



食品饮料行业双周刊

2012年5月（上） 总第15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

十大公共卫生事件出炉 问题明胶双汇瘦肉精事件均上榜

二、热点追踪

可口可乐这回完败

加多宝去“王老吉”化 霸王抢占凉茶市场不顺畅

洽洽食品被曝收购陈年劣质瓜子 或存商业贿赂

三、国内动态

中国果汁市场以低浓度果汁为主

泸州老窖引资60亿 产能将扩大20%

雀巢、美赞臣奶粉调价10%至12% 洋奶粉市场起震荡

四、国际视野

欧盟集成新兴技术 针对肥胖症研制新型食品

全球液态乳制品消费持续增长

百事可乐配方发明者后代告百事侵权

五、调研与数据

全国猪肉价格下降超15% 接近去年同期水平

蔬菜价格上涨不改CPI下行趋势

六、双周声音

黄付生：未来三四年啤酒行业基本稳定增长

黄齐超：饮用水合格率别成了“国家机密”

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《食品行业双周刊》

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，整理编辑中国食品行业双周刊，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察、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】

十大公共卫生事件出炉 问题明胶双汇瘦肉精事件均上榜

十大公共卫生事件出炉 问题明胶双汇瘦肉精事件均上榜

中国经济网北京5月11日讯(记者佟晓群) 5月10日,中华医学会公共卫生分会联合新探健康发展研究中心、中华医学会健康大讲堂共同主办2012“中国公共卫生信息传播新视角”媒体沟通会,同时组织50多家媒体记者评出2011年—2012年十大公共卫生事件。其中,备受关注的含铬工业明胶被用于制造药胶囊,位列第一位。十大事件中,三大事件与控烟有关。

2011年—2012年十大公共卫生事件:

- 含铬工业明胶被用于制造药胶囊;
- 我国开始采用PM2.5作为环境监测指标;
- 烟草专家当选中国工程院院士受到质疑;
- 双汇瘦肉精事件;
- 中国控烟成绩37.3分,排名世界倒数;
- 台湾塑化剂事件流毒广泛;
- 中国乳业新国标低于欧美标准引发争议;
- 湘鲁豫破获食用地沟油生产销售团伙案件;
- 中式卷烟研究在反对声中退出申报国家科技奖;
- 蒙牛牛奶一批产品被检出黄曲霉素等。

据悉,“中国公共卫生信息传播新视角”是中华医学会公共卫生分会公共卫生信息传播学组创办的公共卫生专家与新闻记者的交流平台,2011年成功开展了“2010年媒体关注的十大公共卫生热点”和首届“中国公共卫生新视角新闻奖”评选活动。

沟通会上,中国疾病预防控制中心首席流行病学专家增光教授对2011年以来的中国公共卫生新闻热点进行了深入分析。他指出,2011年以来,有关公共卫生的传言一个个破灭,质疑声音明显减少,可以看出媒体的公共卫生素养有了明显提高。

他同时强调,2011年以来的公共卫生热点问题依然成堆,首推食品、药品安全,众多名牌企业落马太不正常,企业需要加强自律、强化管理;控烟与反控烟博弈激烈,需要唤醒国家意志;零级预防是政府责任,专家和媒体都要出谋划策。

会上,中华医学会公共卫生分会主任委员张建中研究员、新探健康发展研究中心王克安研究员等专家表示,希望加强媒体与公共卫生专家的的交流沟通,科学报道公共卫生信息。

名词解释: 公共卫生

公共卫生是以保障和促进公众健康为宗旨的公共事业。通过国家和社会共同努力,预防和控制疾病与伤残,改善与健康相关的自然和社会环境,提供预防保健与必要的医疗服务,培养公众健康素养,创建人人享有的健康社会。公共卫生属于国家的公共事业,同时具备公有、公平、公益、公开和公信的性质。



(来源: 中国日报网, 2012年5月11日)

[回到目录>>](#)



【热点追踪】

1. 可口可乐这回完败
2. 加多宝去“王老吉”化 霸王抢占凉茶市场不顺畅
3. 洽洽食品被曝收购陈年劣质瓜子 或存商业贿赂

可口可乐这回完败

一次平常的生产事故，演变成一场品牌灾难。世界级500强可口可乐近日在媒体和网友的质疑中完败，是个值得中外公司好好汲取的教训。

2月3日，可口可乐(山西公司)管道改造施工出现故障，由于操作失误，含微量余氯的生产辅助用水混入了饮料生产用水中；

4月17日，媒体报道，消毒用的含氯水混入了2月4日至8日生产的12万箱可口可乐中；同日，可口可乐否认出现过“含氯水”，称所谓内部员工爆料，是员工出于私心断章取义，经查并不符合；

4月19日，山西质监局40人进入可口可乐公司调查；

4月28日，质监局公布资料，发现2月4日至8日的电脑记录被删，关键证人带薪休假不予配合；

4月29日，可口可乐公司承认操作失误，含微量余氯的生产辅助用水进入饮料生产用水中，强调产品安全，回避召回、赔偿等问题；

5月4日，可口可乐公司就含氯事件向公众致歉，并同意退货，将回收的产品及同批次库存产品销毁。

从上述简略的过程中，可以看出可口可乐公司的官僚气多么浓重。一个小事故，引爆了一个全层面的经营管理失败。

失败一：背离答案就在现场的原则。可口可乐严格的ERP管理系统，已捕捉不到真实的现场信息。一个职工误操作，致使管道故障发生。员工的首要责任是把故障记录下来，超越他的职权，要等待公司派人来处理。记录了，报告了，就是员工的所有职责。

失败二：公司主管们都在忙大事，这种管道小事故入不了他们的法眼。大公司的焦点已脱离了一线地头。管道维修与生产归属于不同部门，需要更高的权威来协调。已被登记的故障，没有在恰当的时间引起恰当人的注意。一个有重大关联的事故，竟然可以在此后的5天内没有引起相关管理人员的注意！

