



CAMBOFILLO  
FOOD GROUP  
康博菲尔  
欧洲最大的肉制品公司

亚洲最大的动物蛋白公司  
双汇集团  
SHINEWAY GROUP

Smithfield  
史密斯菲尔德  
美国最大的猪肉食品企业

2014年6月17日，第十二届中国国际肉类工业展览会在北京中国国际展览中心拉开帷幕。肉制品龙头企业双汇集团受邀参加本次盛会，借此机会，万洲国际携旗下三大品牌：西班牙的康博菲尔、美国的史密斯菲尔德、中国的双汇亮相本届展会。

业内普遍认为，三大品牌的集体亮相，昭示了双汇的3个转变：一是产品由高中低档向中高档转变；二是由速度效益型向安全规模型转变；三是集团品牌定位由中国企业转向国际化企业。

## 三大国际品牌集体亮相中国 “大双汇”全球化格局初现

本报记者 江丞华

### 三大品牌齐亮相

第十二届中国国际肉类工业展览会开幕当天，北京正值酷暑天气。然而，似火的骄阳并未阻挡参会者的热情。

本次展会万洲国际共分为史密斯菲尔德、康博菲尔国际馆和双汇发展国内馆两个展区。

记者在会场看到，双汇发展参展产品众多，主要有高温火腿、高温灌肠、西式火腿、低温灌肠、冷冻罐头等多个系列产品，让现场消费者目不暇接。

同时，参展产品具有中西兼顾、高低温结合、生熟互补、品种繁多、

档次分明等特色，更大范围地满足了各个不同消费者的需要，得到了现场参观者的一致好评。

数据显示，双汇发展本次共展出具有代表意义的肉制品78种，生鲜品26种，综合类产品42种，其中椰果烤香肠是今年主推的新品，它添加了椰果颗粒，水果清爽自然的果香和肉的香味自然地融合在一起，是双汇首创的果肉结合的新概念，口感清爽脆嫩，受到了大家的格外关注。

而国际馆内的史密斯菲尔德，则带来了100%美国进口的精选冷鲜肉，经过美国农业部和中国出入境

检验检疫局双重权威检验。

记者发现，史密斯菲尔德在展会公开展览的品牌中文名称为“史蜜斯”。据该展馆工作人员介绍，“蜜”字完美体现了产品特性，即谷物喂养使猪肉营养丰富，肉嫩多汁，带有谷物的甘甜口感。

在双汇展会现场，展厅的工作人员为大家烹饪了谷物喂养的优质猪肉梅花肉，其肉嫩多汁的口感受到了消费者一致好评。

不同于双汇、史密斯菲尔德展示的冷鲜肉产品，康博菲尔此次展示的主要是原装进口西班牙帕尔玛风干腌制火腿、伊比利亚火腿、塞拉

诺火腿。

在展会现场，来自西班牙的专业分割大师在展馆内进行了现场分割表演，美味的伊比利亚火腿使大家享受到不同凡响的西班牙风味。

“作为肉制品龙头企业，二十多年来，双汇集团一直把质量工作放在各项工作的重中之重，花大力气抓质量，创品牌。双汇引入了系统管理的概念，从产品的设计、开发、生产、销售、售后服务、产品改进等建立了一整套质量管理体系，高质量开发，为广大消费者提供优质、健康的食品。”双汇集团党委书记杜俊甫在展会开幕式上表示。



### 一年连收两大国际知名肉企

对双汇而言，去年9月成功收购的史密斯菲尔德、今年6月收购的康博菲尔成为了进军全球市场的重要筹码。

公开资料显示，史密斯菲尔德是全球规模最大的生猪生产商及猪肉供应商、美国最大的猪肉制品供应商，具有优质的资产、健全的管理制度、专业的管理团队和完善的食品安全控制体系。

“双汇收购史密斯菲尔德，目标就是要走向国际化，成为全球最大的猪肉加工企业，而且要不断地提高双汇国际化竞争水平。”双汇集团董事长万隆在2013经济年度人物候选人论坛上如此表述。

毫无疑问，史密斯菲尔德子公司的产品在中国市场打开销路之后，双汇的中国造产品将会得益于公司拥有一个优质子公司。

实际上，双汇确实借助美国制造收获了消费者心中不断上升的正面形象。

因为，很多中国消费者想到的是，至少史密斯菲尔德一些安全和食品生产措施最终也将被转移到双汇的中国加工厂里。

作为美国最大的猪肉制品供应商，史密斯菲尔德在资产、团队和食品安全控制体系等方面，都拥有先进的经验和优势，也因此，其产品被中国的消费者认为是安全优质的代名词。

除了能够获取史密斯菲尔德的质量系统外，双汇还将得益于史密斯菲尔德在养猪方面的专业知识。

“收购史密斯菲尔德是万洲战略发展规划中的重要一环，是当时的双汇走向国际化的重要里程碑，原因是基于对美国优质农业资源和中国广大消费市场完美结合的前景。史密斯菲尔德冷鲜肉已经进入中国，销售情况非常好。5月份预计开设销售专柜10—15家，6月份达到20家，北上广等一线城市已经在计划当中。史密斯菲尔德冷鲜肉定位中高端，已经取得了不俗的成绩。另外，肉制品厂房已经在快速推进，明年初郑州、上海工厂将会完工，肉制品将进入市场。工厂严格执行史密斯在美国的产业标准和流程标准，确保品质如一”。双汇方面表示。

