



食品饮料行业双周刊

2012年03月（下） 总第12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

春季养身——“6个最合适”吃出健康

二、热点追踪

从“茅台事件”看中国高端品牌成长困境

雅培深陷“质量门”，谁来告诉消费者真相

百事高调成立“百事淘宝” 在华业务打出“迷踪拳”

三、国内动态

水井坊“外嫁”冷暖自知

王老吉4月推新品 进军幼儿凉茶市场

国内众多水企云集北京 国内顶级水峰会开幕

四、国际视野

麦当劳新任CEO将上任 曾成功推出多款饮品

百事可乐对肥胖员工罚款

欧盟修改含铝食品添加剂使用条件和标准

五、调研与数据

全球供应趋紧 豆类涨势难改

玉米价创新高、大葱涨八成 农产品价格再现“躁动”

六、双周声音

郎咸平：M型酒水消费市场正在形成

丁琪：在食品问题上“打醉拳”就是草菅人命

目录 Contents

附：关于我们

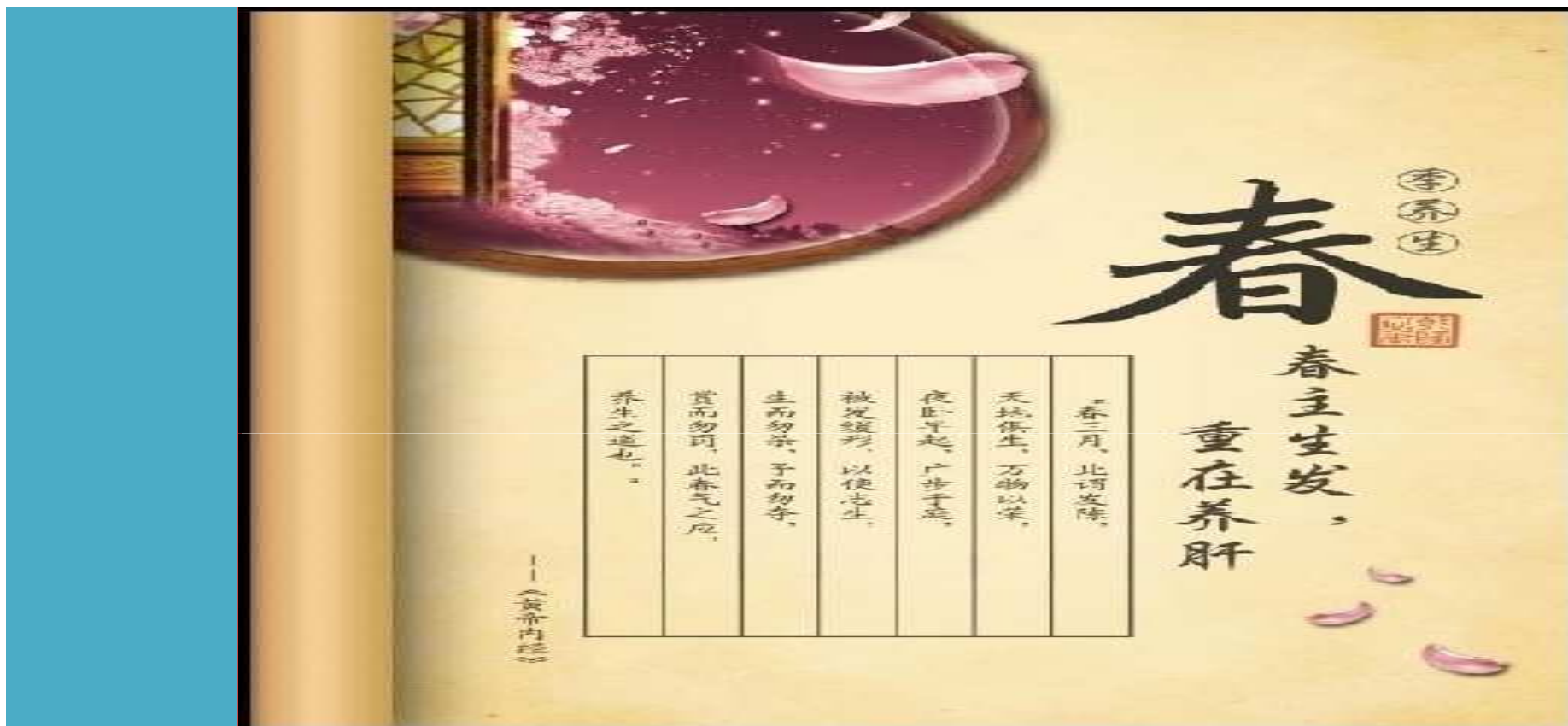
1. 关于北京华经纵横咨询有限公司
2. 华经纵横关于信息行业的研究成果推介

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】

春季养身——“6个最合适”吃出健康

春季养生——“六个最合适”吃出健康

中医讲春天是肝气最足、肝火最旺的时候，也是陈旧疾病最容易复发的的时候。因为春天的开始给我们的身体注入了阳气，人的机体有一个本能，就是一旦有了动力，它就会冲击我们的病灶，并将病邪赶出体外，而这种力量就从借助帮助我们解毒排毒的肝脏来表现的。因此，春季养生尤为重要，那么吃什么才能达到健康的效果呢？

