



食品饮料行业双周刊

2012年4月（上） 总第13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

药监部门螺旋藻铅检测标准不一遭质疑

二、热点追踪

永和豆浆陷转基因门 公司回应称系台湾进口
广州食品超市经营管理规范将实施 临过期要公示
浏阳河酒业对赌中金谋上市 承诺2014年利润6亿
加多宝加紧“去王老吉化” 分析称或两败俱伤

三、国内动态

国内对进口油脂油料的依赖度已达80%
洋奶粉再涨价被指暴利 净利润率达到30%至40%
北京食用油暂不涨价 超市储存量较大

四、国际视野

全球粮价连涨三个月 接近危机时水平
雅培奶粉质量门事件现新进展 CER同意删除报告
麦当劳肯德基误导消费者 脂肪含量远高于宣传市场

五、调研与数据

卫生部拟撤销38种食品添加剂 食品色单调但健康
CPI反弹重回负利率时代 蔬菜日用品普遍提价

六、双周声音

质检总局：立即对蜜饯生产加工集中地开展专项整治
刘澄：茅台酒为何会被误杀

目录 Contents

附：关于我们

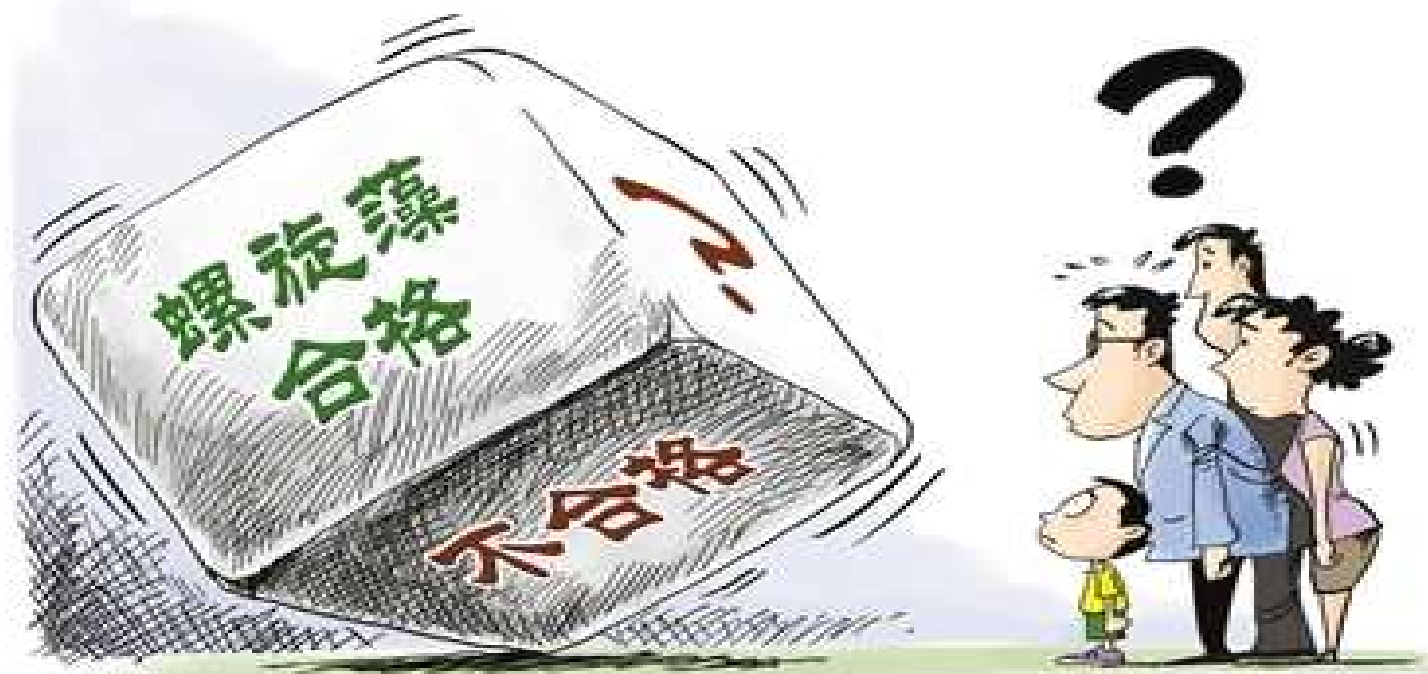
1. 关于北京华经纵横咨询有限公司
2. 华经纵横关于信息行业的研究成果推介

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）



【特别关注】

药监部门螺旋藻铅检测标准不一遭质疑

药监部门螺旋藻铅检测标准不一遭质疑

国家药监局在下发给各地食药监局《关于加强以螺旋藻为原料的保健食品监督检查的通知》中指出，绿A、汤臣倍健等多个螺旋藻品牌产品存在“铅超标”。此事曝光后，国家药监局前日又发布“以螺旋藻为原料的保健食品重金属专项监督检查结果”，称上述多个品牌螺旋藻铅含量并未超标。

同样的监管部门，检测同样的产品，却是两种迥然不同的结论，真叫人大跌眼镜。经记者调查，原来，药监局的两次检测，遵循了两个标准，一个是“一般产品”标准，铅标限值2.0mg/kg，另一个是“以藻类和茶类为原料的固体饮料和胶囊产品”标准，限值为0.5mg/kg。之所以如此，是因国家标准未规定螺旋藻片剂的铅标限值。

