关含铝食品添加剂使用条件和标准
2. 德国食品加工和包装机械协会 (VDMA)：下调2012年产出预期
3. 我国禁止从俄罗斯输入绵羊、山羊及其相关产品

欧盟修改有关含铝食品添加剂使用条件和标准

近日，欧盟发出通报，欧委会制定委员会法规草案：修改欧洲议会及理事会有关含铝食品添加剂使用条件和标准的第EC1333/2008号法规附件II（欧共体批准用于食品的食品添加剂清单及使用条件）。欧洲食品安全局（EFSA）在2008年5月22日意见书中建议将铝允许周摄入量（EFSA）降低到1mg/公斤体重/周。此外，EFSA认为，欧盟很大部分消费者，尤其是儿童都超过了修订允许周摄入量。EFSA认为大多数人的铝化合物主要暴露途径是食品，包括食品添加剂。附件II准许使用含铝食品添加剂及某些可能含铝色淀的染色剂，而许多食品对铝色淀最大浓度没有任何说明。因此，应该适当修改当前使用条件，降低含铝食品添加剂，包括铝色淀的使用标准，以保证不超过修订允许周摄入量。

目前该通报正在征求意见中，预计含铝食品添加剂相关规定应于2014年2月1日生效、有关染色剂铝色淀相关规定应于2014年8月1日起生效、有关商业食品染色剂铝含量标签应于2013年2月1日起生效。

（来源：中国国门时报，2月29日）



[回到目录>>](#)

德国食品加工和包装机械协会 (VDMA)：下调2012年产出预期

德国食品加工与包装机械协会 在全世界范围内，食品的加工和包装正在日益实现产业化和自动化，因此近年来对食品加工和包装机械的需求一直在持续增长，并且这种需求将长期存在。

食品加工和包装机械行业2006年实现产值93亿欧元，比2005年增长了7.1%，是德国机械工程行业最大的分支之一。德国食品加工和包装行业现有约650家企业，总员工人数达到56,600人。

食品加工机械包括肉类加工设备、糖果机器、烘焙机器、饮料生产设备、乳品设备、水果蔬菜加工机械、基本粮食及动物饲料生产设备等。

2006年，食品加工机械实现产值28亿欧元。在加工机械中产值最高的几部分依次是肉类加工机械(7.00亿欧元)、蔬菜原料加工设备(5.94亿欧元)、烘焙机器(3.85亿欧元)以及饮料生产设备(4.09亿欧元)。

制造流程结束后，紧接着的是包装技术。包装不仅在食品行业发挥着重要作用，而且广泛应用于化妆品、药品、化学品和建材行业以及整个消费品行业。

德国包装机械行业在过去几年内系统地巩固了它的市场领先地位。2006年，产值增加了将近8.5%，约为46.0亿欧元，其中14.0亿欧元为饮料包装机械。

出口业务是本行业的主要增长动力。2006年，食品加工和包装机械的出口额达到66亿欧元。出口率高达70%以上，远远高于整个机械工程行业。

(来源：汇通网，2月24日)



[回到目录>>](#)

我国禁止从俄罗斯输入绵羊、山羊及其相关产品

国家质检总局和农业部日前发布公告，为防止俄罗斯绵羊痘和山羊痘传入我国，禁止直接或间接从俄罗斯输入绵羊、山羊及其相关产品，停止签发从俄罗斯进口绵羊、山羊及其相关产品的《进境动植物检疫许可证》。

据介绍，2011年12月22日，俄罗斯农业与食品部向世界动物卫生组织（OIE）紧急报告，11月12日，滨海边疆区（Primorskiy Krai）的一座村庄发生绵羊痘和山羊痘疫情。涉及的易感动物有250只绵羊，其中15只发病，死亡12只。

为防止该病传入我国，保护我国畜牧业安全和人体健康，根据《中华人民共和国进出境动植物检疫法》等有关法律法规的规定，我国禁止从俄罗斯输入绵羊、山羊及其相关产品。公告发布之日起启运的来自俄罗斯的绵羊、山羊及其相关产品一律作退回或销毁处理。

