

国标敲定一周 辣条行业“翻新”

在“辣条国标”出台一周后,北京商报记者走访调查发现,卫龙、来伊份、口水娃等多家辣条生产商已经开始执行新的国家标准。12月10日,国家市场监督管理总局针对调味面制品(包括俗称的“辣条”类食品)发布质量安全监管的公告,要求各地市场监管部门对“辣条”类食品统一按照“方便食品(调味面制品)”生产许可类别进行管理,并首次统一了辣条类食品分类及添加剂使用标准。这意味着,辣条标准的“南北之争”落下帷幕。业内人士认为,辣条国标的出台使行业重新洗牌。不达标的中小企业会被逐渐淘汰,头部企业实现产品规范化、品牌化、规模化发展。同时,辣条行业的竞争也将进入白热化阶段。

中国主要辣条品牌

卫龙

大辣棒 亲嘴烧
大辣片 大面筋

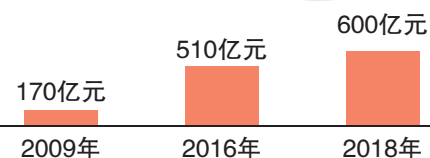
三只松鼠

约辣 好多啦
BIG大辣片

来伊份

辣货 辣嘴亲亲条
小逗皮

2009-2018年 中国辣条行业市场规模统计



国标出台

针对近日国家出台的“辣条国标”,北京商报记者走访各大超市了解到,目前,卫龙、口水娃、来伊份等辣条企业均已按照国家出台的GB 2760中方便食品的分类规范使用食品添加剂。

关于辣条国标出台后对相关企业的影 响,北京商报记者采访了卫龙、来伊份、三只松鼠等企业。来伊份相关负责人告诉北京商报记者:在迎合消费者口感的同时,来伊份会严格管控食品原辅料,注重产品配方研发,后续来伊份将加大产品研发力度。”截至发稿,卫龙、三只松鼠尚未予以回复。

12月10日,国家市场监督管理总局发布《关于加强调味面制品质量安全监管的公告》(以下简称“公告”),从统一辣条类食品分类、加强原辅料和生产过程管控、倡导减盐减油减糖等六个方面对加强调味面制品质量安全监管提出要求。

值得注意的是,辣条国标出台至今仅有一周,辣条企业为何整改如此之快?业内人士介绍,一方面,辣条国标的制定是一个循序渐进的过程,在辣条国标正式出台之前,辣条的标准就已经在业内引起了广泛讨论,很多企业在这个过程中进行了整改。另一方面,很多辣条企业的生产标准本身就是符合新的辣条国标的。

事实上,辣条标准的改革早已悄然开始。2019年8月,河南省卫生健康委

会与河南省市场监督管理局联合发布公告,根据《中华人民共和国食品安全法》规定,按照《国家卫生健康委办公厅关于进一步加强食品安全地方标准管理工作的通知》要求,经研究,决定自2019年10月1日起废止《河南省地方标准调味面制品》。

南北之争

在辣条国标正式发布前,由于辣条的产品归属类别不明确,一度引发辣条标准的“南北之争”。2018年9月,卫龙辣条湖北下架之争”曾引发关注。湖北省食品药品监督管理局(以下简称“湖北省食药监局”)因多款卫龙辣条抽检不合格要求其下架,辣条生产大户“卫龙食品”则坚称其产品符合河南地方标准,双方各执一词。

2018年8月,湖北省食药监局发布公告,卫龙、谢博士、小鹏食品、香铛铛、钟芹辉等多款辣条产品被检出不合格,其问题主要聚焦在违规使用了《食品安全国家标准食品添加剂的使用标准》(GB 2760)中要求“方便米面制品(除米面灌肠制品外)不得使用山梨酸及其钾盐(以山梨酸计)和脱氢乙酸及其钠盐(以脱氢乙酸计)。”

作为辣条的龙头企业——卫龙则回应称,按照生产地河南省的标准,其生产的产品完全合格。对此,其他涉事企业也回应称其为各地辣条生产执行标准不一致所致。一时间,辣条生产标准问题再度引发关注。

其中,“南派”辣条以湖南省等为代表,执行《挤压糕点地方标准》;而“北派”则以河南省等为主,执行《调味面制食品地方标准》。在不同标准中,产品表述、添加剂使用限制等多有不同,也导致了同样的辣条在不同地区可能面临不同的抽检结果。

辣条的添加剂使用,到底应当按照河南省的要求“参考糕点类、膨化食品类相关国家标准”,还是应当按照湖北省的要求“纳入‘方便食品’进行管理”?当时一度引发辣条标准的“南北之争”。