可问题是，虽然国家标准不明确，但药监部门对于螺旋藻食品的监督执法，一向是参照较严的标准，即0.5mg/kg，一些地方监管部门曾就此认定，含铅量为“0.79”和“0.87”的某品牌螺旋藻为不合格，要求对该品牌产品予以封存、销毁。多家保健品企业也表示，他们所执行的螺旋藻片剂的铅含量检测标准一直为“0.5”。可为何舆论曝光这些知名的螺旋藻品牌“铅超标”后，药监部门突然改弦更张，弃严格标准不用，转而参照宽松的2.0mg/kg标准？此事若无一个合理解释，监管部门的公信力以及公众的安全感势必受到损害。

倘若药监部门如今依照宽松的铅含量标准才是正确的，那是否意味着，此前绿A、汤臣倍健等螺旋藻产品的检测，适用标准错误？以此推论，因为药监部门的“失误”，导致这些螺旋藻产品品牌形象受创，销售量减少，企业蒙受了巨大的经济损失，药监部门是不是应承担责任？是不是意味着，此前被强制销毁含铅量超标的螺旋藻产品其实是合格的，药监部门是否在滥用权力，是否应当赔偿该企业的损害？

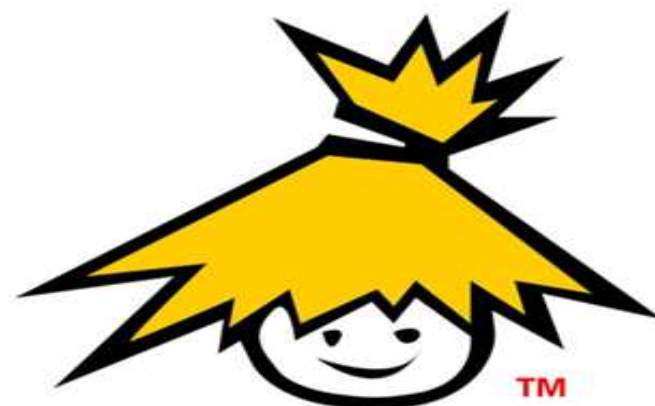
监管部门手中掌握的权力，事关一个品牌的生死，一家企业的兴亡，影响民众的生命健康，这种权力的运用不可不谨慎。现在药监部门的做法给公众的印象，却是草率的，前后铅含量适用标准的不一致，似有削足适履、让本不该合格的螺旋藻产品“被合格”之嫌。

回顾此次螺旋藻检测风波，监管部门的作为令人玩味。从一开始绿A、汤臣倍健等螺旋藻产品的“铅超标”对公众秘而不宣，仅供内部传达，到现在明知公众期望更安全的低铅含量标准，反而对企业放松标准，似乎是，企业的经济利益要高过民众的生命健康，专业科学的判断要让位于市场的“稳定”。

螺旋藻含铅从不合格到合格，不免让人担忧，之前对食品药品“合格”的认定，会不会还存在隐患。食品药品安全的监管，显然不能有如此的宽容度和不确定性，对于类似漏洞，建议立法和行政部门，尽快在制度上打上补丁。

（来源：新京报，4月1日）

[回到目录>>](#)



YON HO

永和豆浆

昵图网 www.nipic.com 87,711,066

HQ:2010032103225957632

【热点追踪】

1. 永和豆浆陷转基因门 公司回应称系台湾进口
2. 广州食品超市经营管理规范将实施 临过期要公示
3. 浏阳河酒业对赌中金谋上市 承诺2014年利润6亿
4. 加多宝加紧“去王老吉化” 分析称或两败俱伤

永和豆浆陷转基因门 公司回应称系台湾进口

继去年“豆浆非现磨”受到质疑后，永和豆浆近日又陷“转基因门”。昨日，永和豆浆再次申明澄清：被检出转基因成分的“永和豆浆”是从台湾进口，目前这批产品从天津退回后已在台销毁，未在大陆销售。

国家质检总局日前通报，产地为台湾的一批次永和豆浆被检出转基因成分，进口商为天津永和食品有限公司，于天津口岸进境，目前已作退货处理。

（来源：新闻晨报，4月1日）



[回到目录>>](#)

广州食品超市经营管理规范将实施 临过期要公示

堪称史上最严的《广州市食品超市经营管理规范》(以下称规范)4月1日正式施行,有效期3年。该规范对市民关心的临过期食品出售、预包装食品销售以及食品自检信息等系列涉及食品安全经营事项进行了明确。

鼓励临过期食品集中销售

广州市工商局食品处相关负责人为与会代表详细解读了《规范》具体要求。规范所称食品超市,是指开架售货,集中收款,满足消费者日常生活需要,销售食品、食用农产品经营面积总和在100平方米以上(含100平方米,下同)的商品零售企业。规范对食品超市经营行为进行了明确规定,要求建立健全和实施包括食品安全岗位责任、定期检查、督促整改、奖惩、管理记录等系列制度。其中,第四十四条明确规定,“食品超市应当向消费者公示近一个月内退市的信息,信息内容包括食品名称、规格、型号、生产日期、退市时间、退市原因等情况。”同时,鼓励食品超市建立临近保质期食品的消费提示制度,将临近保质期食品在销售场所集中陈列出售,或者向消费者作出醒目提示。

即食熟食设立专区销售

此外,规范还要求食品超市应当定期对销售的预包装食品进行检查,检查其标签是否标明名称、规格、净含量、生产日期等事项。值得注意的是,食品超市经营即食熟食,还应当划定独立销售区域,与其他食品保持一定距离;销售区域应保持清洁,严禁放置废弃物处理设施和销售任何非食品物品,并且根据所销售食品的需要,设置相应的温度调节、洗涤、消毒和存放设备、设施。同时,食品超市销售的散装食品,要求应当在容器、外包装上标明食品的名称、生产日期、保质期、生产经营者名称和联系方式等内容。