失败三：价值观逃离员工的心。可口可乐的质检部门齐全，有着严格的流程。可是含毒可乐却可以堂而皇之地生产、集装成箱、流入市场，不知可口可乐一直在标榜的“诚心协作和品质”的核心价值观到哪里去了？

失败之四：可口可乐原本有足够机会纠正这起事故。可是，他们什么都没有做。直到员工爆料，又站出来义正词严地指斥员工，落地有声地让中国人相信他们的品牌。他们只想着公关，而唯独不想品质；只想着信誓旦旦，没有想到那一颗颗被有毒食品折腾的脆弱的心。

失败之五：在危机被媒体曝光后，可口可乐大中华区总裁鲁大卫抢在山西质监局之前进入了厂区，做了准备。在山西质监局调查的整个过程中，可口可乐公司极不配合。删掉了电脑记录，还奖给关键证人“带薪假期”。不自己反思问题，还要掩盖问题，这已经不是一般的傲慢和无知了。

失败之六：销毁证据是犯罪。可口可乐是美国上市公司，对公司内部邮件有严格的存档要求。相关生产纪录应该也属于内控数据，不是想删就能删的。销毁证据是严重违规违法行为！中国消费者和政府质监部门，应向美国法院提起诉讼，让他们为此付出代价！

失败之七：良知缺失。比事故更可怕的，是公司的态度。事发后先是矢口否认，后又销毁证据，坦称公关不力，3个月后才道歉，又说不是食品安全，凡此种种，可口可乐已沦为一个全然没有良知和道德底线的企业，沦为纯然的经济动物。

这次事故，把这个称霸世界的大公司的危机点全部呈现出来了：官僚气，推诿，掩饰，概念盛行，说了就等于做了，强调了就等于执行了；团队失去激情，失去目标；员工心不在了，没人安心专注解决问题和创造了！一言以蔽之，可口可乐公司正面临着—场深刻的失信危机或称失心危机，这个大公司的癌细胞正在快速扩散！

(资料来源：东方财富网，2012年5月11日)



[回到目录>>](#)

加多宝去“王老吉”化 霸王抢占凉茶市场不顺畅

中国商标第一案、价值1080亿元的王老吉商标之争将在本月作出最后的裁决。2011年年底，加多宝便开始了全面的去“王老吉化”，这种去王老吉化的品牌运作方式，从某种意义上已经宣告了加多宝这个“养母”的败局。加多宝，这个曾经凭借红色罐装“王老吉”这一凉茶行业的第一大品牌纵横中国凉茶市场的饮料企业如今却不得不忍痛割爱。

霸王凉茶正是在加多宝开始全面去“王老吉化”的时候加大了凉茶的推广。如此一来，对凉茶市场抢占时机的选择充分展现给人们一个苦心孤诣的霸王凉茶。

凉茶，作为中华千年养生文化的优秀代表，以无毒无害的食用植物为原料，以中国传统养生理论为指导，具有一定清热解毒、生津止渴、祛火除湿作用，可作为日常随时饮用的一种凉茶饮料，很好地顺应了中国消费者的饮食和养生需求。不仅是加多宝看到了这一点，何其正、顺牌、潘高寿、黄振龙、宝芝林都看到了这一点，包括霸王在内。

凉茶市场从2003年算起，也有6年的发展时间了，然而其逐年增长的市场份额紧紧牵动着业内企业的盈利神经。查数据显示，2006年，凉茶饮料产量实现300%速度增长，达到近400万吨，稳居饮品市场销量前列，市场规模达到46亿以上；2007年第一季度实现190%速度增长，达98万吨，全年市场规模达到100亿以上；到2010年凉茶年销量已经增至2500万吨，超过可口可乐全球销量。



适宜的文化，不断增长的市场，还有凉茶第一品牌的重创硬伤……于是，霸王以为出山的机会到了！但是，事实证明，想法似乎有点单纯。

霸王集团2011年年报显示，在集团收入继续下滑的去年全年，霸王凉茶实现收入1.67亿元，成为集团第二大收入来源，占总收入18.8%。然而，这一数据后面还隐藏着霸王集团为此项业务而付出的巨大投入。

数据显示，2011年在核心品牌霸王洗发护发用品收入较2010年下滑超过一半的情况下，霸王集团的销售成本仍达到了5.4亿元，仅较2010年略下滑3.5%。

其中，该集团2011年为本草堂、丽涛和霸王凉茶三个品牌所确认存货跌价准备4300多万。而霸王集团对外也明显不愿透露对于其凉茶业务的具体投入，只表示广告投入约为几千万，同时也坦承，截至目前霸王凉茶仍为亏损，在一线市场打开市场困难。由于广州、深圳费用投资太大，霸王凉茶现在是先从其他品牌不那么强的地方集中火力打市场，在广西、海南等的部分地区，霸王凉茶销售乐观。

对于其真正的投入和产出，只有霸王自己心里清楚，但是反映在表象的，却是霸王凉茶被“更改生产日期”继续上架销售。且不论“更改生产日期”是谁的主意，又是谁在实施，显然已经从根本上传达出这个产品并不好卖的信息。

2011年年底，霸王凉茶和香雪制药的上清饮相继传出预备退市和停产的传言。尽管双方均进行否认，但这被认为是凉茶企业收缩业务的一个信号。霸王集团表示，今后仍将继续经营凉茶业务，但2012年会对凉茶业务规模进行控制。

由此，不管是霸王凉茶还是其他品牌，要在当今的凉茶市场成功突围实属不易。哪怕是在加多宝开始全面去“王老吉化”，而获得“王老吉”商标的广药集团并不急于追加王老吉品牌宣传的关键时刻，也不是随便谁都能成长为“乱世英雄”的，凉茶市场前景广阔，但企业还是应谨慎涉入。

