

行业低迷持续 鹭巢升起朝阳

银鹭雀巢合资新型工业园投产,中西部市场或成行业新增长点

■ 本报记者 闻笛 肖一鹏

受国家 GDP 下行、国际宏观经济环境低迷、个性化产品缺乏等综合因素的累积影响,2013 年中国饮料产量增长率逐渐下滑,由 20%以上的两位数增长一路下跌至 10%左右接近个位数增长,陡然结束了高速增长。

据不完全统计,2013 年一季度食品饮料行业上市公司实现营业收入 891.54 亿元,同比增长 10.11%,较 2012 年同期无论是收入增速还是盈利增速均出现较大幅度下滑。有专家指出,整体而言,中国食品饮料行业一季度开局失利,而二季度受天气因素影响是传统的消费淡季,预计食品饮料行业各家公司上半年收入与净利润增长仍将维持在低位。

新厂投产，扎根中西部拉动区域发展

记者在市场上发现,虽然这个夏天可口可乐、百事可乐、康师傅等饮料巨头的多个系列产品广泛采用加量不加价的方式吸引消费者,但传统软饮料的销量仍处胶着状态。即便进入 6 月以来,饮料销售出现“井喷”,比起 5 月份增长非常明显。但由于行业竞争激烈,消费增长疲软以及产品严重同质化等因素的影响,2013 年上半年饮料行业整体市场表现仍不乐观。

国家统计局发布的国内主要工业产品产量及增长速度数据显示,2013 年 1—6 月份我国饮料制造业(包含酒、饮料、精制茶)较 2012 年同比增长 9.7%,其中 6 月份生产软饮料 1379.3 万吨,较去年 6 月同比增长 9.2%。1—6 月国内累计生产软饮料 7070.8 万吨,同比增长 13.8%。中国饮料工业协会赵亚利理事长曾在 2012 年年底指出,如果国家经济正常运转,2013 年,饮料总产量的增长率将至少能够达到 10%—12%。不仅如此,赵亚利理事长还做出 2015 年中国将成为全球最大的饮料市场的预测。可以预见,在未来几年,饮料产业依旧是“朝阳产业”,存在巨大的发展机遇。

面对当前低迷的市场环境以及未来巨大的发展潜力,作为行业主体的生产商是应该短期蛰伏还是逆势奋起?世界最大的食品饮料制造商雀巢集团和中国饮料巨头银鹭共同给出了它们的答案。

2013 年 7 月 11 日,位于安徽省滁州市滁州国家级经济技术开发区的现代化安徽银鹭食品工业园投产仪式隆重举行。该生产基地,投资总额近 21 亿元人民币,占地面积 1100 亩,建筑面积近 37 万平方米。雀巢集团首席执行官保罗·薄凯在投产仪式上将新工厂的建成称作雀巢与银鹭的合作结出的丰硕成果。同时他表

一支雪糕含有 10 种添加剂引发争议

专家称添加剂并非洪水猛兽

■ 本报记者 闻笛

近日,某网站进行的一项关于冰棍雪糕的调查显示,美登高红豆沙奶油雪糕、和路雪梦龙杏仁松露巧克力口味冰淇淋等产品,添加剂种类均有 10 余种,颠覆了消费者过去“越便宜的雪糕添加剂越多,越贵的添加剂越少”的认识。

以市场价超过 6 元的梦龙为例,除了水、巧克力等原料外,还含有单、双甘油脂肪酸酯以及槐豆胶、瓜尔胶、卡拉胶、焦糖色、食用香精等食品添加剂。那么,添加这么多种添加剂是不是有必要,而这些乳化剂、增稠剂、甜味剂、色素、香精,它们在雪糕里的作用又是怎么样的?

国家食品安全风险评估中心副研究员钟凯介绍说:“雪糕中添加剂

示,“银鹭安徽新工厂的落成既彰显了我们对中国的长期承诺,也表明了我们进一步发展本土品牌的承诺。”保罗·薄凯在接受记者采访时深有感触地表示,在世界经济整体不景气的大背景下,中国是全球经济发展的最大亮点,中国市场在雀巢全球的发展战略中的地位与日俱增。雀巢公司正加速扩张在中国的产能,以适应这一最为重要的市场。

记者获悉,此次银鹭在安徽再建新厂与其大股东雀巢公司的推动不无关系。早在 2011 年,银鹭与雀巢正式合资合作后,双方还签署了一份增资协议,双方共同增资 4 亿美元(约合 24.5 亿元),用于异地建厂。