食品超市经营冷藏食品,如寿司、刺身等,应当放置在温度-2℃~5℃的专用冷藏柜销售;经营冷冻食品的,应当放置在温度低于-18℃专用封闭式冷冻柜销售;经营烧烤食品、煎炸食品、中式点心等热温食品的,应当放置在温度在60℃~100℃的专用封闭式热保温柜销售。

每日自检瘦肉精等并公示

对于大型超市(综合经营面积在6000平方米以上或者食品、食用农产品经营面积在1000平方米以上的),规范也提出了更高的要求。规范提出,大型超市应当在经营场所内设置独立的自检室,面积不小于3平方米。应当购置必要的自检设备,根据自身经营状况开展甲醛、瘦肉精、菌落总数、农药残留等项目的检验,并在当天向消费者公示自检结果及处理情况。

在食品信息公示方面,规范要求食品超市应当在超市入口处或者入口通道上设置食品安全信息公示栏。公示栏应当公示食品超市委托抽检或者每日自检信息以及近一个月内退市的信息。同时,还鼓励食品超市使用电子显示屏等方式公示食品检验、退市等信息。此外,食品超市应当建立食品安全视频监控制度。

(来源:新华网,3月14日)

[回到目录>>](#)

浏阳河酒业对赌中金谋上市 承诺2014年利润6亿

日前，浏阳河董事长彭潮透露，已经获得中国国际金融公司（简称“中金”）2.5亿元、湖南创投3.5亿元、景林资产、费伦资本等其他投资机构4亿元的投资，是白酒行业单笔引进资金最大的公司。但同时他也表示，中金和湖南创投入股浏阳河的代价非常低：机构入股前酒业总盘子评估价值32.4亿元，机构入股后占股36.5%。这相当于浏阳河的股份打了5折给投资机构。

股权折价融资的背后，是浏阳河近年来一直在下滑的经营业绩：2008年浏阳河销售收入13亿元、2009年12亿元、2010年7亿元。有位经销商向记者透露，2011年彻底断了货，原因是浏阳河资金出了问题。当记者向中金佳成总经理刘钊问及浏阳河目前的盈利情况时，他说，“现在还谈不上。”

1998年，中商集团董事长彭潮把浏阳河酒厂买断，目前浏阳河酒类资产主要包括：湖南浏阳河酒厂、湖南浏阳河国际名酒城有限公司、湖南浏阳河酒业有限公司等9家公司。

2006年的时候，中商集团开始启动浏阳河国际名酒城项目，计划总投资达17.5亿元，白酒年产量10万吨的项目，传言以1.5亿元的价值计入酒类总资产。

浏阳河总裁王鹏辉透露，所融资金中，有7亿元重启全国销售市场，另外还计划继续投资名酒城。

中金等投资者得到的，远远不只因资金问题而折价的股权，还有原股东保证投资收益的承诺。

湖南创投董事长刘少君称，浏阳河向投资机构承诺，到2014年销售额达到20亿元，利润6亿元，并在2015年前上市。如果未来净利润低于约定数额，控股股东就要用股份抵差额补偿机构投资者；增资款到位后4年内不能上市，机构投资者有权回售股份，回售价格按年化收益率20%计算，如果有分红和股权补偿，则抵扣回售款。

若新公司实现或者超过承诺的净利润，机构投资者同意向彭潮定向增发新股，限额是不超过浏阳河总股本的8%，但价格是5.48元/股。

（来源：21世纪经济报道，4月5日）

[回到目录>>](#)

加多宝加紧“去王老吉化” 分析称或两败俱伤

加多宝正在“去王老吉化”，借此回击广药集团对王老吉品牌产品的品类延伸，但这对于双方而言，结局可能两败俱伤。

加多宝“去王老吉化”

在近期加多宝投放的电视广告中，着重突出“正宗凉茶加多宝出品”，而见不到任何“王老吉”字样。而加多宝的部分户外广告也由原来的“怕上火喝王老吉”修改为“怕上火喝正宗凉茶”，并在显著位置突出“正宗凉茶加多宝出品”字样。

这是加多宝为了应对中国国际经济贸易仲裁委员会对于王老吉品牌仲裁结果采取的一种无奈的动作，一旦仲裁败诉，加多宝可以启用新的品牌，而一旦胜诉则可以继续使用王老吉品牌，让自己处于可进可退的位置。不过，邹文武认为，加多宝知名度很低，消费者能否认同加多宝推出的新品牌诉求存在较大的不确定性。

“加多宝在培育亲儿子。”福来品牌营销顾问机构董事长姜向鹏认为，加多宝敢于采取这一动作的底气在其管理和市场管控能力。

加多宝称，因市面上出现诸多厂家使用“王老吉”商标生产不同的产品，2011年年底，加多宝出品的红罐王老吉凉茶产品开始启用新设计产品包装，以使广大消费者正确识别加多宝出品的正宗凉茶，保护正宗凉茶的单一性与纯正性，从而保护和推动凉茶文化的健康发展。

两败俱伤

实际上，“去王老吉化”早在数年前就已经有所动作。曾在加多宝广东公司工作过的一位销售人员对本报表示，加多宝前几年曾在东莞推出过加多宝品牌的凉茶，但因为加多宝品牌知名度不高滞销，仅仅试销了两个多月就被叫停。

参与加多宝品牌策划的特劳特（中国）战略定位咨询公司高级分析师谢伟山曾提到，为避开“王老吉”品牌不属于自己带来的经营风险是加多宝管理层执意要推出高端矿泉水“昆仑山”。

昨天，对于加多宝“去王老吉化”的动作，王老吉药业市场部的一位负责人表示：“绿盒王老吉在口味上和渠道上都与红罐有所不同，所以红罐现在的操作对我们没有什么影响。”