在途经我国或在我国停留的国际航行船舶、飞机和火车等运输工具上，如发现来自俄罗斯的绵羊、山羊及其相关产品，一律作封存处理；对上述运输工具上的动植物性废弃物、泔水等，一律在出入境检验检疫机构的监督下作无害化处理，不得擅自抛弃。

同时，禁止邮寄或旅客携带来自俄罗斯的绵羊、山羊及其相关产品，一经发现，一律作退回或销毁处理。对海关、边防等部门截获的非法入境的来自俄罗斯的绵羊、山羊及其相关产品，一律在出入境检验检疫机构监督下作销毁处理。

（来源：新华网，2月17日）



[回到目录>>](#)



【调研与数据】

1. 肉制品三巨头去年净利集体下跌
2. 2011年中国乳品加工业省市销售情况
3. 全球2012年大豆产量降幅料为1900万吨

肉制品三巨头去年净利集体下跌

拥有国内知名肉食品品牌“金锣”的大众食品控股有限公司（下称“大众食品”）日前公布2011年业绩，受生猪价格高涨和养猪投入较大等因素的影响，该公司全年营业利润仅为2.37亿元，同比减少30.1%。

大众食品的营业利润在扣除税金等费用后，归属于该公司股东的净利润只有1.29亿元人民币，同比减少46.0%。

大众食品2011年用于养猪场建设的投入达到1.02亿元，之前的2010年仅为2700万元，增加幅度达到378%，对公司营业利润造成一定影响。

2011年瘦肉精事件发生后，肉食品企业加大了对养猪业的投入力度，以求在上游保证食品质量安全，但是自建养猪场投入巨大。双汇集团董事长万隆曾经对记者表示，建设可养1万头猪的现代化猪场，基本需要投资1000万元。按照这个标准，大众食品1.02亿元投入养猪业，每年能出栏10万头左右的生猪，而大众食品的屠宰能力每年超过2000万头，与屠宰量相比，大众食品的出栏量还是杯水车薪。而要提高自养比例，预计未来大众食品的利润还将持续受到影响。

2011年，大众食品收入达到168.28亿元，同比增加23.4%，生猪价格大涨是收入大幅增加的主要原因。

中国生猪预警网的监测数据显示，2011年全国出栏肉猪价格全年平均价为16.95元/公斤，较2010年全年平均价11.44元/公斤高出48.16%。最高点出现在2011年6月22日，生猪价格为19.58元/公斤，2011全年生猪价格同比涨幅长期保持在60%以上。生猪价格暴涨逼迫肉制品公司提高价格，收入自然因此增加，但是由于肉制品是生活必需品，提价幅度无法与生猪价格涨幅保持同步，导致出现收入上涨但是利润却同比下跌的情况。

此前曾有意见认为，由于双汇2011年遭遇了瘦肉精事件的冲击，雨润、金锣等竞争品牌将有机会缩小与双汇之间的距离。从披露的材料来看，金锣等企业确实在2011年加大了品牌的宣传和推广力度。

2011年，大众食品用于销售和渠道拓展的费用达到6.71亿元，同比增长32%，其中不少费用是在国内40个以上的城市做电视和其他媒介形式的广告，在超市搭建堆头推广金锣品牌，以求扩大市场份额。

但是结果并没有当初设想的那么好。雨润今年2月初发布的盈利预告显示，该公司2011年净利润同比下跌约38%，按照2010年雨润食品27.28亿港元的净利润（股权持有人应占溢利）计算，2011年雨润食品的净利润约为16.91亿港元。

与雨润、大众食品净利润同比下跌38%和46%的幅度相比，双汇食品2011年归属于上市公司股东的净利润同比减少49.17%~52.62%，净利润5.5亿~5.9亿元，三家公司净利润跌幅相差不大，差距并没有显著拉开，而从收入等规模来看，双汇以年收入500亿元的体量继续稳居老大的地位，雨润、金锣仍处于跟随的位置。