(资料来源：慧聪食品工业网，2012年5月11日)

[返回目录>>](#)

洽洽食品被曝收购陈年劣质瓜子 或存商业贿赂

继洽洽食品抽奖“欺诈门”之后，如今洽洽食品再被曝收购陈年葵花子乃至劣质葵花子，原料采购把关不严，被供货商指责采购体系混乱、存在商业贿赂等行为。业内人士呼吁，坚果炒货食品安全标准方面，针对原料采购过程的标准亟待完善。目前，因受此负面消息影响，洽洽食品已经临时停牌。

据《第一财经日报》报道，有洽洽食品的供应商刘先生透露，洽洽食品为了节约成本，收购陈年葵花子，然后以一定比例掺入当年新出的葵花子，以达到节约成本的目的。他多年来一直给洽洽食品等多家炒货生产商供应葵花子等原料，目前其公司每年给洽洽食品供货500万斤左右。

据了解，一般当年出产的葵花子价格在3元/斤以上，而陈年葵花子价格最高2.8元/斤。业内人士称，陈年瓜子流入炒货行业的情况很普遍。当年新出的葵花子更加适合，其霉变率很低，但是去年的陈年葵花子则味道色泽都要差些，特别是霉变率更高。

由于缺乏相关原料标准，整个炒货市场原料供应混乱。刘先生认为洽洽食品采购体系混乱，“洽洽食品有很多供应商，这么多供应商难于管理，拖欠供应商钱款，不断变更供应商常有发生。”以他所在地为例，当地一个乡镇就有六个供应商，洽洽食品2011年年报显示，前五名供应商的采购额占采购金额的19%。足见其供应商集中度很低。

此外，洽洽采购人员也未必能杜绝腐败的现象。有个别采购人员收了红包，也会对品质并不好的瓜子放行。其他供应商也向媒体记者反映了类似情况。

业内人士称，陈年瓜子流入炒货行业的情况很普遍，但同时也不能说类似洽洽等坚果炒货企业迫于成本压力降低标准的行为是违法的，因为国家对于炒货原料采购方面缺乏标准，企业可以根据自己的需求采购。

对此，中国食品工业协会坚果炒货专业委员会秘书长翁洋洋表示，不管洽洽收购的是陈年还是廉价低质原料，只要最后出产产品达到国家标准即可。

本月初，卫生部公布了《食品安全国家标准坚果炒货食品》(征求意见稿)，新标准修改了标准的适用范围，标准适用范围扩大到生干坚果与子类和熟制坚果与子类，这是葵花原料第一次被列入国标。

5月10日早间，深交所发布公告称，由于公共传媒出现关于洽洽食品(002557)的信息，可能对公司股票交易价格产生较大影响，经公司申请，公司股票5月10日开市起停牌，待公司通过指定媒体披露澄清公告后复牌。

(资料来源：中国经济网，2012年5月10日)



洽洽食品



[回到目录>>](#)





【国内动态】

1. 中国果汁市场以低浓度果汁为主
2. 泸州老窖引资60亿 产能将扩大20%
3. 雀巢、美赞臣奶粉调价10%至12% 洋奶粉市场起震荡

泸州老窖引资60亿 产能将扩大20%



5月5日，泸州老窖集团相关负责人透露，他们引入逾60亿元社会资金打造的1.8万口酿酒酒窖将于本月9日集中开工建设。

泸州老窖近年来白酒销量保持了年均30%以上的增速。新增的1.8万口酒窖，既是对现有产能的补充，也是泸州酒业集中发展区正在打造的“酿造基地”。

泸州老窖相关负责人算了一笔账：每口酒窖分成12个阵列，每个阵列存放180公斤粮食，90天一轮换，一年轮换4次，再乘以40%的出酒率，1.8万口酒窖将酿造6.2万吨白酒——这相当于目前泸州老窖五分之一强的产能。

集原粮种植、基酒储存、灌装生产、包材配套、物流配送于一体，泸州酒业集中发展区已经发展成为我国最大的白酒产业园区，而随着“酿造基地”的建设，这一位于“中国白酒金三角”核心腹地的白酒产业集群将再次升级。

记者了解到，除了与酿酒相关的产业链条外，在酒业集中发展区还规划了三大“国”字号中心，即中国白酒产品交易中心、国家固态酿造工程技术研究中心和国家酒类及加工食品质量监督检验中心。

30万吨有机原粮种植、40万吨基础酒酿造、80万吨基酒储存、100万吨灌装生产、150万吨白酒配套包材供应、300万吨物流配送……目前，“中国第一个白酒加工配套产业集群”在泸州已具雏形。

据泸州老窖相关负责人介绍，此次1.8万口酒窖将布局在泸州的龙马潭区、纳溪区和泸县，与位于江阳区的酒业集中发展区形成差异化布局，不仅能保护酿酒的微生态环境，还能在更大范围上实现助农增收。未来，泸州老窖还将把传统的酿造文化、村落民居文化、酒文化和工业旅游等“串联”起来，实现更大范围的产业联动。

（资料来源：四川日报，2012年5月08日）

[回到目录>>](#)

中国果汁市场以低浓度果汁为主

近期，汇源果汁公布2011年全年业绩，公司营业额增加3.2%至约38.25亿元人民币，毛利率由2010年的36.7%下降约10个百分点至26.9%，主要由中浓度果蔬汁及果汁饮料的销量下跌及原材料价格上涨所致。统一企业3月27日也发布年报称，其2011年的果汁销售额突破30亿元，逼近汇源果汁全年38亿元的营业收入。统一企业公告显示，其名为“所用原材料、包装材料、易耗品及购买商品”的一项费用由2010年的70亿元猛增至100多亿元。财务方面，2011年动用约6.84亿元购置物业、厂房与设备，动用约8520万元收购土地，预计2012年的资本开支将相对2011年大幅减少。