王老吉药业是广药集团与香港同兴药业的合资公司，一直运作绿盒王老吉。2011年广州药业年报显示，去年净利润2.88亿元，而广州药业持股48.05%的王老吉药业的净利润就有1.42亿元，算起来给广州药业贡献了1/4的利润。据上述王老吉药业市场部负责人透露，王老吉药业去年19.3亿元的销售额中，绿盒王老吉销售额就占了近15亿元。

不过，对于加多宝的“去王老吉化”，广药集团内部就没有合资公司王老吉药业那么反应平淡了。广药集团市场部一位负责人昨日对本报记者表示，“加多宝现在的广告宣传连王老吉都快没了，还说保护民族品牌？这明明就是在伤害民族品牌！”

广药负责王老吉商标仲裁案的一位中层则指出，加多宝近年来一直未按照合同正确使用王老吉商标，并试图悄悄更改王老吉商标。“一直以来，加多宝在红罐王老吉上标注最大的‘王老吉’三个字，字体与我们最初申请的王老吉商标有明显不同；另外，我们在商标局申请的王老吉商标是画轴状的，但是红罐的‘王老吉’这三个大字并不是画轴状的。”

上述广药中层表示，对于王老吉商标的保护意识，广药也是逐渐才认识到的，近年也不断向加多宝发出律师函指出其违约行为，但加多宝都不予理会。最终为王老吉商标，双方于去年底在北京对簿公堂。

[回到目录>>](#)

加多宝加紧“去王老吉化” 分析称或两败俱伤

目前王老吉商标仲裁案裁决时间已被延期至5月，广州市国资委亦已正式介入仲裁案，势在收回王老吉商标。

“短期内是双输，” 姜向鹏认为，加多宝方面之前进行“怕上火喝王老吉”的品牌诉求推广的广告费用一年就可达数亿元，加多宝“去王老吉化”短期内对其销售会有一些的不利影响，但长期来看，有逐渐恢复元气的可能，广药集团则可以向大健康产业进行延伸来改变在目前“王老吉品牌大、市场收益小”的局面。

“一旦双方彻底谈崩，也许加多宝的品牌诉求还会改变。”姜向鹏认为，一旦加多宝完成品牌转换，仍然会有自身的发展空间，“不幸福的婚姻，分开也许是最好的选择”。

对于广药而言，将王老吉品牌向大健康产业进行延伸也并非一片坦途。截至今年3月，广药通过内外授权推出的王老吉新品类，已包括莲子绿豆爽（绿罐王老吉）、固元粥、龟苓膏和绞股蓝饮料（金罐王老吉）等。

获得广药授权生产多种王老吉新品类的广粮实业，截至2010年9月30日，总资产为4.29亿元，总负债为3.97亿元，资产负债率92.67%，净资产3146万元，实现销售收入12.0415万元，净利润为110万元。姜向鹏认为，从这些财务和经营数据来看，广粮实业盈利能力较弱，很多业务是政策性较强的粮油业务，且饮料市场需要完全市场化的机制和操作手法，作为一家国企，运作完全市场化的产品品类并不是它的强项，从这个角度说，广粮实业不是一个很好的合作伙伴。邹文武也认为，广药集团所采取的对外授权王老吉的动作存在稀释王老吉品牌的风险。

（来源：第一财经日报，4月6日）



[回到目录>>](#)



【国内动态】

1. 国内对进口油脂油料的依赖度已达80%
2. 洋奶粉再涨价被指暴利 净利润率达到30%至40%
3. 北京食用油暂不涨价 超市储存量较大

国内对进口油脂油料的依赖度已达80%

据经济之声《天下财经》报道，目前，国内对进口油脂油料的依赖度已经达到80%。国际油脂油料价格的不断攀升，引发国内食用油再次涨价。小包装食用油两大品牌金龙鱼、福临门将相继调价，本次涨价主要针对花生油系列和菜籽油系列。

（来源：中国广播网，4月6日）



[返回目录>>](#)

洋奶粉再涨价被指暴利 净利润率达到30%至40%

洋奶粉再涨价被指暴利

雅培遭遇质量门埋伏，代购托粉遭遇关税限制，对家长们来说，另一个坏消息也被证实，美赞臣在稳定两年后也证实将涨价一成，同时调价的还有雀巢。

尽管配方粉的利润究竟如何不得而知，但一直被认为是暴利行业。但业内人士则认为，美赞臣从原来最贵的洋奶粉变为最便宜的几个品牌之一，即使提价之后，与现在“特供奶粉”相比，还是小巫见大巫。

美赞臣两年后终提价

2月底，不少拖粉的家长在妈妈网等论坛透露，香港奶粉断货变成了家常便饭，尤其是美素三阶段的产品，一半时间处于缺货状态。据悉，美素已经在3月对香港市场进行价格调整，幅度为一成左右。分析认为，美素开头将可能带动其他品牌整体出现价格调整浪潮，甚至波及大陆洋奶粉价格。

目前这一猜测得到证实，从2010年2月调价后，已经两年没有改变过售价的美赞臣也向商超发放了换装通知，新装产品将提价10%。早前分析认为，美赞臣从原来几大洋奶粉中售价最贵变为最低的几家之一，同样类似的情况也出现在多美滋身上。分析普遍认为，这两家若要通过升级换代实现价格提升，并不意外。但目前多美滋方面仍未透露提价计划。

但雀巢也宣布了调价计划，全品项包括奶粉和谷物产品系列平均提价幅度在5%。雀巢方面透露，因产品使用的是本土的原材料，与关税上调无关，调价主要是受到原材料成本和人工成本上涨的影响。