（来源：腾讯财经，2月29日）

[回到目录>>](#)

2011年中国乳品加工业省市销售情况

2011年，我国乳品加工业形势良好，前11个月销售总额即突破2000亿元，全年销售额2315.56亿元，同比增长21.55%。2011年，进入统计范围的规模以上乳品企业644家，其中亏损企业104家，占16.15%。

2011年，大陆31个省直辖市、自治区中，只有福建、青海两省销售额出现了下降，其他省份均实现增长。全年销售额超过100亿元的省份有8个，分别是内蒙古390.06亿元，占全国总销售额的16.85%；黑龙江346.65亿元，占14.97%；山东232.39亿元，占10.04%；河北181.68亿元，占7.85%；广东132.32亿元，占5.71%；上海129.02亿元，占5.57%；辽宁114.12亿元，占4.93%；陕西104.41亿元，占4.51%，8省份共占全国总销售额的70.42%。

（来源：消费日报，2月29日）



[返回目录>>](#)

全球2012年大豆产量降幅料为1900万吨

2012年全球大豆产量降幅料为1,900万吨，创7.2%的纪录高位。

油世界2月28日称，今年全球大豆产量降幅料创7.2%的纪录高位，或1,900万吨，主要归咎于南美关键产区的恶劣天气。

油世界在月度报告中称，“根据我方当前预测--2011/12年度全球大豆产量料猛跌1,900万吨，至2.465亿吨--为有史以来最大同比降幅，”

该刊物称，2月大豆价格坚挺，提振其他油籽和油粕价格。

自2月1日以来，欧洲植物油市场的豆油价格已上涨50欧元，至每吨960欧元，因担忧南美干旱损及作物。

油世界表示，中国强劲需求为价格提供额外支撑，今年4-9月中国料进口2,850万吨大豆，较去年同期增加180万吨。

分析师相信，中国需求增长将威胁全球供应，引燃食品通胀忧虑。

“南美作物欠收将提高全球市场对美国大豆供应的依赖，”油世界称。“我们预计出口转移，将使得3月/8月美国大豆出口同比增加160万吨至1,060万吨，”

美国是全球头号大豆出口国，巴西和阿根廷紧随其后。



(来源：财讯网，2月29日)

[回到目录>>](#)



【双周声音】

1. 周山荣：白酒“产区时代”尚未来临
2. 李途纯：放弃国家赔偿 将用余生回报社会

周山荣：白酒“产区时代”尚未来临

在白酒业持续高企的背景下，政企“合谋”的白酒产区规划和建设正在全国各地蓬勃兴起。笔者认为，中国白酒迎接“产区时代”不仅要看水质、土壤、气候等环境因素，以及产业所依托的独特的工艺技术等“硬件”，更要看产区的顶层设计和制度保障、产区主导机构的理性和公信力等“软件”。仔细审视当前各白酒产区的硬件、软件，显然，中国白酒产区化发展时代的到来尚需时日。

首先，白酒产区存在的理由——区域独特的水质、土壤、气候等环境因素，正在受到损害。各地推动白酒产区的抓手，主要以工业园区为载体的“大干快上”，以名优白酒企业为依托的“做大做强”。

在“大跃进”式的进程中，通过各地的相关报道和网络舆论，不需要举例，我们就能够猜想、评估出其对生态环境的损害。地方政府出于众所周知的原因，对资本一再让步；一些企业在规划建设过程中，显得有些急功近利。

具体到某个区域，情况或许并没有那么糟糕，但从面上看，环境正在被污染，水质正在恶化，气候正在变暖……而这些问题绝不是短期所能解决的。

其次，白酒产区发展的基础——区域独特的工艺、技术，未得到有效保护、传承和发展，而这或将危及产区内的产品品质。由于“白酒产区”等的推波助澜，一些地方提出了前所未有的产能指标。这些产能指标既未考虑其工艺特性的制约，也没有解决技术支持或跟进技术支撑。要知道，白酒产业的工业化程度其实并不高。为了借产区之“势”，赚当下之钱，一些区域独特的工艺被泛化，传统技术被弃如敝屣。而企业取得的效益，也很少用在技术创新和产品结构调整上，兼并酒厂、收购基酒、盲目上量，为产品品质和产区发展埋下了诸多隐患。