一、最适合的补品：大枣蜂蜜最养肝

春天是肝气最足、肝火最旺的时候，在饮食上要多选择护肝健脾的食物，大枣、蜂蜜、山药、莲子、芡实不仅可以帮助护肝健脾胃，还可以帮助滋补、增加气血、预防春困。每天做一点粥来食用效果更佳。

二、最适合的口味：省酸增甘

酸性食物入肝，甜性食物入脾，多食酸可引起胃酸分泌障碍，影响消化吸收。正所谓初春阳气初发，辛甘之品可助春阳，为了预防肝旺伤脾，应少食酸涩，多选择辛甘的食物，例如葱、生姜、枣、花生、小麦粉、荞麦、玉米等谷物果。阴虚内热之人，可选择鸭肉、海带、绿豆、甘蔗汁、荸荠、百合等，以消火。

三、最适合的青菜：小白菜、油麦菜

“春困秋乏”，春季一定要减少脂肪的摄入，可适当增加蛋白质的食物，如蛋类、牛奶、鱼类、豆制品，鸡鸭肉等，以增强免疫力；多增加绿叶蔬菜，以补充矿物质和维生素及各种抗氧化物质，蔬菜中丰富的营养物质也可预防春困，及有效地帮助我们达到瘦身的目的。

在蔬菜的选择上，以深绿色蔬菜为主，叶菜为佳，其营养价值较高，同时热量极低。同时选择一些略有苦味的蔬菜可以帮助祛火解毒，比如一些常见的：小白菜、油麦菜、油菜、芥兰、苋菜、等。

四、最适合的水果：草莓

苹果、橘子等已经经历了漫长的冬天，基本都不太新鲜了，而草莓这个时候刚好大批的上市，另外草莓中含有较高的维生素C，铁含量也是水果中最高的，而维生素C和铁结合刚好就是最好的养颜益肤的绝好搭配。另外草莓属浆果类，这类水果对延缓大脑衰老，增强记忆力是最强最有效的。在每天的上午和下午吃上几颗多汁可口的草莓可以顿感精神，赶走春困。

五、最适合的零食：坚果

坚果含丰富的抗氧化成分和益脑成分，每天适量的补充可以有效地改善春天没有精神、记忆力下降、容易困倦等问题，有效的抗氧化成分还可以让女性皮肤更加滋润、光泽、有弹性。需要注意的是坚果一天的总量不超过30克就好，即杏仁、榛子10颗左右，或葵花籽一小把，或核桃仁6颗左右，尤其是白领和学生一族。

六、最适合的饮料：红茶、绿茶

适时适量的补充水分可以说是全身都受益，其中清晨的第一杯水特别重要，在起床后空腹喝一杯温开水，补充一晚上缺失的水分，还可以起到润肺养肤、加快肠蠕动促进排便的功效。另外很多人喜欢喝茶，由于在北方春季有别于南方，初春时节建议选择红茶或者是乌龙茶，晚春后可以逐渐换做绿茶。



[回到目录 >>](#)

國酒茅台系列

GUOJIU
MAOTAI



【热点追踪】

1. 从“茅台事件”看中国高端品牌成长困境
2. 雅培深陷“质量门”，谁来告诉消费者真相
3. 百事高调成立“百事淘宝”，在华业务打出“迷踪拳”

从“茅台事件”看中国高端品牌成长困境

三十年，中国制造横行天下，但是中国品牌却依然是待哺雄鹰，成长压力巨大。当然随着改革开放进程的加快，在与世界知名品牌的竞争和学习中，一些优秀的中国企业不断深化自身品牌建设，迈出进军高端的步伐。最典型的就是以茅台和五粮液为首的中国白酒，凭借着悠久的历史、高超的工艺和世界独一无二的品质，誓与洋酒一比高下。但其行为首先引起的不是竞争对手的进攻，反而是国内的围剿，陷入抑制三公消费和反腐的泥潭，进军高端遥遥无期。我们会反问：国人对外国高端品牌消费是趋之若鹜，为什么对本土高端品牌却难以接受呢？