乳业暴利真相如何？

尽管美赞臣憋了两年才提价，但对于家长们来说，各品牌涨价此起彼伏，从未消停。中投顾问发布的《2011-2015年中国奶粉市场投资分析及前景预测报告》显示，上一次集中涨价发生在去年6月，其中，惠氏金装健儿乐、幼儿乐等奶粉借包装升级等理由将产品价格提高10%以上，雅培、多美滋、美素力等奶粉的涨幅也达到10%左右。中投顾问食品行业研究员梁铭宣介绍，从2006年至今，洋奶粉年平均涨幅已达15.5%，每年洋奶粉至少会有一次提价，特别是2008年三聚氰胺事件之后，一段时间内很多外资品牌涨价幅度高达20%。

成本压力导致价格上涨或者更换新配方同时提价成为两大理由。据《每日经济新闻(微博)》报道，一位外资奶粉企业的离职中层透露，进口婴幼儿奶粉在中国的毛利率普遍在60%~80%，高端奶粉则可达80%~90%，而净利润率普遍达到30%~40%，称其为暴利行业一点儿也不为过。该离职中层还透露，为了保持产品价格的稳定性，洋奶粉品牌往往用“饥饿”式营销手段来控制市场供应量。

中商流通生产力促进中心分析师宋亮认为，鉴于目前五大外资品牌在国内一、二线城市的主体地位暂时无法撼动，涨价是必然的。但近两年国内原料、人力、物流、包装等成本大幅上升，包括饮料、速食品在内的食品类价格总水平都呈明显上涨态势，类似完达山等国内品牌亦在上涨，洋奶粉提价也可以理解，不过难免会因为正在发生的情况而让消费者有趁机吸金的联想。“原材料上涨并不是洋奶粉涨价的真正原因。通过上涨获得利润最大化，才是洋奶粉上涨背后的逻辑。”

[回到目录>>](#)

洋奶粉再涨价被指暴利 净利润率达到30%至40%

但行业人士则对此类说法表示否定。除了基粉之外，很多因素均有可能导致奶粉生产成本上升。例如，原材料价格、能源、物流、运输等。

尽管洋奶粉涨价还是会例行被拿来说事，但是一个更有趣的现象是，以美赞臣为例，目前1阶段美赞臣安儿宝A+(900克)售价239元/桶计算，涨价后每桶贵了31元。从原来几大洋奶粉中售价最贵变为最低的几家之一，涨价后价格在洋奶粉阵营中仍处中游水平，更别提与“特供奶粉”之间的差距。合生元超级呵护婴幼儿配方奶粉1段在红孩子网站上售价为486元，纽瑞滋金装婴儿奶粉渗透压配方1段在其淘宝官网标价298元。而刚进市场的益智源超级金装初生婴儿配方奶粉(一阶段)据称价格不会低于300元。

而事实上，这部分高价的特供奶粉已经在抢占传统洋奶粉的市场份额。据淘宝网的统计分析：淘宝网的婴幼儿奶粉排行榜，排名前十位的奶粉中，都未出现传统洋奶粉企业如雅培、惠氏、雀巢、美赞臣等品牌产品的身影，而热门品牌中，也仅仅只有惠氏挤入了前三位。

(来源：南方日报，4月11日)



[回到目录>>](#)

北京食用油暂不涨价 超市储存量较大

食用油价格上涨的靴子在半空中高悬。由于成本增加等原因，金龙鱼、福临门两大食用油品牌已经向经销商下发调价通知，提高花生油、菜籽油出厂价，涨幅约8%。但记者昨日了解到，由于京城各大超市食用油储存量较大，短期内不会涨价。

金龙鱼所属的益海嘉里和福临门母公司中粮集团均表示，近期，菜籽、花生等原材料以及物流成本大幅增加。面对较大的运营压力，企业不得不提高这两个品类食用油价格。

记者昨日走访沃尔玛建国路店时看到，胡姬花等品牌的食用油正在促销，力度较大。超市促销员表示，卖场暂时还没有接到食用油的涨价通知。物美、超市发负责人也都表示，卖场内出售的食用油储存量较大，短期内不会涨价。

京城某大型食用油供应商告诉记者，厂家在涨价前会提前告知供应商备货，如果在提价后进货，市场终端将按照涨价后价格出售。由于存货量大，现阶段不会在市场终端提价。

据了解，本次提价是自2010年以来，金龙鱼、福临门两大食用油品牌的第三次提价。当年8月，金龙鱼旗下各类产品进行了4%-10%不等的价格调整；去年下半年，金龙鱼豆油、菜油和调和油3个品类整体价格上调5%。

（来源：北京商报，4月9日）



[回到目录>>](#)



【国际视野】

1. 全球粮价连涨三个月 接近危机时水平
2. 雅培奶粉质量门事件现新进展 CER同意删除报告
3. 麦当劳肯德基误导消费者 脂肪含量远高于宣传市场

全球粮价连涨三个月 接近危机时水平

来自联合国粮农组织的最新数据显示，全球粮食价格连续第三个月上涨，一项基准指数甚至超过了几年前粮食危机时的水平。粮农组织警告说，粮价接下来可能继续上涨，进而威胁世界经济和社会稳定。

粮价走高受油价影响

粮农组织编制的一项覆盖55种食品的粮食价格指数3月份升至215.9点，2月份经修正后为215.4点。尽管最新指数低于2011年2月所触及的237.9的高点，但仍超过了2007年至2008年粮食价格危机时的水平。

粮农组织高级经济学家阿巴西安表示，未来几个月，粮食价格可能仍位于当前的高位附近，主要因为需求上升的速度超过了供应。

联合国世界粮食计划署发言人卡瑟拉表示，自2007年、2008年以来，粮食危机从未真正结束。卡瑟拉表示，价格是一大隐忧，也一直是导致粮食供应出现波动的一个重要原因。