中投顾问食品行业研究员梁铭宣：汇源果汁主要在中高浓度果汁市场上占据重要地位，而这一市场领域逐渐趋于饱和，因而增速呈现放缓态势。而统一主要在茶饮料和低浓度果汁市场上占据较高市场份额。尼尔森的数据显示，中国整体果汁市场依旧以低浓度果汁为主，2011年低浓度果汁在整体果汁市场中占比高达77%。

某业内分析师：从2011年的销售及营销开支方面也反映出汇源果汁在其细分领域内或进入瓶颈期，相关开支有所减少。而统一企业正好相反，市场推广开支还在大幅增长，表明公司在低浓度果汁市场处于扩张期。这就意味着，一旦2012年行业内成本压力下降，统一企业的业绩将会迅速释放出来。

农林食品研究员刘晓峰：对于低浓度果汁来说，必须要提高消费者的便利性，便利性靠什么，靠网络的庞大。但是在网络建设方面，应该说汇源压力非常大。

（来源：中国投资咨询网，2012年5月09日）



[回到目录>>](#)

雀巢、美赞臣奶粉调价10%至12% 洋奶粉市场起震荡

继今年3月份惠氏启赋和圣元优博等多个奶粉品牌提价后，雀巢、美赞臣等进口品牌奶粉也于近日再掀涨价潮。5月7日，华润万家证实已经收到两品牌厂家的提价通知，雀巢的涨幅为10%左右，美赞臣全线产品换装，价格涨幅在12%左右。业内人士表示，虽然奶粉每年都会两至三次调价，但这次或许是近些年涨幅最大的一次。

美赞臣婴幼儿奶粉“五一”过后全线产品换装，新品身价平均上涨30元，涨幅在12%左右。5月7日，杭州多家超市采购部经理表示，已经接到厂家的涨价通知。

其实，消费者和超市都已经摸出了一个规律，全线产品换新包装意味着价格就会上涨。“换装涨价，这也是厂家的一种营销策略。”杭州一家超市相关负责人告诉记者。

厂家的通知虽然已经发至超市，但是货架上的商品调价还需要一段时间。乐购超市华东区事务部经理傅涛表示，超市现在都在静观其变，只要有一家超市调价，大家就会闻风而动。

“我们超市有市场调研，看看哪家超市第一家涨价。毕竟现在超市还会有库存，等到存货卖完了，就必须得上新包装的货品，涨价就不可避免了。”傅涛说道。

同时，雀巢所有商品也将涨价，幅度在10%。“不仅仅是奶粉，咖啡等其他商品都将调价。”华润万家超市相关负责人表示。

“3至5个月的宝宝平均一个月要喝4罐奶粉，此轮涨价后，每个月买奶粉要多支出120元。这洋奶粉喝不起啊。”杭州市民周女士听闻雀巢、美赞臣奶粉将涨价的消息后语气有些无奈。



现在许多喝洋奶粉的家庭会选择网络购买，或者海外代购。记者调查发现，网店的婴幼儿奶粉提价从3、4月份就已经开始了。

淘宝店家健康宝贝母婴的店小二表示，“3月31日雀巢公布涨价，我们店里的奶粉价格就涨了。”

专做香港代购的淘宝店主猫莉娅说，境外市场的货品提价更早，他们的产品从2月份就已经开始涨价。

网络卖家介绍，原价235元的雀巢能恩1段奶粉900克/罐，涨了4.9元；原价319元的雀巢超级能恩1段奶粉800克/罐，涨了20.9元；雀巢能恩2段900克/罐，从140元左右涨到164.5元。

由于超市价格还未调整，网上价格先涨，一些网友抱怨，目前淘宝商铺上的价格比超市还贵。“这几个月销量比以前明显下降了很多。”多家淘宝网站的工作人员表示，“一旦超市涨价，网店又会断货。”