在宏观经济不景气和市场普遍困难情况下,下重金投入实体经济的建设,银鹭人用他的实际行动,表现了对中国经济未来发展的信心。据记者了解,除了新建成的安徽生产基地以及在厦门、山东、湖北已有生产工厂,银鹭在四川还有一个正在建设中的新工厂。这也是银鹭食品事业在中西部扎根,以实体经济践行美丽中国梦的具体行动。

银鹭的工作人员向记者介绍,银鹭安徽新工厂预计年处理花生、大米、麦仁、红豆、绿豆等农副产品能力为 5 万吨,可提供 3000 多个直接就业岗位,该厂不仅进一步提升了银鹭品牌在国内的知名度与美誉度以及银鹭系列产品在全国的辐射能力,更会对当地带来可观的社会效益和经济效益,为地区实体产业发展打下坚实的基础,也为整个安徽乃至中部的食品工业树立新的标杆。

在新建成的安徽银鹭食品工业园中,记者看到一排排主体厂房通透、明亮,充分利用日常光照节能;挑高的吊顶可实现保温、隔热效果,十分环保。与生产设备配套的污水处理厂,日可处理污水 1.5 万吨,引进国际先进的生物污水处理技术,使处理后的污水排放指标达到国家一级排放标准。处理过的“中水”被充分用于绿化灌溉、厂区环卫等,达到保护水资源的效果。工作人员告诉记者,园区不仅建设有污水处理厂,还设计有庞大的热能回收再利用系统,可回收大量能源,降低冷却系统的能源耗用量,实现了资源的循环利用,减少了对环境的污染。

厂区的参观通道居高临下,透过钢化玻璃,现代化生产线尽收眼底。从意大利、德国、法国、瑞士、瑞典等国家分别引进的 PET 无菌冷灌装生产线、利乐 A3 高速无菌灌装生产线等已经开始运转。没有轰鸣的机器声,也没有密密麻麻的工人,从配料、

的作用主要是让雪糕的感观更好,色泽多样、口感柔和甜美的,添加剂种类可能会多一些。但是,只要是符合国家标准生产的产品,都是安全的。选购雪糕时只要注意选择正规厂家生产的产品,没有必要为雪糕中的添加剂担忧。另外也别吃得太多,因为雪糕中的糖和脂肪含量往往较高。”

天津科技大学食品工程与生物技术学院教授孙平说,消费者完全没有必要谈添加剂色变,从广义上来说平时吃的味精、胡椒、盐、酱油、醋等都属于食品添加剂。它们有的来自海藻的提取物,比如琼脂和卡拉胶;有的来自橘子皮和苹果榨汁后的残渣,比如果胶;有的来自植物的种子,比如阿拉伯胶、瓜尔豆胶、槐豆胶,都属于食品级的增稠剂。当然,如果使用工业明胶就是非法添加的违法行为了。



研磨、灌装到套标、装箱、入库,整个工艺流程都在同一个厂房内一气呵成。身临规模如此巨大的集自动化、精细化、集约化和标准化生产为一体的工厂,每一个参观者都能感受到企业对其产品的严格要求以及对消费者的真诚。

银鹭食品集团总裁陈清渊表示:“今天新工厂的落成是银鹭继续发展品牌和生产能力的一个非常重要的里程碑。自 2011 年携手雀巢合资以来,雀巢公司的成功经验为银鹭的持续增长提供了强有力的支持。我们将共同继续追求,不断赢得消费者信赖和喜爱。”

强强联手，提升食品饮料业发展水平

面对中国人均饮料消费量远远低于欧美日合的市场潜力,银鹭并没有急于求成,而是在发展中逐渐实现着两个转变,产量快速增长型向销售收入增长型的转变,配方型创新向研发型创新的转变。据记者了解,雀巢正在紧锣密鼓地建设其在中国的第三个研发中心,该研发中心就设在厦门银鹭高科技园区内,主要用于即饮型饮料和粥类研发。雀巢除了在银鹭的核心产品和业务上实现创新力,为丰富银鹭产品线,也推动了银鹭品牌、口味、包装、营销等方面的不断创新,进一步提高了银鹭整个产业的可持续发展能力。

双方合作在厦门投建的年产 60 万吨饮料新厂,总投资 15 亿元,预计 2014 年底可投产。新厂建成达产后,厦门银鹭食品生产基地年产能将突破 200 万吨,成为全国乃至全球首屈一指、具备领先国际装备水平的单一饮料、食品工厂,成为中国食品饮料工业实体经济发展的重点增长亮点。