经济学家宋清辉表示,此次市场监管总局公告再次明确辣条统一按照“方便食品(调味面制品)”生产许可类别进行管理,由卫龙等辣条食品被湖北省食药监局抽检不合格引发的辣条标准之争正式落下帷幕。

洗牌在即

“辣条国标的出台对辣条行业的发展具有关键性、指导性和强制性作用,整个行业将面临重新洗牌。不达标的中小企业会被逐渐淘汰,头部企业会逐渐实现产品规范化、品牌化、规模化发展。”中国食品产业分析师朱丹蓬表示,同时,由于辣条行业的标准化,三只松鼠、来伊份等零食大亨可能会加速辣条产品的布局和发展,辣条行业的竞争也将进入白热化阶段。

根据公告,各地市场监管部门对辣条类食品统一按照“方便食品(调味面制品)”生产许可类别进行管理,生产企业要

按照《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》(GB 2760)的相关规定使用食品添加剂,不得超范围、超限量使用食品添加剂。凡与此不一致的,应当于2020年1月31日前调整到位。

业内人士分析认为,市场监管总局发布公告,统一辣条生产标准,既解决了标准不同所导致的纷争和纠葛,又能督促企业尽量提高生产水平。根据相关规定,生产企业要改进生产工艺,改善产品配方,制定食品企业标准,降低调味面制品中盐、脂肪、糖含量,提升产品营养健康水平。从此,相关企业可以生产安全健康水平更高的辣条,改进辣条生产工艺,提高辣条营养健康水平,也让消费者既吃得过瘾又吃得放心。

在超市中,北京商报记者随机采访了几位消费者对于辣条国标出台后的感受,大部分消费者表示,在国检标准的监管下,辣条会更加健康,可以安心地吃辣条了。

据业界统计,辣条有近600亿元的产值规模。过去,由于没有统一标准,辣条食品似乎在好吃与健康之间难两全,因此,辣条行业一直未能充分发挥出其产业应有的实力。如今,在国家标准统一之后,辣条行业的蓝海市场必然会引来众多食品行业的角逐。”宋清辉表示。

朱丹蓬称,随着国家标准的落地,一批不符合标准的企业势必会退出市场,这在很大程度上会规范和净化行业,为整个行业的发展提供纲领性的指导和法律法规的支撑。

北京商报记者 钱瑜 王晓/文并摄

优诺进军鲜奶市场

北京商报讯(记者 姚倩)酸奶界的“哈根达斯”优诺乳业(以下简称“优诺”)开始加速丰富旗下产品矩阵。12月10日晚,优诺母公司天图投资发文称,优诺首发高端牛奶产品,正式进军鲜奶市场。

此次新品上市,优诺将着重首发两个细分市场板块,即高端零售市场及以咖啡、烘焙为主的餐饮市场。在优诺方面看来,中国餐饮业2019年收入增长达18%,咖啡市场更高达31%。借助优诺酸奶相继与星巴克、瑞幸等大型高端咖啡连锁的合作优势,优诺牛奶有望迅速抓住市场增长机遇。同时,优诺牛奶将率先在上海、北京等一线城市的高端线下零售终端面世,之后继续推进其余中高端市场及城市。

优诺董事长朱玺表示,优诺将以跨品类多元化战略,首先从中国启航,将更多乳制品带给全球消费者。优诺总经理李毅辉称,凭借法国优诺在中国日益提升的品牌影响力等,优诺将抢先抓住中国高端牛奶市场出现的增长机遇,快速推进线上线下全渠道市场。

据了解,优诺于1965年由法国最大的牛奶协会索地雅(Sodiaal)创立,是全球第二大酸奶品牌。资料显示,2011年,全球最大食品公司之一的通用磨坊通过收购优诺51%股权,将其收入麾下;2015年,优诺进入中国市场;2019年3月,优诺在华业务被通用磨坊出售给天图投资。

目前,优诺旗下的产品品类主要是发酵乳。北京商报记者在朝阳区一家超市看到,优诺酸奶有原味、热带椰风、黄桃果粒、抹茶细语以及红豆绵绵等8种口味的发酵乳在进行售卖。同样,在优诺天猫旗舰店,优诺主要在售产品为瓶装以及罐装的不同口味发酵乳。

在乳业专家宋亮看来,优诺已经在华东、华南等地区的一二线城市充分布局,业绩很难再得到较大增长。在此情况下,优诺需要扩充品类、增加新的产品。

中国食品产业分析师朱丹蓬在接受北京商报记者采访时表示,为了长期发展,目前仅拥有发酵乳产品的优诺需要向多品牌、多品类方向进行布局,在鲜奶市场前景良好的情况下,优诺有必要向该领域进军。