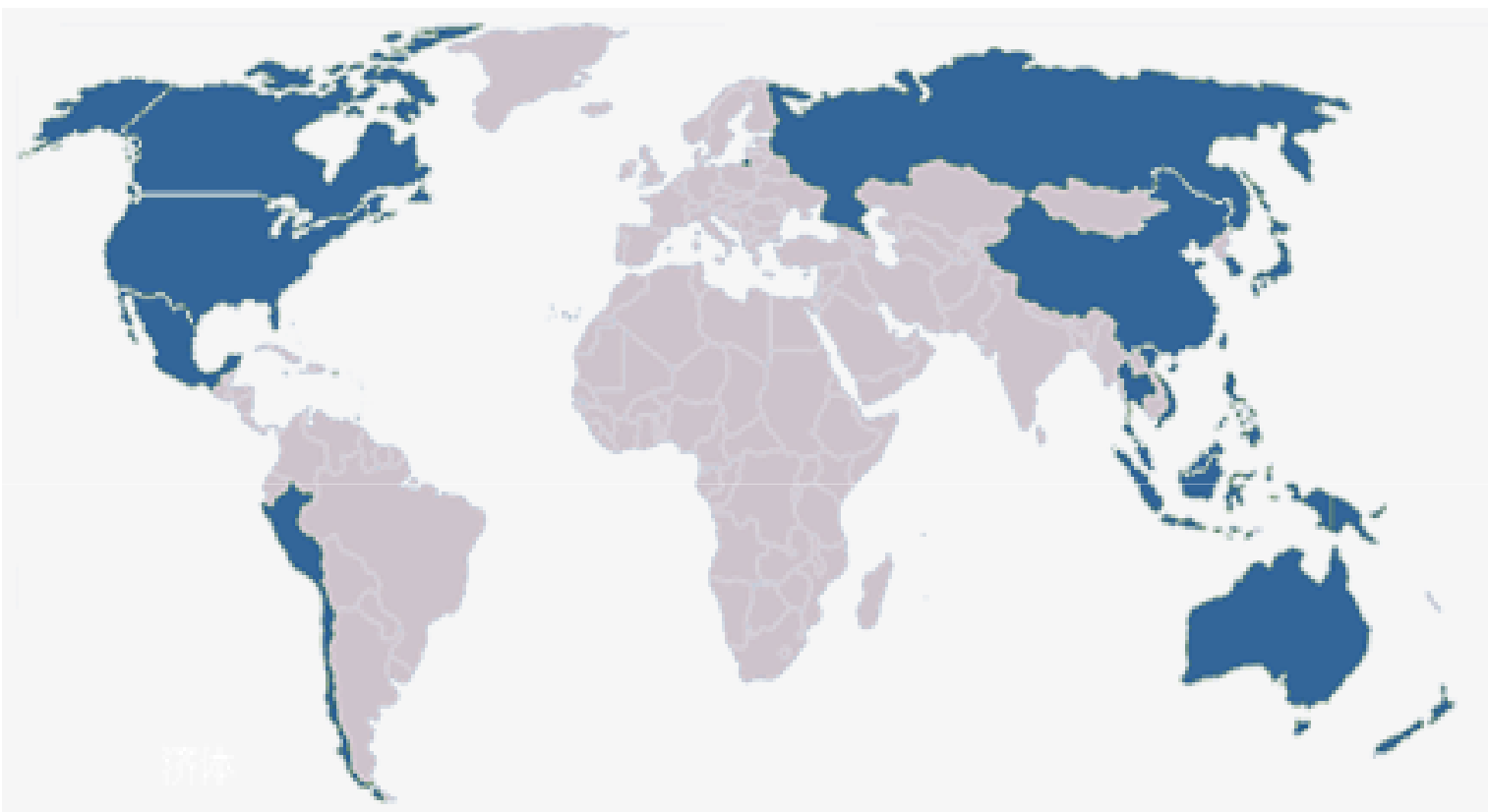
业内人士告诉记者，淘宝卖家的库存比超市普遍要小，产品提价时，库存卖得快，涨价也快，超前于超市的涨价会给网店的销售带来很大的影响。超市涨价的时候，网店如果没有做好库存准备，很容易产生断货。

“包括美赞臣、雅培、多美滋、雀巢、惠氏等品牌在内的洋奶粉，每年都会提价两三次。前几年还是4%、5%、6%的提价幅度，这次一下子提价10%至12%，涨价幅度变大了。相比2008年，洋奶粉每罐奶粉至少提价50元，多则100多元。”业内人士预测，洋奶粉不仅是涨价幅度增大，还面临涨价频率增加。而今年4月下旬，雀巢收购惠氏奶粉让洋奶粉进入“集中涨价期”。

统计显示，目前在全球市场，雀巢已在婴幼儿奶粉占19.3%份额，美赞臣和拥有“多美滋”品牌的达能分列二、三位，分别为16.4%和13.5%。惠氏占比5.6%。因此，雀巢拿下惠氏将进一步巩固现有的大佬地位，进一步拉开与美赞臣、达能的距离。业内人士表示，“行业最怕垄断行为，妈妈们一味的相信洋品牌奶粉，会宠坏这些厂家。洋奶粉一次又一次的提价，颇让人担忧。”

（资料来源：中国网，2012年5月09日）

[回到目录>>](#)



【国际视野】

1. 全球液态乳制品消费持续增长
2. 欧盟集成新兴技术 针对肥胖症研制新型食品
3. 百事可乐配方发明者后代告百事侵权

四

全球液态乳制品消费持续增长

5月7日，全球领先的食物加工和包装解决方案供应商利乐公司发布了第五期《利乐乳业指数》报告。在分析全球乳业发展的现状、数据和趋势的同时，该报告预计：发展中市场的27亿低收入消费者对包装液态乳制品需求将稳步提升，其乳制品消费量将从2011年的700亿升左右增长至2014年的约800亿升，成为乳业未来最主要的增长点之一。利乐预测，2011年至2014年间，中国液态乳制品消费的年均复合增长率约为10.2%，居全球首位。

报告预测，未来3年全球液态乳制品需求将持续增长，液态乳制品消费年复合增长率将从2008年至2011年间的2.5%上升到2011年至2014年间的2.9%。

报告分析显示，乳酸饮料、婴幼儿牛奶与风味奶有望成为需求增长最快的品类。其中，乳酸饮料凭借价廉物美而赢得亚洲低收入消费者钟爱，2011年至2014年间其消费年复合增长率有望高达11.9%。其次是婴幼儿牛奶，预计其同期年复合增长率将为9.0%。风味牛奶同样价格低廉、备受好评，预计其同期年复合增长率为4.8%

报告预测，全球发展中市场低收入消费者的乳制品消费量将从2011年的700亿升左右增长至2014年的约800亿升。同时，许多低收入消费者有望在未来几年内放弃散装牛奶，转而选择包装乳制品。

利乐集团总裁兼首席执行官杨德森（Dennis Jönsson）表示：“低收入消费者将是未来数年乳制品行业最主要的增长点之一，赢取这些新兴消费人群将是乳制品企业未来成功的关键。占全球人口近40%的低收入人群主要居住在乳业发展迅速的新兴国家，他们的收入水平正日益增长。”

低收入消费者日收入一般为2至8美元，人口占有所有发展中国家和地区的50%左右，其中半数生活在印度和中国。在中国，该群体主要居住在县、县级市和镇，占全国人口的55%，年人均消费牛奶52升，低于大城市消费者的78升。尽管这一细分市场还鲜有乳制品企业涉足，但这些位于收入“金字塔深层（Deeper in the Pyramid, DiP）”的人群，消费了发展中市场38%的液态乳制品。此次利乐的市场调研也主要在中国、印度、印度尼西亚、巴西、巴基斯坦和肯尼亚等六国展开，它们占据了全球低收入消费者液态乳制品消费总量的76%。