不患寡而患不均

广义概念下，高端品牌比奢侈品牌的范围要广，奢侈品牌是高端中的高端。常规可以这样理解，二八原则下，只有不到二成的市场，却创造八成的价值，这才是真正的高端品牌。定位高端，也就意味着只会满足少数人市场，大多数消费者只能“望牌兴叹”、“望价兴叹”。原本这是很自然的市场竞争规律，但面对中国市场，却与国人心中“不患寡而患不均”的思想产生激烈对抗。在评论茅台涨价时就有一个消费者举例，过去的茅台几块钱一瓶，家里堆几箱慢慢喝，可现在有钱了还不一定能买到，心里失去了平衡，三公消费再来插上一脚，矛盾自然就激化了。



腐败只是偶然，不信任才是必然

腐败在世界各国都高居厌恶排行榜首位。茅台的不幸就在于他的消费“腐败”与吏治“腐败”被大众叠加在一起理解，最终迎来一片声讨和叫骂。但这一切只是表象，即使不是茅台，不是政府指定和三公消费的，一个与吏治腐败毫无关系的其他所谓高端品牌出现，现阶段收获的也只是骂声，因为消费者的不信任。试想想，在一个连品质都不敢承诺的国家，何来品味之说？脱离品质谈品味，到头就是一场空。

进军高端，路漫漫其修远兮

当牛津大学以914年的品牌历史名列世界品牌500强首位时，人们除了惊叹，更多的是对牛津大学千年价值积累的认可。没错，品牌需要积累，尤其是工业革命迟到100年的中国。江诗丹顿，专注手表手工制作250年，拉菲红酒也有650年的历史，回顾历史不是比谁的数字大，更多的是文化底蕴的较量。江诗丹顿是瑞士制表的象征，而拉菲则是西欧贵族品味的代表。这才是高端品牌竞争的核心要素所在，也是茅台宁愿头破血流也要站稳三公消费的目的所在，他需要的不是政府财政的金库，而是中国政府背后的中国传统文化、以国之力角逐世界品牌，只有这样，处于竞争劣势方的中国品牌才有打赢经济战争的希望。

（资料来源：博锐管理在线 3月21日）

[回到目录>>](#)

雅培深陷“质量门” 谁来告诉消费者真相

据报道，近来，雅培奶粉被CER(一家香港调查公司)发布的调查报告指控“质量差”，存在诸多安全问题；同时被指控的共有6个品牌的“洋奶粉”。不过，发布报告的调查公司被广泛质疑，雅培公司“严重质疑该报告的科学与客观性”，宣称报告中提及的3位中国专家表示，他们从未对报告发表任何观点。

客观而论，这家调查公司的动机和结论，确实存在诸多疑点。比如有网友发现，这家公司于2011年成立以后唯一做的事，就是“研究雅培”。又如，其英文版调查报告中引用了3名中国专家和3名外国专家的说法，但是到了中文版调查报告，就只剩下外国专家的说法。

然而，现在双方各执一词，陷入迷茫的却是消费者。如果又一家奶粉品牌陷入“质量门”，不但会让广大消费者无所适从，少了选择，也会进一步抬高其他“暂时安全”的奶粉品牌的价格。

谁来告诉消费者真相？一是雅培公司必要时不妨主动邀请质量监督部门及第三方检测机构介入。二是不管雅培方面有没有主动邀请，监管部门也应及时调查。无论是企业出于自身形象和社会责任的考虑，还是监管部门出于自身职能和责任考虑，都不应该让消费者继续纠结下去。

(资料来源：新民晚报 3月26日)



百事高调成立“百事淘宝” 在华业务打出“迷踪拳”福



去年年末将24家装瓶厂股权出让给康师傅后，百事可乐近日高调宣布，与国内B2C电商Tmall（天猫）合作创立的“百事淘宝”正式上线。

但让人疑惑的是：除了百事的广告和有奖兑换等市场活动介绍，整个百事淘宝平台基本上不开展与百事品牌相关的产品销售，看上去更像是一个集各类品牌商品与服务为一体的电子商务平台。

最令业界疑惑的，或许还是百事未来究竟想做什么。去年年末，百事将中国24家装瓶厂的全部股权出让给康师傅。交易获批后，康师傅将与百事现有的在华装瓶厂合作，负责生产、销售和分销百事的碳酸饮料和佳得乐品牌产品，百事将继续拥有品牌和负责市场推广活动。此次百事淘宝的推出，更加大了外界对百事在华业务去向的疑惑。