一些分析人士认为，粮价持续走高，跟油价上涨不无关联。受到中东局势以及美欧量化宽松货币政策影响，国际油价今年持续高企，纽约油价一度突破110美元，伦敦原油则站上127美元。

荷兰合作银行集团的商品分析师希金斯表示，粮食、食品价格指数与油价高度关联，在油价上涨的情况下，粮食价格很难不随之上升。

分类别看，油类的价格上涨较为明显。粮农组织编制的食用油脂分类指数3月份升至244.9点，创下七个月新高，前一个月为238.7点。粮农组织在一份声明中指出，油脂类价格大幅上涨，主要因为市场对于供应面可能吃紧的担忧和预期。

玉米大豆仍有涨价空间

展望后市，阿巴西安表示，粮食价格今年上半年仍有进一步上涨的空间，特别是玉米和大豆，而这两者的上涨也可能推高小麦价格。

阿巴西安表示，目前玉米库存远远够不上安全水准，需要大规模提高产量以补充库存。根据粮农组织的数据，包括玉米在内的粗食谷物库存在本年度末可能减少近300万吨，至1.713亿吨。据估计，今年全球小麦产量将较去年的纪录水平下滑1.4%，至6.9亿吨。

（来源：广州日报，4月9日）

[回到目录>>](#)

雅培奶粉质量门事件现新进展 CER同意删除报告

雅培奶粉“质量门”事件又有了新的进展。据雅培方面昨日披露，之前炮轰雅培奶粉的企业咨询顾问机构CER公司已经向香港法院表明同意删除有关雅培的报告并停止散布相关信息。记者昨日登录CER官网，发现关于雅培奶粉报告的链接以及CER此前针对这一事件的两份回应均已“消失”。

雅培贸易(上海)有限公司昨日给本报发来最新声明表示，雅培为反驳CER报告向香港法院递交了包括详细科学证明在内的一系列证据。法院已审阅相关证据，并且已经签署法院令，以确认CER对法院所作承诺的法律效力。该承诺的内容包括：CER应立即从其各个网站上删除对雅培婴幼儿配方产品的破坏性和误导性报告及相关言论，CER保证不会就该报告发布进一步的声明。

雅培表示，该法院令的内容具有法院禁令的效力。如果CER违背该法院令，一经查实将构成“藐视法庭罪”。

据了解，事发后雅培曾把奶粉送往一家经过ISO认证的、名为Covance的独立检测机构进行检测。这家经国际认可的第三方独立实验室确认“雅培的喜康宝产品是符合中国国家食品安全标准的”。不过，此次送检的雅培奶粉并非港版奶粉，而是内地版的喜康力。对此，雅培公司表示，因为内地消费者对此事特别关心，为了让其放心使用雅培产品，才特别送检了内地版雅培奶粉。之前上海出入境检验检疫局也曾表示，未发现进口雅培金装喜康宝婴儿配方奶粉不符合我国法规标准要求。

（来源：北京晚报，4月9日）



[回到目录>>](#)

麦当劳肯德基误导消费者 脂肪含量远高于宣传市场

印度《经济时报》日前报道称，印度科学和环境中心(CSE)对包括麦当劳、肯德基、百事可乐以及雀巢等知名品牌的产品进行了检测。

结果显示，这些受消费者欢迎的“垃圾食品”都包含高水平的反式脂肪、盐以及糖，且远远高于商家宣传的含量，不仅会给消费者的健康带来负面影响，还系误导公众。

报道称，吃一餐薯条和汉堡，基本就摄入了一天所需的脂肪，盐和糖也几乎达到了最高限量。而这些食品可能会最终导致肥胖和糖尿病等病症。

我们的油不含反式脂肪

麦当劳美国总部新闻发言人丽莎今晨接受法晚记者采访时表示，在印度和中国，麦当劳使用的都是棕榈油，就因为它不含有反式脂肪。所以对于这一报告的调查结果，麦当劳觉得“非常不可靠和值得怀疑”。

目前麦当劳正在密切关注这一调查，因为其结果与麦当劳公司自己的研究测试结果完全矛盾。此外，百事的发言人也对这一报告结果进行了否认。

（来源：法制晚报，4月5日）



[回到目录>>](#)



【调研与数据】

1. 卫生部拟撤销38种食品添加剂 食品色单调但健康
2. CPI反弹重回负利率时代 蔬菜日用品普遍提价

卫生部拟撤销38种食品添加剂 食品色单调但健康

4月6日，卫生部在其官方网站发函，拟撤销2，4-二氯苯氧乙酸等38种食品添加剂，茶黄色素、茶绿色素、柑橘黄、黑加仑红等不少着色剂便位列其中。权威食品安全专家、湖南省疾控中心吴传业教授表示，长期低量吃含有着色剂的食物对健康有一定影响。

据了解，卫生部曾于今年1月公开征求55种食品添加剂安全性和工艺必要性意见。根据征求意见情况并经组织专家审核，2，4-二氯苯氧乙酸等38种食品添加剂已不具备技术必要性，拟根据有关规定予以撤销，征求意见截止时间为今年4月20日。

近年，不少食品以鲜艳的色彩赢得消费者的青睐。但这些颜色是食品本身的颜色吗？颜色鲜艳的食品对身体是否有不利影响？昨天，权威食品安全专家、湖南省疾控中心吴传业教授说，撤销的38种食品添加剂中，茶黄色素、茶绿色素、柑橘黄、黑加仑红等17种食品添加剂均为着色剂。着色剂包括合成色素和天然色素两类，目前市场上鲜艳食品的色彩都是着色剂所致。