报告同时认为，开拓低收入市场的机遇与挑战并存。利乐指出，乳制品行业必须克服三大挑战——为收入有限的消费者提供他们买得起、买得到且富有吸引力的产品，才能充分挖掘低收入市场的潜力。因此，乳制品企业必须在不增加过多成本的前提下，生产出健康、安全、营养的包装乳制品。同时，无论在偏远农村还是喧闹都市，只要低收入消费者光临的购物场所，分销渠道都应当有所覆盖。

报告认为，为了开发出低收入消费者青睐的产品、包装及加工解决方案，企业应当恪守创新与高效两大要诀。杨德森表示：“我们必须以更新颖的思路研发产品，拓展分销与销售渠道，才能让更多发展中市场的消费者购买到物美价廉的乳制品。”

（来源：中国奶业协会信息网，2012年5月08日）

[回到目录>>](#)

欧盟集成新兴技术 针对肥胖症研制新型食品

当今世界，随着生活水平的日益提升，肥胖症结伴而行，已成为工业化发达国家面临的重要挑战。专家研究报告显示，按照目前肥胖症的增长速率，2050年英国60%的男士、50%的女士和25%的儿童将成为肥胖症患者，体重超重者不在计算之内。肥胖症严重威胁人类的健康，显著提高糖尿病II型、高血压、心脏和肝脏、以及部分癌症的患病风险。同时，降低病患生活质量、增加公共医疗支出，肥胖症的直接医疗费用已占到欧盟公共医疗支出的5%左右。

欧盟第七研发框架计划（FP7）资助600万欧元，集中了欧盟9个成员国比利时、丹麦、西班牙、法国、意大利、荷兰、奥地利、瑞典和英国，有关人体能量吸收、体重控制、肠胃消化和大脑食欲等方面的生物技术专家，组成SATIN（SatietyInnovation）研发团队。研发团队科技人员的组合重视创新公私伙伴关系的搭配，除顶尖科研机构的科研人员外，还包括食品生产和销售领域大型企业和科技创新型中小企业的食品设计及生产专业人员。研发团队将充分利用现代新兴食品生产加工技术，综合集成新的创新技术，开发具有饱感放大的食品（Satiety-EnhancedFood）。新兴技术分别包括：发酵培养基、真空技术、生物酶应用、乳化工艺、超滤技术、升华干燥、冻结保鲜、热量处理、蛋白修饰、脑神经学、食品结构、包装工艺等。

肥胖症患者和体重超重者很难控制自己的体重和节食，往往过量消费食品，尤其对高脂肪和高糖分食品很少具有饱感，这一定程度上是由于高热量密度食品，降低了肠胃荷尔蒙讯息的传递。研发团队的主要研发目标是，深入理解食品食欲的表现机理，生产出即保证基本营养量又美味可口的新型食品，降低食欲、加速饱感和控制体重，让肥胖症患者快乐着减轻自己的体重。

（来源：科技部， 2012年5月08日）



[回到目录>>](#)

百事可乐配方发明者后代告百事侵权

外媒报道称，协助开发百事可乐配方的理查德·里奇的后代起诉该汽水公司，称他们有权分享详述父亲的发明的公共文件。

据美联社报道，里奇的儿女说，百事可乐公司对他们推销或出售父亲的生平故事及详述其1931年苏打水配方的文件进行干预。

该诉讼寻求如下声明：他们披露那些文件的做法应该受到（美国宪法）第一修正案所赋予权利的保护，而不应被认为是违反商业机密条款。

在曼哈顿联邦法院发起的这场诉讼中，琼·里奇·西莱克和罗伯特·里奇还寻求被告对“不公正、不恰当地干预”其拥有的涉及其父文件的权利进行未特别指明的赔偿。

据百事可乐公司的网站说，该公司的同名可乐是北卡罗来纳州药剂师凯莱布·布拉德姆在19世纪90年代末发明的。该饮料之所以这么命名，是因为其中含有胃蛋白酶制剂（pepsin）和可乐坚果（colanuts）成分。布拉德姆在第一次世界大战后因破产而失去了这家公司。

4日提起的这项诉讼说，这种饮料在里奇1931年更改配方后取得了商业成功。它说，当时里奇在一家名叫洛夫特的公司研制糖果配方，此时公司总裁查尔斯·古思购买了破产的百事可乐公司。

古思不满于百事汽水的味道，于是要求里奇拿出口味更好的配方。该诉讼说，这个配方在1934年变成了商业上极为热门的东西。

它说，里奇在1941年将他的一份“发明”材料交给了当时的百事公司总裁，那份复印件被公司存在了一家银行的保险库里。据该诉讼说，百事公司知道里奇为自己保存了原始文件。

里奇于1985年去世。他的后代直到2008年才在他的箱子里找到了那些文件。

据该诉讼说，百事公司后来要求他们归还文件，并说披露文件无异于盗用百事的商业机密。

（来源：参考消息网，2012年5月10日）



[回到目录>>](#)