（资料来源：每日经济新闻 3月27日）





【国内动态】

1. 水井坊“外嫁”冷暖自知
2. 王老吉4月推新品 进军幼儿凉茶市场
3. 国内众多水企云集北京 国内顶级水峰会开幕

水井坊“外嫁”冷暖自知

“外资并购中国白酒第一案”上周终于跨过关键门槛。经过两年的“苦恋”，全球最大的洋酒集团帝亚吉欧对水井坊的要约收购已获得中国证监会批准。

从民族情感上来看，不少国内消费者对于象征着中国文化的白酒本土品牌被外资收购存在抵触心理。不过，从企业前途和产业发展来看，这未见得就是一件坏事。

良禽择木而栖。水井坊品牌成立10余年，虽然在高端白酒市场也有一定影响力，但似乎无论怎样努力，也无法超越茅台、五粮液的行业领袖地位。与其一直挣扎着跟随，不如另辟蹊径。帝亚吉欧在收购报告书中承诺，未来将凭借其在全球烈酒行业丰富的运营经验，为水井坊提供更多支持并拓展国际市场。即使誓言不可靠，但数字总不会骗人。2010年，帝亚吉欧通过水井坊大股东全兴集团间接控制水井坊。当年，水井坊的净利润同比下滑26.57%。不过，合作后的2011年前三季度，水井坊净利增幅达到82%，出口量占总销量的10%以上。

站在全行业的角度看，“被外资”的水井坊也可算是中国白酒业国际化的探路者。无论是茅台还是五粮液，国内再抢手一出了国门便都泄了气。独自闯荡海外的江湖，让不知白酒为何物的外国人为白酒买单何其难。既然如此，不妨让财力雄厚的帝亚吉欧先去铺路。成了，水井坊便是行业先锋；不成，大不了变成先驱。

也有人担心，水井坊的“外嫁”会产生蝴蝶效应，以后中国白酒品牌会变成“源于中国”的洋货。其实，大可不必为此焦虑，至少没到需要焦虑的时候。因为现阶段，能被外资相中的白酒品牌并不多，够格的如茅台、五粮液，中国政府先不答应，而其他白酒品牌，如果能够借外资之力“树上开花”，上一个档次，又何乐而不为呢？

对于企业而言，干得好和嫁得好都是通向罗马的不同道路而已，每一个品牌都有这样自由的选择权。《基督山伯爵》里说道：“一个人快不快乐，只有自己和周围的墙壁知道。”品牌亦如此。如人饮水，冷暖自知。

（来源：北京商报 03月27日）



[回到目录>>](#)

王老吉4月推新品 进军幼儿凉茶市场

在成人凉茶市场业绩不俗的王老吉药业，如今期待在儿童市场斩获更多收益。网易财经今日获悉，王老吉将在4月新推出一款专门针对幼儿的颗粒凉茶产品，以奶粉伴侣的定位，主打母婴用品店等渠道。

据王老吉药业有关负责人介绍，将在4月14日上市的清清乐，是一款针对幼儿的颗粒凉茶。因为很多小孩吃奶粉容易上火，所以新产品定位为奶粉伴侣，主要的销售渠道将是母婴用品店。

此外，王老吉药业近来在儿童市场的开拓力度在不断加大。在今年5月，该公司还将推出一款儿童型保济口服液，将借目前已经很成熟的小儿七星茶的渠道进行销售。公司负责人表示，保济系列今年可望达到1.6亿元的销售额。

另据了解，此前王老吉药业销量最大的药品——小儿七星茶去年销量已突破2.2亿元，其中仅广东广西地区的销售额就达1.8亿元；而今年的销售目标可望达到2.5亿，两广以外的地区销售额预计将达到5000万元左右。该产品也有望在明年进军美国市场。



(来源：网易财经 03月27日)

[回到目录>>](#)

国内众多水企云集北京 国内顶级水峰会开幕



2012中国·国际包装饮用水峰会（CGPW2012）于3月22日-23日在北京渔阳饭店举行。本次峰会由中国饮料工业协会、欧洲瓶装水协会联合主办，世界自然基金会支持。这是继深圳CGPW2008、青岛CGPW2010成功举办后的第三届包装饮用水行业盛会。可口可乐、康师傅、昆仑山、5100、雀巢、农夫山泉、华润怡宝、景田、蓝剑等国内主要的包装饮用水企业近300人出席，峰会同时还吸引了国内外相关院校和科研机构的关注与参与。