“一些食品添加剂不是非加不可还是不加为好。”吴传业说，冰激凌本来的颜色是白色的，但市场上的冰激凌五颜六色，“这些都是着色剂起到的效果。”他介绍，在冰激凌的生产工艺中，着色剂加与不加并不影响生产、储存及营养价值等，但市民长期低量吃含有着色剂的食物对健康有一定影响。

“38种食品添加剂已不具备技术必要性，是指这些食品添加剂不是非加不可的。”吴传业介绍，如果在食品生产中不加入食品添加剂，大部分食品都可能是外观很难看、感觉很难吃、难以长期保存。以面包为例，如果没有面粉改良剂，不到一天就会变得干硬；没有防腐剂，不到两天就会发霉。

拟撤销的38种食品添加剂

食品添加剂名称 功能 添加食品

2，4—二氯苯氧乙酸 防腐剂 经表面处理的鲜水果、新鲜蔬菜

4—苯基苯酚 防腐剂 经表面处理的鲜水果(仅限柑橘类)

4—己基间苯二酚 抗氧化剂 鲜水产(仅限虾类)

不饱和脂肪酸单甘酯 乳化剂 水油状脂肪乳化制品

刺梧桐胶 稳定剂 调制乳、水油状脂肪乳化制品

甘草 甜味剂 蜜饯、糖果、饼干、罐头、调味品等

葫芦巴胶 增稠剂 冷冻饮品、巧克力制品等

黄蜀葵胶 增稠剂 冷冻饮品、果酱、面包、糕点、饼干

联苯醚(二苯醚) 防腐剂 经表面处理的鲜水果(仅限柑橘类)

偏酒石酸 酸度调节剂 水果罐头

辛基苯氧聚乙烯氧基 被膜剂 经表面处理的鲜水果、新鲜蔬菜

[回到目录>>](#)

卫生部拟撤销38种食品添加剂 食品色单调但健康

薪草提取物 凝固剂 豆腐类

乙萘酚 防腐剂 经表面处理的鲜水果(仅限柑橘类)

仲丁胺 防腐剂 经表面处理的鲜水果、新鲜蔬菜

2—苯基苯酚钠盐 防腐剂 经表面处理的鲜水果(仅限柑橘类)

冰结构蛋白 其他 冷冻饮品

茶黄色素 着色剂 糕点、彩装、饮料、茶饮料等

茶绿色素 着色剂 糕点、彩装、饮料、茶饮料等

多穗柯棕 着色剂 冷冻饮品、可乐型碳酸饮料等

柑橘黄 着色剂 生干面制品

谷氨酰胺转氨酶 凝固剂 豆制品

黑加仑红 着色剂 糕点、彩装、碳酸饮料、果酒

金樱子棕 着色剂 糕点、焙烤食品馅料等

落葵红 着色剂 糖果、糕点、彩装、碳酸饮料、果冻

密蒙黄 着色剂 糖果、糕点、饮料等

桑椹红 着色剂 果糕类、风味饮料、果酒、果冻

沙棘黄 着色剂 氢化植物油、糕点、彩装

酸枣色 着色剂 腌渍的蔬菜、糖果、糕点、酱油等

橡子壳棕 着色剂 可乐型碳酸饮料、配制酒

叶绿素铜钾盐 着色剂 蔬菜罐头、熟制豆类、加工坚果等

玉米黄 着色剂 氢化植物油、糖果

藻蓝(淡、海水) 着色剂 干酪、香辛料等

植酸钠 抗氧化剂 加工蔬菜, 装饰糖果、腌腊肉制等

花生衣红 着色剂 糖果、饼干、肉灌肠类、碳酸饮料

甲壳素(几丁质) 增稠剂 氢化植物油、油脂制品、冷冻饮品等

甲基纤维素 增稠剂

蓝锭果红 着色剂 风味饮料

酸性磷酸铝钠 膨松剂 油炸面制品、焙烤食品

(来源: 北京晚报, 4月10日)

[回到目录>>](#)

CPI反弹重回负利率时代 蔬菜日用品普遍提价

昨日国家统计局发布的数据与近期人们的感受一致，受食品价格上涨因素推动，3月全国CPI同比上涨3.6%，高于市场预期。并迅速终结了仅仅维持一月的“正利率时代”。

鲜菜价格高涨20%

由于此前2月份的CPI迅速回落至3.2%，创下了20个月以来的新低。有分析人士认为物价已经进入下行通道。然而，3月底，特别是最近一段时间以来，随着蔬菜价格的明显上涨，食品价格依然是推动CPI高企的重要因素。3月份CPI同比上涨3.6%，其中食品价格上涨7.5%，鲜菜价格的涨幅更是达到了20.5%。食品在中国CPI中的权重约为30%。昨日发布的数据显示，食品价格上涨7.5%，并影响CPI总水平同比上涨约2.39个百分点。具体来看，粮食价格上涨4.3%；肉禽及其制品价格上涨11.3%（猪肉价格上涨11.3%）；鲜菜价格上涨20.5%；水产品价格上涨11.4%；油脂价格上涨5.2%。仅仅是鲜果和蛋价有所下降。其中，鲜菜价格影响CPI就达到0.64个百分点。

从此前发布的数据看，截至3月31日，超七成监测蔬菜价格高于去年同期，大葱、圆白菜、大白菜同比涨幅居前，分别为85.8%、63.6%、54.9%。

对此，高盛分析称，3月份CPI通胀率反弹在很大程度上是蔬菜价格上涨所致。剔除蔬菜价格后CPI同比增幅约为3.0%，与2月份持平，并较1月份3.8%的同比增幅有所下降。