【调研与数据】

五

1. 全国猪肉价格下降超15% 接近去年同期水平
2. 蔬菜价格上涨不改CPI下行趋势

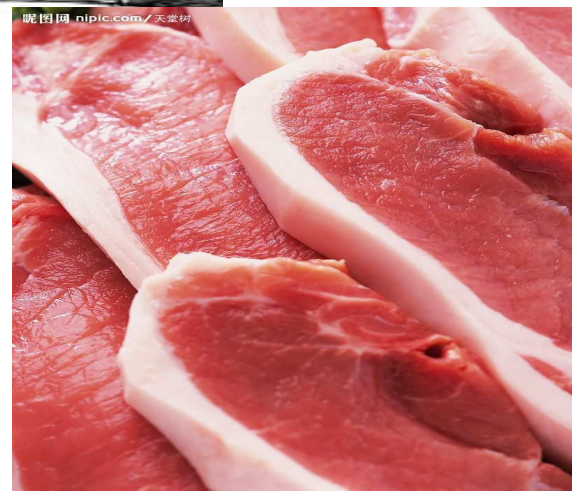
全国猪肉价格下降超15% 接近去年同期水平

据新华社全国农副产品和农资价格行情系统监测，与前一日相比（下同），5月7日，牛羊肉、食用油价格以涨为主；猪肉价格下降；蔬菜、水果、水产品价格微幅波动；禽蛋、成品粮、奶类价格基本稳定。

纯花生油、纯菜子油、纯大豆油、花生调和油、大豆调和油价格上涨，纯葵花子油价格下降，波动幅度均未超过0.2%；牛腱肉、牛腩肉、去骨鲜羊肉价格上涨，带骨鲜羊肉价格下降，波动幅度均在0.1%以内；猪后臀尖肉、猪五花肉价格分别下降0.2%、0.1%。

监测数据显示，今年1月底以来，全国猪肉价格持续下降，与1月31日相比，5月7日，全国猪后臀尖肉、猪五花肉日均价分别下降15.2%、15.8%。目前全国猪肉价格已接近去年同期水平，5月7日同比涨幅不足4.0%，山西、辽宁、吉林、黑龙江、福建、湖北、湖南、广西、重庆、青海等地的猪肉价格已低于去年同期，同比降幅在1.0%~5.5%之间。

（来源：财经网，2012年5月08日）



[回到目录>>](#)

蔬菜价格上涨不改CPI下行趋势

商务部5月8日公布的监测数据显示，前一周（4月30日至5月6日）食用农产品价格小幅回落，其中，猪肉价格持续下跌，比1月下旬下降14.7%。而叶类蔬菜价格继续上涨，其中，大白菜和圆白菜价格分别比前一周上涨7.1%和6.7%。

最近由大白菜涨价引发的讨论比较多，在近3个月中，大白菜价格有近八成的涨幅。不过，业内专家指出，蔬菜价格的这种反常上涨不可持续，不会影响居民消费价格指数（CPI）的总体下降态势，4月份CPI将小幅回落。

按照往年规律，随着天气逐渐转暖，蔬菜进入生长加速、大量上市季节，价格往往会出现较大回落。然而从今年3月下旬开始，虽然全国蔬菜价格整体呈下降走势，但多种蔬菜价格仍持续上涨且创近年来新高，尤其进入5月以来，全国各地菜价逆市“疯涨”，创近年来新高，市民抱怨“一棵白菜顶一斤半猪肉”。根据相关监测数据显示，与2月20日相比，5月6日大白菜、白萝卜、胡萝卜价格分别上涨80.0%、37.8%、32.1%。不过，分析人士认为蔬菜价格的这种反常上涨不可持续。

光大证券首席宏观分析师徐高表示，因3月中旬蔬菜价格曾反季节上升，3月份CPI从2月份的3.2%回升至3.6%。不过，根据商务部近几周食品价格的监测数据，蔬菜价格已明显下跌。再加上目前猪肉价格仍然处于下行阶段，4月份食品价格上涨的压力不大。

中信建投宏观分析师胡艳妮也表示，4月份CPI将小幅回落。她认为，由于季节性因素影响，特别是蔬菜水果类商品4月份以来进入上市旺季，价格出现正常回落，加上去年猪肉价格飙升，现在正值出栏旺季，猪粮比也跌至盈亏平衡点以下，这两大项拉低了4月份食品价格涨幅，短期看，近期国际油价有所回落降低了前期一度高企的输入型通胀压力。因此，二季度通胀下行趋势应该不变。

高盛资深中国经济学家宋宇表示，食品价格，尤其是蔬菜价格自3月中旬以后有所下滑，但在4月下旬又有所反弹，这可能导致食品CPI通胀率处于相对较高的水平。另外，自3月20日起上调成品油价格也可能对4月份CPI通胀率数据造成一些影响。

尽管对4月份具体数据的判断略有分歧，但对4月份CPI将小幅回落，二季度CPI更是难以出现反弹的结论已成共识。中金公司首席经济学家彭文生认为，今年通胀回落的大趋势不变，但未来两个月CPI将基本持平，到6~7月份将再度明显下降。

徐高也表示，在整个二季度，CPI通胀都将呈现趋势性回落态势，但下降幅度也不会太大。

（来源：证券时报，2012年5月09日）



[回到目录>>](#)



【双周声音】

六

1. 黄付生：未来三四年啤酒行业基本稳定增长
2. 黄齐超：饮用水合格率别成了“国家机密”

黄付生：未来三四年啤酒行业基本稳定增长

中广网北京5月10日消息 据经济之声《交易实况》报道，中信建投食品行业分析师黄付生做客《交易实况》，为大家解析啤酒行业投资机会，黄付生认为未来三四年啤酒行业基本是稳定的个位数增长，公司可能会比行业要高一些。

记者：从整个行业角度来看，啤酒的销量和其他酒类相比为什么一直显得比较缓慢？

黄付生：这个和白酒没法比，啤酒它本来就是一个快销品，因为本身的基数很大，每年的啤酒销量基本上都是在4500万吨的样子。白酒整个行业增速是20%左右，啤酒行业的增速是10%左右。从公司的角度来看，因为白酒毕竟还是比较分散，啤酒主要是集中在几家企业，所以啤酒增速不是特别高，但是很多白酒公司特别是一些优势的高档酒，它每年的收入利润翻番，看的比较明显。因为两个行业的特征不一样，啤酒行业的性质决定了每年这种稳定的增长。