在谈到公众最关心的食品安全问题时,陈清渊表示,“我相信在今后很长的一段时间内,国人的身心健康

将会摆到一个更重要的位置,所以我们认为,银鹭是迎来了更好的机会和挑战。正如雀巢集团 CEO 保罗·薄凯所说,食品安全的重要性被提得越高,对我们越有利,因为两家的价值观是共同的。”陈清渊表示,银鹭始终坚持,食品安全问题需要预防为主、预警在前,只有增强整个企业的食品安全建设,才能提升企业的品牌认知。

作为一家拥有 140 多年历史的大型跨国公司,雀巢品牌和雀巢产品能够享誉世界,长盛不衰,最核心的一个因素就是从建立之初就非常重视产品质量,产品质量在雀巢发展壮大的过程中始终排在首位,从未动摇过。

为此,雀巢建立了“雀巢质量管理体系”。这一体系是对应 ISO9000 和 ISO20002 等国际标准,针对食品行业特点而制定的企业内部质量管理体系,所有的雀巢工厂都要遵循。此外,还通过第三方评审确保管理体系的有效运行。食品安全方面,则有“雀巢食品安全管理体系”,通过对厂房设计、良好生产规范、生产设备、工作人员卫生操作、原料进货控制、销售环节管控等方面的管控,保证产品的绝对安全。

合资以来,雀巢也逐渐把其成熟的世界一流的食品安全管理控制和检验检测预警体系,全面导入合资后的银鹭公司,通过派驻管理、研发人才、开展培训等多管齐下,进一步提高银鹭的食品安全管理管控水平和技术创新水平。这对银鹭乃至中国整个食品饮料行业来说,无疑将是一个促进和提升。

与雀巢合作、基本完成磨合的银鹭正展开双翅,用辛勤的汗水和优质安全的产品快速布局中国,着力提升核心竞争力,成为消费者可信赖的营养、健康、安全食品领先企业。

替代的核心技术,绝大多数食品品种中都含有食品添加剂。一支冰淇淋中食品添加剂的总含量不超过 3%,因此吃雪糕就等于吃添加剂的说法并不正确。

专家指出,食品添加剂的安全性归根结底是要看用了多大的量和吃了多少,而和使用的品种数量没有必然联系。只要符合标准的要求,食品添加剂的安全性是有保障的。西北大学化工学院食品工程系教授曹伟教授同时表示,虽然说这些添加剂都是在标准安全范围内添加的,仅一个冰激凌所含添加剂的成分不会对人体有危害。但如果食用频率过高,就可能对人的肝肾带来伤害。而甜蜜素等甜味剂和柠檬黄等色素如果用量超标,也会对消费者健康形成隐患,所以冰淇淋虽好吃,也要适可而止。

业界



高端餐饮利润骤降 北京半年关店 2000 家

■ 本报记者 张博

2013 年上半年,餐饮市场经历了最艰难的“寒冬”。高端餐饮收入大幅下降已是不争的事实。然而,中国烹饪协会近日公布的上半年餐饮市场分析显示,与这些高端餐饮相比,大众化餐饮企业也出现不同程度的增速放缓。特别是从企业景气指数来看,餐饮业连续两个季度跌破 100 临界点,是所有行业中唯一处于不景气状态的行业。

国家统计局公布的数据显示,1—6 月,全国餐饮收入实现 11795 亿元,同比增长 8.7%,与 2012 年同期相比下降 4.5 个百分点,比同期社会消费品零售总额增幅低 4 个百分点,差距之大为历年罕见。

关店转型，湘鄂情成高端典型

由于公款聚餐和高档商务宴请减少,很多高档餐饮机构遭遇了前所未有的“寒流”。限额以上餐饮企业(年营业总收入 200 万元)收入 3743 亿元,同比下降 2.2%,这些企业大多占据高端餐饮市场。对于企业而言,大环境不景气直接影响到企业的利润。上半年,湘鄂情(002306.SZ)关闭 8 家直营门店,预计亏损 1.6 亿—2.4 亿元,占其直营门店总数的近 1/3;全聚德(002186.SZ)营业收入 8.5 亿元,同比下降 6.52%,利润总额 0.85 亿元,同比下降 32.14%。小南国(03666.HK)、唐宫中国(01181.HK)发布的中期盈利预告称,其净利润同比将明显下滑。