如果前述判断和推论大部分具有客观性的话，那么，中国所谓“白酒产区”已失去了现实基础。无论是贵州，还是四川，或者是江苏，迄今为止未能真正建立“白酒产区”，其更多是“软件”要素没跟上。

当前，所谓的“白酒产区”，显然缺乏必要的顶层设计和制度保障。且不说法律、行政法规，连地方法规层面至今也未见实质性动作，跨区域的政策合作举步维艰。例如，加强赤水河上游生态环境保护和建设，对保障茅台、郎酒等名优白酒的生产环境安全无疑具有重要意义。2011年10月《贵州省赤水河流域保护条例》正式施行时，却只能“一省先行三省（云贵川）齐推”。

再者，产区主导机构缺乏应有的理性和公信力。在白酒产业迎来史无前例的产能高峰时，各地出台的促进“白酒产区”建设的政策措施、规划战略、协调机构，基本上都局限在其行政地域范围内，对期间可能存在的问题也缺乏科学冷静的分析。

最后，产区内部行政割据，自然资源和政治资源未来较长时间依旧无法实现有效整合。各地纷纷以白酒为主导产业、核心产业，彼此之间必然存在竞争；国情使然，平级互不买账。“中国白酒金三角”川黔两地至今不能合作或整合，原因大抵在此。而且，如此行政壁垒短期内难以突破。

综上所述，中国白酒产区时代的到来尚需时日。而且，重蹈当年中国葡萄酒大规模打造产区“走麦城文章来源华夏酒报”的覆辙，也未可知。

（来源：中国酒业新闻网，2月24日）

李途纯：放弃国家赔偿 将用余生回报社会

临近2012年全国两会，被羁押15个月后，太子奶公司创始人李途纯被无罪释放，曾身陷囹圄，最终被还以清白的中国企业家，李途纯可谓是第一人。

作为中国知名企业家，中国乳酸菌行业标准的制定者，李途纯带领太子奶从无到有，走向行业辉煌。然而，在经历2008年之后的金融危机、企业欠债、政府接管、身陷囹圄一系列事件后，他与他所创立的太子奶公司也自此陷入万劫不复的境地。

2008年初，太子奶遭遇金融危机的打击，外资银行开始提前逼债，于是太子奶公司不得以向株洲市政府请求政府贷款和支持，2009年初株洲市政府组建高科奶业对太子奶进行托管，而原高科奶业董事长便是文迪波。然而，李途纯发现这家以政府注入1个亿资金的公司却存在着极大风险：李途纯发现高科奶业董事长文迪波个人已转走2000多万元，1个亿的资金中有5000多万元未用到生产销售中去。李途纯方曾5次书面向株洲市相关官员提出风险提示，并希望将太子奶重新交由创业团队管理，否则太子奶将会被搞垮。但最终均不了了之。

自感太子奶被高科强占，拯救无望的情况下，2010年3月太子奶创业团队北上创立仙山奶业，李途纯作为总顾问也随之北上。然而，这次举措却触发了株洲当地利益者的敏感神经。

在政府工作组进驻太子奶近两年没有提出李途纯团队和个人是否涉嫌犯罪的情况下，2010年6月末，李途纯、太子奶党委书记韩月平、数位律师、几十位熟晓高科内情的知情人全部被捕。

“我与死刑犯被关押在一起，时刻受到生命威胁，在刑讯逼供中五次当场晕倒，被狱医、狱友多次抢救，后来专案组也感到事态严重，两位参加刑讯逼供的办案人员调换。”李途纯透露。

到了2010年8月，翟玉华在全面了解了太子奶的案情后，决定要尽全力帮李途纯一把。“我看了所有的材料，很明显李途纯被批捕是个冤案，我不相信在推行法治湖南的进程中还能让清白之人蒙受不白之冤。”