跟史密斯菲尔德相比，康博菲尔的优势同样毫不逊色。

2014年6月9日，万洲国际宣布，公司联合墨西哥Alfa集团名下的Sigma Alimentos食品，对西班牙康博菲尔食品完成了要约收购。

交易完成后，Sigma和万洲国际将拥有合共约1亿股康博菲尔食品的股份，或占康博菲尔食品股本的98.3%，其中Sigma占61.3%，万洲国际占37%。

公开资料显示，康博菲尔是西班牙肉制品巨头，其产品销售于欧洲8个国家及美国，并通过独立分销商出口至全球80个国家。2013年，该企业整年的食品销售额达到了19.07亿欧元。

万洲国际方面表示，收购符合公司全球资源整合扩张的战略。

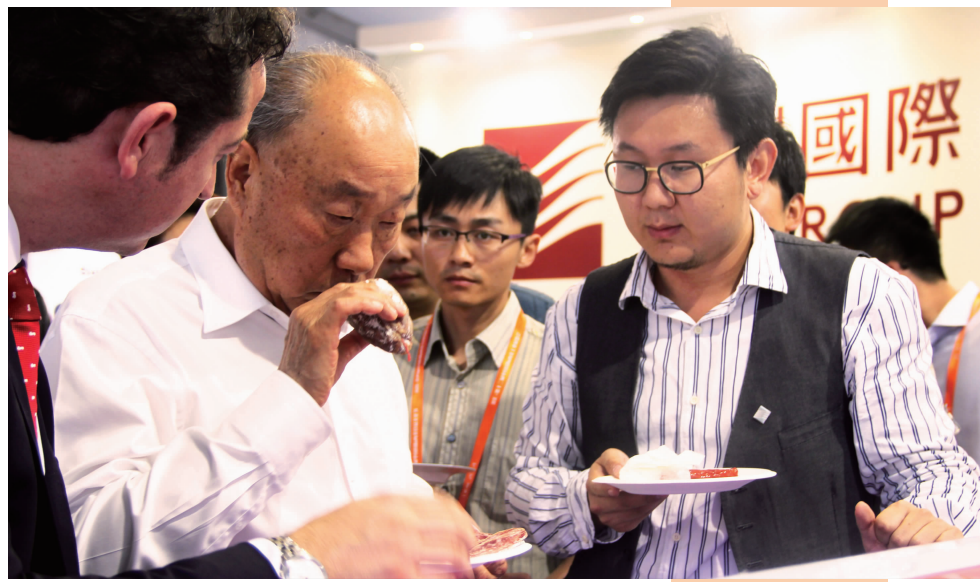
对于此次收购，业内人士同样看好。他们认为此轮收购成功，不仅会增加万洲国际的营收，使万洲国际拥有西班牙市场的渠道资源，也为未来万洲进入欧洲市场扫清了一定障碍。

整理双汇的财报数据不难发现，一直以来，双汇始终缺乏附加值较高的中高端肉制品。以2010年的数据为例，双汇旗下的上市公司双汇发展冷鲜肉和冷冻肉毛利率仅为4.92%，低温肉制品毛利率仅为7.81%。

“如何提高附加值更高的中高端肉制品在双汇集团中的业绩占比，一直是万隆和双汇在思量问题。”双汇集团新闻发言人刘金涛坦言道。

现在看来，双汇开发中高端肉制品的希望即将实现。

因为，肉制品附加值比较高的培根等西式肉制品，而史密斯菲尔德在这方面拥有多年的产品研发经验。同时，康博菲尔原装进口的西班牙帕尔玛风干腌制火腿、伊比利亚火腿、塞拉诺火腿同样是附加值较高的肉制品，这两个得天独厚的优势与双汇的业务形成了很好的互补。



### 双汇的国际化梦想

实际上，早在几年前，双汇集团董事长万隆就提出“打造国际化的双汇”口号，并且进行长期布局。

纵观世界肉类工业的发展史，产

业大整合是必然趋势。

目前占据全球前四位的美国泰森公司、史密斯菲尔德等几家企业生猪屠宰量，占美国生猪屠宰总量的

50%，牛为79%、禽类为49%，丹麦的皇冠公司生猪屠宰量占丹麦生猪屠宰总量的80%。

业内人士认为，欧美先进国家

比我国提前10年进行产业的整合，提前进行国际化经营。因此，未来的中国必将造就出像美国史密斯菲尔德、泰森、丹麦皇冠这样的大品牌。双汇接连收购国际肉企的举动，让它在全球化背景下的扩张抢占了先机。

“每年我都到国外去，特别是去美国，对我的思路影响很大，你看人家美国人做工业，全球的战略，没有局限在一个城市或地区，不仅覆盖美国，还覆盖全球，所以我们一定要覆盖中国。如果我们连中国都覆盖不了，那还干啥？”万隆曾经这样说道。

(下转第二十版)

●国家重点文物保护单位 ●中国非物质文化遗产 ●中华老字号

## 饮酒思源·大泉源

品历史 知感恩

全国免费电话：400-646-8999