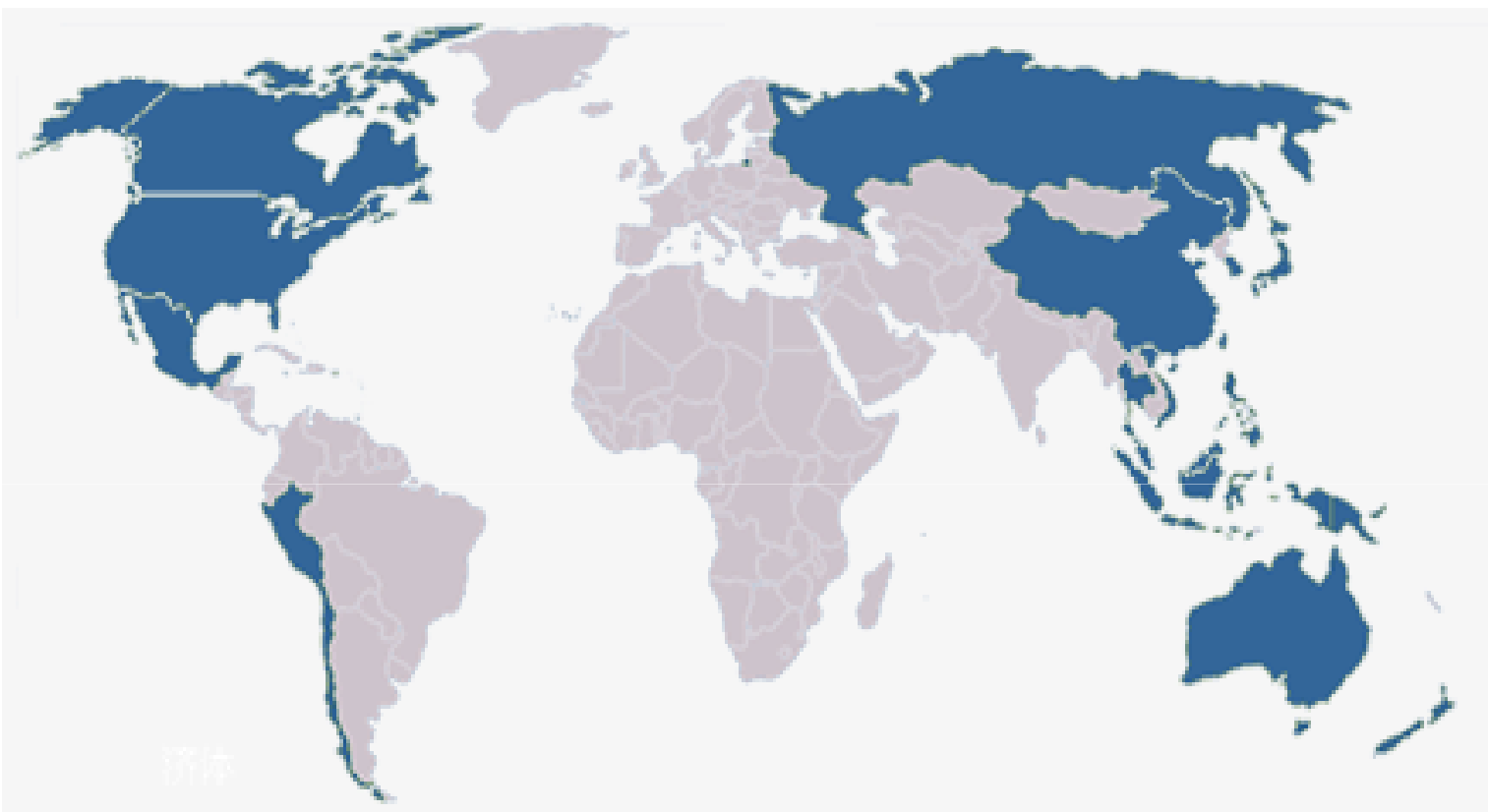
此次峰会除关注“健康饮水”主题之外，还关注和倡导行业“节约用水、低碳节能”，在延续深圳CGPW2008和青岛CGPW2010成功经验的基础上，本次峰会探讨了包装饮用水行业国内外发展趋势及面临的挑战，并对国内的相关政策进行解读。此外，峰会上，还就食品安全、标准法规、行业自律、促进消费等方面研讨与分享。

作为包装饮用水行业两年一次的盛会，六年三次会议，通过营造快乐、和谐、轻松的氛围，不断分享先进的经验与技术，加强企业间的沟通与交流，促进行业内良性竞争，CGPW已成为中国包装饮用水行业的第一交流平台。

（来源：慧聪食品工业网 03月23日）



[回到目录>>](#)



【国际视野】

四

1. 麦当劳新任CEO将上任 曾成功推出多款饮品
2. 百事可乐对肥胖员工罚款
3. 欧盟修改含铝食品添加剂使用条件和标准

麦当劳新任CEO将上任 曾成功推出多款饮品



近日，在卡通人物形象**麦当劳**大叔退休事件余波未平之时，麦当劳公司宣布，现任CEO吉姆·斯金纳将于今年6月30日退休，其职位将由公司总裁及首席营运长汤普森接替。那么，即将退休的斯金纳任职期间如何推动了麦当劳的发展？新任CEO汤普森又将面临怎样的挑战？

斯金纳现年67岁已经在麦当劳工作了41年了，他是在2004年被任命为麦当劳CEO的，外界对于斯金纳工作风格的评价是4个字严谨务实，斯金纳对麦当劳最大的贡献就是他曾经为麦当劳成功策划了一个营运方针叫做致胜计划，而这个计划使得麦当劳收复失地，重新实现利润的增长，甚至还挺过了经济危机。