值得一提的是，此前翟玉华并不认识李途纯，更没有任何交情可言。获得李途纯的信任，除了源于翟玉华是湖南最知名的律师之一，还因为他曾在省级司法部门担任检察长，有较广的司法沟通渠道。

期间也有人试图劝服李途纯。“只要不告文迪波，不告有关官员，你马上就可获得自由。”

文迪波串通了大批力量对中央和湖南派下来调查李途纯案的工作组进行了多重阻扰，增加了案件办理的难度。

文迪波被“双规”成了李途纯案的突破点。

“文迪波作为政府官员(双规前，文担任株洲市天元区常委、株洲高新区管委会副主任)，有着向株洲市委市政府汇报的畅通通道，他还串通了大批力量对中央和湖南派下来调查李途纯案的工作组进行了多重阻扰，增加了案件办理的难度。”翟玉华表示，甚至还出现了阻扰工作组调查案卷的情况。

“文迪波首先由于在托管太子奶初期出现了经济问题，又在随后强办李途纯的过程中需要动用太多力量，致使他必须要通过完全控制或者卖掉太子奶来掩盖不清白的历史，但他先是做不好太子奶，后是控制不住局面，最终入得牢狱在所难免。”另一位湖南省政府人士表示，文迪波涉案的材料有一大摞，等到审查诉讼时，一切都将明了。

[回到目录>>](#)

李途纯：放弃国家赔偿 将用余生回报社会

尽管李途纯无罪获释，但是其一手创建的太子奶集团已经易主他人。2月13日，三元股份董秘王钤表示：“目前三元正在一步步按照法院批准的方案对公司进行重整，进展得很顺利。对于李途纯的无罪释放其表示，对此不发表任何看法。新华联方面对目前重整进程也并未作出回应。

虽然从理论上李途纯可以提起民事诉讼进行索赔，但是从法律角度上他已经不可能拿回其一手创建的企业了。

李途纯接受采访时回答摘要：

“精神好的时候我就会唱红歌，有时还带着其他嫌犯唱，精神极度不好的时候，我也坚信党中央和湖南省委领导不会让像我这样的一代企业家永远遭受不白之冤，这让我挺过了一道又一道难关。”但回顾本案，他仍不免感叹：“虽然结论很光明，但过程不堪回首。”

“我们这一代的民营企业家遭受了诸多非议，只有在完善的法制环境下和公开、公正的监督下我们才能在市场经济中发展得更好。”

“本人一直申明放弃国家赔偿，如果一定要赔也只要一块钱。我只是希望在法制的环境下，让遭受误读的一批民营企业家得到公正对待。”

包括我的几位代理律师确实多次建议我申请国家赔偿，本人一直申明放弃国家赔偿，如果一定要赔也只要一块钱。我只是希望在法制的环境下，让遭受误读的一批民营企业家得到公正对待。申请国家赔偿，目的在于恢复名誉，但我目前的主要任务仍是养好身体、恢复健康，暂时还没有启动诉讼的打算。

“我因为特殊原因离开了家人太久，让他们感受到了孤独和委屈，甚至我的亲舅舅也因此自杀。我现在所做的事情就是在养好身体的同时，多陪伴父母、爱人和儿女，做到一个儿子、丈夫、父亲应有的职责，尽力弥补他们曾遭受的伤害。

我是在党和政府的关怀下成长、创业并有所成就的，也是在党和政府的关怀下得以沉冤昭雪的，在狱中我就暗自下定决心，不管怎样，我都将用我的余生，通过力所能及的努力，回报社会、回报祖国。”

（来源：财经网，2月20日）

[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/scyjbg/ibcbbfki.shtml>

2. 2011年蜂胶黄酮市场发展深度分析报告

<http://www.chinacir.com.cn/scyjbg/ibcbbbej.shtml>

3. 2011年鱼皮花生市场发展深度分析报告

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

5. 2011年浓缩梨汁市场发展深度分析报告

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



首创北环国际中心