记者：啤酒业的现在竞争格局是什么格局？

黄付生：现在行业基本上是以寡头垄断的局面，现在中国啤酒市场主要的是有四大家，一个是华润雪花、青岛，还有外资的百威，北京的燕京啤酒，现在主要是集中在四家企业里面，这四家企业行业集中度基本上超过60%，其他的还有五六家小的啤酒厂规模在一两百万吨规模水平的啤酒厂，但是他们的市场份额比较少，还是区域性的品牌。

记者：现在既然是这种寡头垄断的时候，寡头啤酒厂商会不会有这种定价权？

黄付生：定价权主要还是区域性的，如果它在某一项，珠江啤酒可能在广州有一定的定价权，因为它的市场主要是集中在广州，但是像燕京啤酒在北京市场份额非常大，它就有定价权。

啤酒基本上还是区域性的，即使像雪花这种全国性的产量比较大，国内现在产量第一的，在全国也没有统一的定价权，主要还是在他们优势的市场有定价权。

记者：那就是说集中度还不够？能不能这么理解？

黄付生：还是在集中度上升的阶段。如果行业全集中在两家上的话，这些具有定价权就可以提价，它的盈利能力就会非常强。中国现在即使集中的话也会集中在这四家手里，不可能集中在两家手里。

记者：我们看一下龙头企业青岛啤酒，现在有观点认为这个公司今后几年的利润复合增速很难超过30%。

黄付生：复合增长基本上这么多年都在百分之十几，百分之二十的样子，不可能超过百分之三十，因为它和白酒不一样，价格每年都是比较稳定的，他们的增长都是量的增长，但是量的增长每年基本上就是在10%左右，不可能有非常高速的增长，因为这个行业特性就是比较稳健的。

记者：它的估值的话，大概几倍合理呢？

黄付生：这种啤酒企业的毛利率还是比较高的，另外量比较大，所以对于他们的估值基本上在20多倍。因为啤酒企业的现金流比较好，而且其实国外的企业啤酒企业的估值基本上都是在20多倍的样子，所以国内的企业和国外的企业在估值上基本上没有什么太大差异，但是国内企业的成长性国外企业要好，因为我们可以看一下国外主要的啤酒企业基本上这么多年以来他们都已经饱和了，无论收入还是利润基本上是比较稳定的，没有什么增长，但是中国啤酒企业每年还会有百分之十几百分之二十左右的增长。

(资料来源：中国广播网，2012年5月10日)

黄齐超：饮用水合格率别成了“国家机密”

据媒体调查称，2009年住建部曾对全国城市饮用水水质状况做普查，但至今未公布数据结果。多位业内人士称，此次检测结果实际合格率仅50%左右。调查显示全国城市供水管网质量普遍低劣，不符国标的灰口铸铁管占一半。目前，北京、上海等大城市饮用水仍无法直饮。

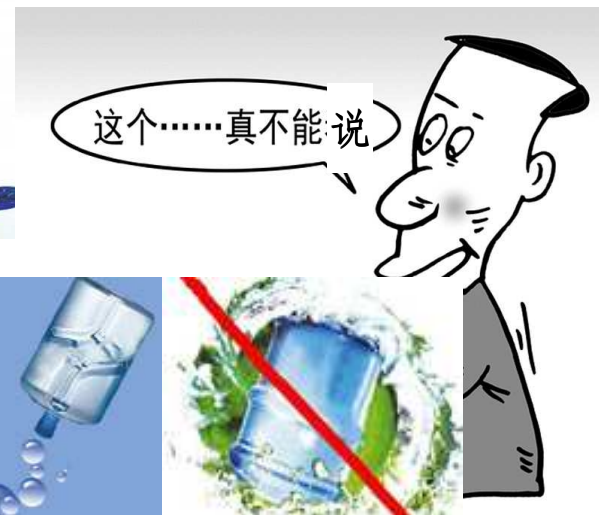
一日三餐，饮用水是离不了的。最近，媒体爆出了我国饮用水合格率仅50%左右的新闻，这如一记重磅，砸向了公众“饮用水安全”这根敏感而又脆弱的神经。这个结果是否属实？当然只有负责检测调查的住建部才能证实或证伪。可是，住建部在普查了全国饮用水水质状况三年之后，仍然没有下文，这难免会让公众胡乱猜测，甚至谣言四起。

要让真相走在谣言的前面，这是相关部门回应质疑，消除公众疑虑的不二法宝。住建部将饮用水合格率不为外人道也，或许是想淡化公众对饮用水安全的担忧。然而，相关数据一直秘而不宣，反而会增加几分神秘色彩，让水质调查有了“此地无银三百两”的意味，岂不是坐实了“饮用水质量差”的说法，让公众更加担忧？可以说，当饮用水合格率成为了外人无法获知的“国家机密”时，人们担忧的不仅仅饮用水水质，还要职能部门的公信力。

其实，只能坦诚地公布调查数据，就算我们的饮用水合格率不那么乐观，我们也会慢慢理解，毕竟，冰冻三尺非一日之寒。政府部门有了公布真相的勇气，才能让相公众信他们有积极改善水质的诚意。否则，只是试图掩盖真相，还谈何诚心诚意地为老百姓办实事？再说，政府一直提倡政务公开，水质调查涉及了千家万户，也是一项公务，怎能和大家“躲猫猫”？

三年之前的水质调查，参照的现行国标。可是，这个国家标准远远落后于国际标准，也不能满足民众健康的要求，又是一大遗憾。据悉，今年7月1日起，中国将强制执行接近国际标准的最新饮用水标准。如果住建部一直视饮用水合格率如“国家机密”，到那时，公众怕是要老账新账一起算了。

（资料来源：中国网，2012年5月08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