致胜计划是从2003年起实行，主要内容是翻新麦当劳在全球的连锁店，把经营重点重新集中于顾客，实行更具纪律性的操作运营以及推出更加廉价的套餐。在致胜计划推行期间，麦当劳不断被健康宣传人士所批评，也有很多人认为麦当劳为首的快餐是导致肥胖症比例上升的罪魁祸首。

另外值得一提的是，和以往的快餐菜单都是汉堡和薯条相比，斯金纳打破将**饮料**和甜品加进汉堡和薯条的菜单，使得麦当劳可以和**星巴克**之类高价格的咖啡、甜品连锁巨头PK从而抢夺市场资源。麦当劳董事长安迪·麦克纳在三天前发表的一份声明中给予了斯金纳非常高的评价，在声明中说斯金纳任期间股东总回报率达到21%，并且麦当劳市值在历史上首次超过了一千亿美元。

按照斯金纳的退休时间表，再过三个多月汤普森就要上任了，他将面临怎样的挑战呢？这次麦当劳的新帅汤普森他是一位非洲裔，而他也将成为麦当劳公司成立以来第一名非洲裔的CEO，汤普森担任过麦当劳首席运营官和美国业务总裁已经在麦当劳工作22个年头了，有分析指出关于汤普森未来面临的最大挑战是如何像前任斯金纳那样能够成功为公司运营注入活力，不过有分析说，汤普森已经领导美国市场四年，成功推出了多款**饮品**应该能够胜任CEO一职。

（来源：中国广播网 03月26日）

[回到目录>>](#)

百事可乐对肥胖员工罚款

百事可乐花了1700万美元反对向碳酸饮料征税，却对肥胖员工处以罚款。

四年前，百事可乐向员工推出了一项健康计划，如果员工吸烟或患有与肥胖相关的疾病，如糖尿病和高血压，就得每个月交50美元的罚款。如果员工不想被罚，就得参加课程学习如何戒烟或减肥。去年年初，百事可乐在纽约的大概400名装瓶工人和卡车司机表示反对。

而面对自己的产品被征收所谓的“罪孽税”时，百事可乐却反对了。2009年，美国国会需要为医疗改革筹集资金，于是决定向碳酸饮料征税。美国疾病控制与预防中心的数据表明，35%以上的美国成年人和17%的青年人体重超标；2008年，美国人处理肥胖问题（治疗糖尿病和因肥胖失业）的花费达1470亿美元。后来30个州准备进行立法开征碳酸饮料税，理由是保护居民健康，同时增加财政收入。

据公共利益科学中心数据，百事可乐在2009-2011年共花了1700万美元游说议员反对这项税收，而自2009年以来，百事可乐、可口可乐和美国饮料协会一共花费的游说金额高达7000万美元。目前，在美国还没有哪个州立法通过了这项税收。

百事可乐发言人德斯高说：“大家都明白，肥胖不是一种产品造成的，而是多种因素造成的。”并称50美元的罚款不是一种罪孽税，“哪个公司不希望自己的员工是健康、积极向上的呢？”

(资料来源：潇湘晨报 03月21日)



欧盟修改含铝食品添加剂使用条件和标准

近日，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）。为保证欧盟消费者铝允许周摄入量达到正常水平，建议将铝允许周摄入量（EFSA）降低到1mg/公斤体重/周。

欧洲食品安全局（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。一般的食品添加剂不具有营养价值，作用仅在于保持营养成分不变，增强食品感官性状等。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。若摄入过多，铝元素便会在脑中逐渐积累，杀死神经原，使人的记忆力慢慢丧失。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。

为此，检验检疫部门提醒各出口欧盟食品企业，应密切关注国际食品标准，在保证食品外观、口感不变的同时选择对人体无害的食品添加剂；积极与检验检疫部门配合，严格做好出口食品检测工作；试着改变食品出口方向，积极开拓新兴市场。

（来源：中国国门时报 3月27日）





【调研与数据】

五

1. 全球供应趋紧 豆类涨势难改
2. 玉米价创新高、大葱涨八成 农产品价格再现“躁动”

全球供应趋紧 豆类涨势难改

3月份以来，国内豆类期价跟随外盘震荡上涨。南美大豆大幅减产担忧以及预测美豆面积将连续下降等利多因素，吸引投机基金大举做多。同时，近期美国经济数据利多、希腊债务暂时缓解欧债危机亦提振市场乐观信心。CBOT豆价连续大涨刺激国内豆类期价震荡区间不断上移，而国内两会政府工作报告称，将提高小麦稻谷最低收购价及延续相关惠农政策等进一步提供整体农产品政策利多支持。在基本面、宏观面和政策面利多共同提振下，豆类市场震荡走强。上周国内外豆类各品种期货价格均创下去年9月份以来新高，重新回归至去年破位下挫行情之前的震荡区间。