在限制“三公消费”的背景之下,湘鄂情成为高端餐饮降温的典型代表。曾经门庭若市的湘鄂情门店,营业收入直线下滑。去年单店盈利超 2000 万元的北京月坛店,今年一季度报亏 350 多万元。近日,记者走进湘鄂情北京月坛店看到,过去需要预定的月坛店只有一楼和四楼继续营业。由于定位高端,月坛店的大厅面积很小,只是在大门左手边有 6 张 4 人台,全店 7000 多平方米的营业面积中,大部分区域都是豪华包厢。五楼六楼已是湘鄂情公司的办公地点。之前的一张张餐桌已变成了办公桌。几个月前,这家紧邻几家政府机构的高档酒楼还是门庭若市。如今,金碧辉煌的包厢里,放进了格子一样的办公桌,这里已成为上市公司湘鄂情的办公地。

公告显示,湘鄂情从去年四季度开始出现亏损,当季亏损额为 180 万元;今年一季度,湘鄂情亏损额大幅上升至 6840 万元;二季度,亏损额已扩大至 9160 万元—1.716 亿元。

寒潮漫延，中端餐饮动荡加剧

与全国其他一线城市相比,北京餐饮业成为重灾区。1—5 月全市餐饮收入首次出现下降,降幅为 5.6%,仅 5 月一个月更是同比下降达 10.3%,是近年来的低谷。据调查,今年 1—5 月份,北京市重点监测的 50 家餐饮业营业额下降 6%,而北京市商务委对 15 家经营商务餐为主的餐饮企业的跟踪监测结果则更加惊人,2013 年 1—5 月,15 家企业营业额同比下降 36.4%。

事实上,北京市有效餐饮服务许可证逐月递减也从侧面印证了北京餐饮市场的低迷。截至 2013 年 6 月 30 日,北京市共有有效餐饮服务许可证 60186 个,比 1 月份减少 2168 个,比去年同期减少 2791 个。从内部结构看,快餐、小吃网点逐渐增多,而餐馆数量逐月减少,市场变化、成本高企、利润下降成为网点数量减少的重要原因。走访中记者发现,高档酒店营业额骤降,就餐人数锐减,中高端正餐下滑明显。大众餐饮也正面临着经营成本持续上涨、盈利能力日益下滑、增长速度明显放缓、发展后劲疲软乏力等困局。中国烹饪协会副会长边疆表示,服务许可证的减少就意味着“关店”。可以说,仅上半年北京市场餐饮企业关店数就超过 2000 家。

洗牌在即，下半年有望回暖

高档餐饮市场降温,大众餐饮处境尴尬,餐饮行业或迎来新一轮“洗牌”。中国烹饪协会在今年年初进行的一项调查显示,以大众消费为主的中低档餐饮企业受影响不大,销售额基本持平,部分中低档餐饮企业营业额有所增长。对于 2013 年的市场状况,虽然大多数餐饮企业不太乐观,约 30%的餐饮企业认为 2013 年行业的增长速度将下滑到 10%以下,32.4%的餐饮企业认为将维持 2012 年的水平,另有约 30%的餐饮企业认为有待观察。不过,也有 8%左右的餐饮企业认为行业将以超过 15%的速度继续快速增长,这部分企业几乎都是快餐企业。

在经营的压力下,高端餐饮不得不调整目标客户群,转向大众消费。取消最低消费、服务费是最主要的变化。据报道,目前,北京中高端餐饮企业湘鄂情、净雅、凯瑞豪门食府等,都已经取消了最低消费或不设服务费、包间费、开瓶费;直隶会馆采取分层错位经营,将酒楼一层定位为大众餐饮市场,人均消费 100 元左右。尽管目前餐饮业还暂未扭转营业额下降的颓势,但是高端餐饮的转型初显成效。北京市商务委相关负责人表示,“二季度比一季度营业额下降减缓了一些。从目前的形势看,今年的大众餐饮市场还有不少增长空间。”

尽管上半年整个餐饮行业表现低迷,但边疆表示,下半年餐饮业发展的基本面将保持稳定。上半年部分餐饮企业逐渐转型,其效果到下半年才能逐渐显现,而暑假和下半年的几个节假日,也能给大众餐饮带来更大的营收。

记者从中国烹饪协会得到消息,虽然下半年经济运行环境依然错综复杂,下行压力和进一步回升的动力并存。但总体看,下半年国民经济还将继续保持平稳增长,餐饮业发展的基本面将保持稳定。随着群众路线的深入推进,遏制公款消费的政策环境将进一步延续。中国烹饪协会在报告中指出,“预计 2013 年下半年餐饮市场相对乐观,全年增速有望达到 10%左右,规模有望达到 26000 亿元。”