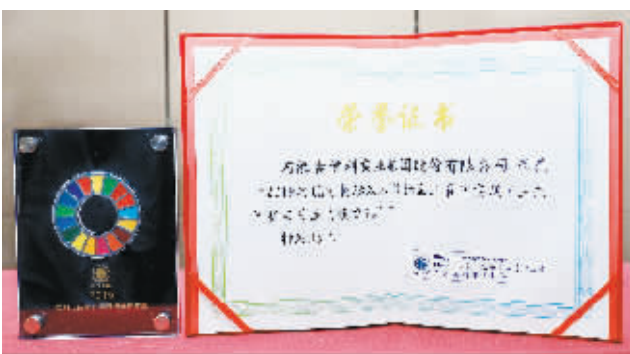
数据显示,2018年新鲜牛奶总容量已超过427亿元,包括新鲜牛奶、新鲜酸奶、新鲜乳酸菌产品,年度增速达6.1%。增长的市场吸引了众多企业布局。2019年11月,君乐宝正式发布鲜牛奶品牌“悦鲜活”,首次推出鲜奶产品。2019年1月,光明乳业宣布其鲜奶国内份额第一,并发布“鲜奶战略”,以在鲜奶份额领先的基础上,进一步扩大版图、丰富新鲜品类。

宋亮称,目前众多乳企都在布局该市场,同质化竞争激烈。如今,优诺的布局主要集中在二线城市,如何向三四线城市下沉、衔接,是优诺进一步打开市场、获得增长的关键。针对公司新品渠道布局等具体问题,北京商报记者多次致电优诺母公司天图投资,但截至发稿未收到任何回复。

连续三年被联合国认可 伊利以“最佳实践”成就行业首位

12月13日,由联合国全球契约中国网络举办的“2019实现可持续发展目标中国企业峰会”在京举行。伊利集团凭借生物多样性保护实践,再次被联合国全球契约授予“实现可持续发展目标2019企业最佳实践”的殊荣,成为行业内一家连续三年蝉联此项殊荣的企业。此前,该案例入选《中国落实2030年可持续发展议程进展报告(2019)》,代表中国政府向世界展示可持续发展推进成效。伊利是这份“国别报告”中的首家健康食品企业、首家中国上市企业。

多年来,伊利屡屡受到国际权威组织和中国人民政府的推崇认可,这与其在可持续发展领域先人一步、提前布局的长远战略眼光密不可分。早在2007年,集团董事长潘刚就提出了“绿色领导力”理念,伊利以绿色产业链发展战略带动产业链上下游的可持续发展,从发布中国民营企业的第一份《企业公民报告》,到建立行业内第一个“共享健康可持



发展体系”,再到行业内第一个加入联合国全球契约的中国食品企业,伊利始终以引领者的姿态为行业注入榜样的力量,成为推进健康食品行业可持续发展的最佳领航员。

伊利在绿色生产、环境保护等方面采取强力措施,在行业内率先开展全面碳排查、开发“牧场种养结合粪污资源化综合利用”新型农牧业生态循环模式、使

用FSC可降解包材……一系列举措为产业链上下游提供了可持续发展的借鉴模式,成为联合国和专业性国际组织评定下的“以低碳理念履行社会价值的最佳表现者”。

除了以自身实践引领行业发展,伊利还以先行者的责任和担当,积极参与相关行业标准的规范、制定。在12月12日召开的《农场动物福利要求(奶牛)团体标准立项研讨会》上,伊利作为主要编写单位,与中国农业国际合作促进会动物福利国际合作委员会(ICCAW)等国内外权威机构,共同起草《农场动物福利要求(奶牛)团体标准》。据介绍,该标准是中国首部农场动物福利标准,受到国际社会的高度重视和普遍认可,它在填补国内空白的同时,对于推动我国畜牧业的可持续发展亦将具有更为深远的意义。

潘刚表示,只有实现企业与自然、与社会各相关群体的良性互动,才能达到短期利益和长期发展的统一,可持续发展的企业才是真正有生命力的。在可持续发

展的道路上,企业需要充分激活长板优势,与各行业企业同轨并进,并主动发挥龙头企业的责任担当,与社会各界共谋绿色发展,共建全球健康生态圈,让世界共享健康。

公告

本人,韩国元,保险销售从业人员执业证书不慎遗失,证书信息如下:
执业证编号:00003211010100102019002422
公司工号:30207389
所属公司:中信保诚人寿保险有限公司北京分公司
所属分公司:北京
业务范围:普通寿险、意外伤害保险、健康保险、所属保险机构授权销售的其他保险产品。
该执业证作废,特此声明。
2019年12月17日