不过，本周随着美豆期价冲高后回挫，国内市场亦跟盘出现调整。短期看，南美大豆大幅减产的利多因素在CBOT豆价连续大涨过程中已基本得以消化，而北美种植面积和天气炒作尚未全面展开，同时在上月代表团大规模采购后，中国采购需求也未有新利多出现，近期美国大豆出口销售开始放缓。短期内，市场基本面进入真空期，而随着4月份南美新季收割大豆集中上市，美豆出口进度将季节性下降。因此，短期美豆基本面难有实质新利多因素的进一步提振。而自1月末以来CBOT大豆主力合约涨幅高达15%，技术超买后也存在短期调整要求。另外，需要注意的是，CBOT新作大豆玉米合约比价由去年11月初的低点1.8连续反弹，目前已达2.3以上，处于均值范围内。随着大豆玉米比价回归均值，比价支撑作用逐渐减弱。比价回归将促使农民重新进行种植决策，今年美国大豆种植面积降幅可能低于此前市场预期水平。



但整体看，在南美大幅减产导致全球大豆供应趋紧及未来北美种植面积和天气炒作高峰期即将来临前提下，国内外豆类市场中长期走势仍将保持震荡偏强。美国农业部已连续三个月大幅下调南美大豆产量，本月预测全球11/12年度大豆产量将降至2.451亿吨，创下三年低点，年比降幅达1920万吨，降幅超7%，创历史最高水平。同时预测全球大豆年终库存将减少至5730万吨，也创下三年低点，年比降幅达约1150万吨。而今年中国和美国大豆面积年比将继续下降也已成为不争事实。因此，全球大豆供应趋紧格局将继续对国内外大豆价格提供较强基本面支持，短期调整难以改变中长期上涨趋势。而国内方面，进入4月份后饲料需求将恢复性增长及“五一”小长假来临前备货需求，也将开始提供国内基本面支持。

豆类市场后期基本面关注焦点为3月30日公布的美国农业部种植意向报告结果，届时将公布首次基于田间调查基础之上的美国农民种植意向结果。同时，继续关注中国国内饲料需求、大豆采购动态等。预计月末报告前国内外豆类市场将高位震荡整理，之后北美天气炒作正式拉开帷幕。南美大幅减产后，北美天气如再出现任何不利情况，则全球大豆市场供应将进一步趋紧。因此，基本面上看豆类市场后期易涨难跌，短期调整尚难改变中长期上涨趋势。



(来源：上海证券报 03月23日)

[回到目录>>](#)

玉米价创新高、大葱涨八成 农产品价格再现“躁动”

农产品价格再度躁动，大宗农产品玉米的价格近期创新高，大葱则成为继大蒜、生姜之后又一个出现“暴涨”行情的农产品。

据布瑞克环球(北京)农业咨询公司提供的数据，春节过后我国玉米现货价格持续上涨，进入3月份上涨速度加快。3月份至今，东北地区玉米价格上涨100至120元/吨，华北上涨60至80元/吨，广东上涨70至80元/吨。3月19日，辽宁中部地区饲料企业烘干玉米收购价格为2320至2340元/吨，已经突破去年高点10至30元/吨。

“加工企业在春节后开始备货，近期东北地区甚至出现‘抢粮’，企业不断上调收购价格以争夺粮源。”布瑞克咨询公司分析师林国发告诉记者，玉米价格上涨主要是因为近两年玉米深加工新增产能和饲料需求快速增长，像果脯糖浆一个子行业在2010至2012年新增产能达到200多万吨。另外，我国种地成本持续增加，每年种地成本增速在8%至15%之间，特别人工和物质成本大幅增加，也推高了我国玉米的内在价值。

据东方艾格农业咨询公司的最新分析，南美玉米旱灾减产的预期及市场传出中国签订500多万吨南美玉米的协议，共同导致芝加哥期货交易所(CBOT)玉米价格和燃料乙醇价格上涨，实质是国际市场在炒作中国需求。

林国发预计，市场看涨意愿强烈，加上下游需求有支持，短期内我国玉米仍有上涨要求。

近期价格大幅上涨的还有大葱，这种消费量不大的农产品一下子和“高价”联系起来，有媒体称少数经销商隐现囤积炒作的迹象。

据新华社全国农副产品和农资价格行情系统监测，与往年走势不同的是，2月中旬以来，全国大葱价格持续上涨。3月18日，全国大葱价格同比涨幅则达到80%。除了大葱以外，其他蔬菜品种价格也居高不下，大白菜、芹菜、西红柿、茄子、白萝卜、圆白菜等价格已经达到甚至高于春节期间的价格水平。

新华社经济分析师谭谟晓认为，随着天气转暖和种植面积扩大，大葱高涨行情难以持续，有望出现回落。但须警惕的是，一些菜农可能因大葱价格上涨盲目扩大种植规模，导致未来大葱大量集中上市出现“卖难”情况。

(来源：经济参考报 3月20日)



[回到目录>>](#)