高盛认为，蔬菜价格上涨是2月份低温所致，其影响应该是一次性的，3月份下半月以来随着天气条件好转供应有所增加，蔬菜价格绝对水平及其同比增幅均已回落。因此高盛预计4月份CPI食品价格通胀将显著放缓。

（来源：新京报，4月10日）



[回到目录>>](#)



【双周声音】

1. 质检总局：立即对蜜饯生产加工集中地开展专项整治
2. 刘澄：茅台酒为何会被误杀

质检总局：立即对蜜饯生产加工集中地开展专项整治

浙江、山东、上海等地部分蜜饯生产厂家生产加工过程中的违法生产行为曝光后，质检总局高度重视。4月25日上午，质检总局召开视频调度会议，专门听取了两省一市质监部门对部分蜜饯生产厂家违法生产问题初步查处情况的汇报，责成两省一市质监部门对问题企业以及监管工作中存在的问题进一步严厉查处和整治。

质检总局同时要求，各地质监部门要做到“三个立即”：一是立即组织现场查处。要深入蜜饯生产加工企业现场，查企业，查产品，查监管，对发现的问题进行严肃处理。二是立即组织专项整治。对蜜饯生产加工集中的地区开展区域专项整治，对问题突出的区域实施挂牌整治。三是立即组织排查食品生产安全风险隐患。对发现的问题，要主动采取措施，及时整治。对食品生产领域的违法犯罪行为，要依法严厉打击，决不手软。



刘澄：茅台酒为何会被误杀

前不久国务院召开的第五次廉政工作会议明确指出，今年要控制“三公”消费，继续实行零增长，禁止用公款购买香烟、高档酒和礼品。一声令下，高档白酒的代表茅台的股价、流通的批发价纷纷应声下跌，不仅股票市值一天就蒸发了142亿元，就连想囤积炒作的买家也纷纷抛售茅台酒。尽管茅台酒出面澄清茅台集团并没有下调茅台酒的出厂价格，但市场价格的下跌无疑是不争的事实。

茅台酒可能感觉很冤枉：躺着就能中枪，限制公款消费与我茅台酒有何关系？连贵州省的有关领导也呼吁，不要把和公款消费与茅台必然地联系在一起。为何茅台躺着能中枪呢？为何一条限制公款消费的消息就能给茅台造成这么大的伤害？这恰恰暴露出了茅台酒销售定位上的矛盾，这是由茅台酒消费群体的特殊性决定的：

一方面，鉴于茅台酒的高品质将销售锁定为高端消费，毫无疑问茅台酒是国酒的第一品牌，在消费者中享有很高的美誉度，喝茅台越来越被视为身份和地位的象征。茅台具备了成为奢侈品的基因，茅台也一度将茅台酒定位为奢侈品，有申请奢侈品计划。在2012年胡润发布的全球十大最值钱的奢侈品品牌排名中，茅台以120亿元的品牌价值作为全球第四大最值钱的奢侈品牌，品牌价值远高于奔驰。此外在胡润发布的十大最受富豪青睐的送礼品牌中茅台也是榜上有名，名列第五。

这些年来茅台酒的价格一路走高，茅台酒价格的坚挺很多投资者看到了茅台酒投资的价值，纷纷加入购买和囤积的行业。在现实生活中动辄两千多元一瓶的茅台酒没有几个老百姓喝得起，普通老百姓是根本享受不到茅台的酒香，即使偶尔购买，也只是作为高档礼品相送，自身是消费不起的。茅台酒的消费群体无疑锁定在高收入的群体和公款消费。即使考虑茅台酒投资的囤积因素，茅台酒的最终消费群体主要还是高档的商务宴请和公务接待，其中公款消费茅台占到整个消费量的70%以上。茅台酒10年来价格上涨了10倍，背后推手就是公款消费。

但另一方面，茅台酒又担忧和公款消费挂钩。茅台消费群体的特殊性决定了茅台酒的消费无论如何也离不开公款消费，甚至茅台多次强调茅台酒就是给老百姓喝的，也改变不了公款主力地位事实。面对公款消费的膨胀，已经有全国政协委员提交了关于禁止使用公款消费茅台酒的提案，认为要遏制公款消费，要从茅台酒作为突破口。提案建议立法禁止或者限制政府机关公款采购茅台酒，立法禁止或者限制国有大中型企业特别是垄断型国有企业公款采购茅台酒，禁止政府机关和国有大中型企业的公务宴请喝茅台酒，同时建议修改法律，把政府机关和国有企事业单位送礼行为中的送茅台行为作为违法和行贿来进行处理。这个提案击中了茅台酒消费的软肋：一旦限制公款消费，茅台酒销售的主渠道就萎缩了，销售额必然下降，这是茅台多年来一直担忧的并且无法解决的问题。

所以当媒体曝光茅台酒有申请世界奢侈品的计划时，茅台底气不足了，马上就出面进行否认。但茅台酒就是奢侈品，这谁也改变不了的事实。茅台为何害怕成为奢侈品呢？茅台所担忧的就是一旦茅台酒和奢侈品挂钩，公款消费群体可能就无法光明正大理直气壮地喝茅台酒了，茅台酒就失去了主要的消费群体。而一旦失去了公款的消费群体，老百姓必然成为茅台酒的消费主体，那么茅台酒还能维持高价位吗？这就是茅台定位的矛盾之所在。

但愿茅台酒从此次的误伤事件中能静下心来反思一下为何屡屡被误伤，能从中悟出一些道理来，解决它自身销售定位的矛盾。作为国酒第一品牌的茅台酒，我们在真心祝愿飞天茅台一路高飞的同时，也希望不要远离最广大的受众群体。

[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