【双周声音】

六

1. 郎咸平：M型酒水消费市场正在形成
2. 丁琪：在食品问题上“打醉拳”就是草菅人命

郎咸平：M型酒水消费市场正在形成



3月21日，著名经济学家郎咸平参加“2012华夏论坛”时提出，中国将进入前所未有的M型消费时代，也就是高档和低档的产品将成为消费主流，而中档产品将持续萎缩。

近期，郎咸平在北京的一些超市里做调查时发现，价格在50元至200元之间的酒水有80%在做打折促销，甚至买一送一，而200元以上及50元以下的酒水却多半没有打折的想法。他认为，包括白酒行业在内，中国将进入前所未有的M型消费时代，也就是高档和低档的产品将成为消费主流，而中档产品将持续萎缩。

郎咸平认为，财富减少和通货膨胀会导致消费者的购买力下跌，于是80%的消费者希望减少消费，中档产品会随之萎缩。由于老百姓更贫穷了，于是低档产品又开始火爆，比如20元以下的化妆品、50元以下的白酒等。而政府对通胀的打压，必然会导致民企危机，进而打击这10%左右人群的投资热情，于是他们会增加高档消费，比如高档汽车、奢侈品、古董、高档白酒等，“为什么泸州老窖敢推出33万元一瓶的定制酒？因为这10%的人群什么都敢买。”

“但是真正购买的主体是谁？就是这80%更贫穷的老百姓。”在多个行业进入萧条时代时，文章来源中国酒业新闻网白酒行业的爆炸式增长让郎咸平感到“极度担忧”，“只要你看到了泡沫，一定是个更大危机的前兆。”

(资料来源：中国酒业新闻网 3月23日)

丁琪：在食品问题上“打醉拳”就是草菅人命

发生在食品领域的各种安全问题，最为引发群众热议，也最让广大消费者揪心。当老百姓吃饭如食毒，人们在关注健康问题的同时更加关心如何保命。

由瘦肉精、三聚氰胺、苏丹红、染色馒头、塑化剂等搭建起来的食品安全问题，我们更应该将此看做是社会之殇传染了公众的健康。在人们对种种危及生命的食品问题避之而无不及的时候，“雅培质量门”事件，更加迷乱了消费者敏感的神经。

3月22日，雅培被调研机构CER Research曝出，送检的港版雅培奶粉质量无论按国际标准还是中国标准，均未达到最低标准，称雅培为“最差奶粉”。时隔3日，与初时众人的焦点都集中在雅培身上不同，人们将视线转移到发布机构香港CER Research公司身上。因为雅培方面对CER Research发布报告的目的性和权威性提出质疑。更甚者，就连报告中出现过的六位专家也一致“反击”。雅培方面不仅通过律师事务所向CER发出律师函，要求公开道歉，更要求CER承认该报告内容虚假。

这一幕“神仙打架，百姓遭殃”的闹剧背后，是对消费者敏感神经的迷乱。这种迷乱，一方面来自于有关食品安全方面的报告到底应由谁说了算？所遵照的各项检测标准是什么？一方面，一旦围绕某一食品安全问题引发了公众质疑，“正反双方”定要几个回合的交锋，公说公理婆说婆理，这一番“醉拳”可谓是“乱花渐欲迷人眼”。



雅培事件的演变过程充满了戏剧性。造成如此跌宕起伏“故事情节”的，无非是其中一方说了假话，而假话的动机，是出于不正当竞争也好、“推手”助力也罢，挑战的是正常的商业规则和市场秩序，受伤的是老百姓。事件以诋毁、作梗、添乱为手段，这种诋毁、作梗和添乱，无论“作俑者”是有意还是无意，受伤的，依然是老百姓。因为事件本身所触及的道德、公信和安全层面的问题，让人忧伤；因为一个无德的社会和无良的环境所培养的民众关系是猜忌和设防的。各种部门与部门之间、行业与行业之间、权威与权威之间的撕扯和对骂，都是对这种无德和无良的放大。不要奢望一个揶揄的社会能培养出明理的公众，一群揶揄的公众更不能构成一个明朗的社会。正反两相立，便为恶性循环的怪圈。

CER曾指雅培为“最差”，雅培也指CER报告有“倾向性”；CER报告曾以专家的名义说事，专家又“倒戈”斥其恶意利用……其间孰是孰非，“手无寸铁”的老百姓自然是一头雾水。相信CER和雅培的这场“口水战”，终归会在强大的舆论监督和有力的社会监督力量下为无辜者验明正身。别再拿老百姓吃喝的问题开玩笑了，“民以食为天”，伤不起的百姓毕竟都要在这个社会中生存。

(资料来源：齐鲁网 3月27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/ibcbbgej.shtml>

3. 2011年鱼皮花生市场发展深度分析报告

<http://www.chinacir.com.cn/scyjbg/ibcbbhbg.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