

折价促销 乳企拉响去库存“警报”

近日,北京商报记者走访商超发现,多家品牌乳企实行不同程度的降价促销策略,礼盒装常温牛奶成降价“重灾区”。为提振乳产品消费需求,除了在线上线下店面终端开展价格优惠活动,各大乳企还通过“社群营销”发力“到家”业务,直接送奶到户。业内人士认为,这与“双节”市场预计需求没有释放有关:一方面,疫情导致“到店”消费行为大为减少,乳企库存积压严重,企业通过降价销售加紧去库存;另一方面,疫情期间人们消费需求结构发生改变,应急类快消品消费上升,带有礼品性质的快消品消费则出现下降,乳产品只好祭出促销大旗。

折价促销

“这款牛奶平时都标价60多元一箱,现在才卖到40几元。很多牛奶都在做活动,就连一些平日里几乎不参与促销的品牌也加入到降价促销的行列。”北京商报记者在选购牛奶的过程中,北京物美超市蒲黄榆店销售人员介绍称。

近日,北京商报记者在走访中发现,不少商场、超市都特意开辟了奶制品的促销专区。例如,高原之宝有机耗牛奶8折出售;三元极致全脂纯牛奶礼盒250ml×12原箱65元每箱,现价65元两箱;认养一头牛纯牛奶250ml×12箱装原箱59元每箱,现价79元两箱。

除了奶制品区域,部分超市还将礼盒装牛奶摆放在收银台旁边的展销位置。“这在过去是不多见的。”北京市物美超市蒲黄榆店销售人员向北京商报记者表示,收银台附近是最好的促销位置,平时大多摆放瓶装饮用水、口香糖等便携类快消品。



北京商报记者登录天猫、多点、盒马等电商平台后发现,消费者在这些电商平台购买常温奶可以享受“两件5折”“第二件0元”等各种活动。例如,天猫超市君乐宝全脂纯牛奶(250ml×12)礼盒装标价为64元每箱,消费者可享受第二件半价,预估到手价32元每箱。达利园、旺旺等品牌均参与了此活动。在天猫超市直播间中主播也表示,很多礼盒装常温牛奶的折扣力度都比之前大。

在高原之宝耗牛奶企业店铺,高原之宝有机耗牛奶礼盒装200ml×12原箱264元每箱,现价236.1元每箱。高原之宝客服称,高原之宝礼盒装的牛奶很少有促销活动,一般只在节假日促销,例如“6·18”“双11”和中秋节一类的传统节日。对于此次促销的原因,高原之宝相关负责人称,目前不了解具体的情况。

此次促销行为是乳企主动发起还是终端市场自主调控?北京物美超市玉带河东

街店销售人员告诉北京商报记者:“除超市自身的促销外,大部分促销活动是由纯牛奶厂家发起。”对此,三元在接受记者采访时表示,三元会根据不同渠道的实际情况,进行相应的促销活动。

急去库存?

“当前各大乳企大力促销产品的主要目的是加紧去库存。”乳业专家宋亮表示,疫情正逢春节,很多商家在此期间都加大了供货量和货物储备,并把牛奶产品进行了价格上浮和产品包装升级,计划主要面向春节期间走亲访友的人群进行销售。但突如其来的一场疫情把所有人都困在了家里,走亲访友的习俗被取消,厂家精心包装好的礼品牛奶也无人问津。

数据显示,春节期间乳品销售一般占全年销售总量的1/8-1/10,但今年春节期间的销售几乎交了“白卷”。在宋亮看来,目前

疫情仍然没有结束,影响还会延续一段时间,预计各乳企一季度的成绩单不会好看,上半年乳品销量会下降20%-40%。

香颂资本董事沈萌称,大部分常温纯牛奶的保质期45天,又是乳品企业的核心产品,产能最大。一旦销售走软,就可能造成渠道积压,影响企业业绩和运营。所以企业的当前主要任务是去库存。

“疫情期间几乎没什么人来店,年前囤的礼盒装牛奶也没怎么卖,本来我们从乳企厂里拿货就没几个点的利润,但没办法,疫情期间这些礼盒装卖不动,部分产品再不打折就会成为临期产品,只好加紧降价来走货。”北京通州滨河社区西上园奶站门店负责人说。

据中国奶业协会统计,截至2月10日,一、二线城市各大商超乳品销量同比大多下降50%以上,中国奶业20强企业的销售额同比下滑53.3%左右,环比下降67.8%左右。

事实上,为应对危机,国家和企业已经纷纷开始行动。自2月下旬开始,随着疫情防控形势持续向好及国家复工复产政策的进一步落实,全国除湖北外,牧场生产开始逐步恢复。截至3月8日,乳产品的销售恢复达到84%左右,奶业总体向好态势有序回升。

重视社群营销

为应对库存难题,蒙牛、娃哈哈、君乐宝、三元等乳企都纷纷发布“社区合伙人”招募令,以使产品能跨越门店直接“到家”。业内人士认为,如今乳企在线上配送更加专业化和系统化,原本在奶粉领域较为常见的社群营销,因这次疫情被更多乳企借鉴,它解决了“最后一公里”的配送问题,也

是乳企在新零售领域的一种探索。

从数据上看,订奶到户已拥有广泛的用户基础。目前,光明随心订在全国拥有7000名送奶员、日均送奶量达140万份;三元及递在北京共有500个奶站、1300余名送奶员、70万订户;新希望乳业在成都拥有20万订户和50万会员,上线生鲜配送业务可省去传统生鲜电商前期的获客成本。

在供应链方面,开展送奶到户的乳企具有冷链、仓储等先天优势。新希望乳业相关负责人介绍,新希望乳业在成都拥有35个大前置仓、95个鲜生活连锁小型前置仓,奶站、门店数量过百并深入社区,同时拥有自己的冷链物流与配送团队。在与“鲜小厨”合作过程中,新希望乳业帮后者解决的正是前置仓和运力不足的问题。

“目前,三元的‘社区合伙人’模式已取得显著成效,同时通过大量的物业服务和业主互助群直接与用户交流,得到广大消费者对三元产品和服务的认可。其中,三元及递是三元送奶到户的服务平台,本身更加贴近社区贴近最终用户,在疫情期间也进一步升级服务‘无接触配送’。”三元相关负责人表示。

“社区营销是品牌乳企下沉渠道的关键手段和工具。社区营销可以使整体品牌更深入到每一个消费者。对于扩大企业品牌影响力、增强消费者黏性都有促进作用。”中国食品产业分析师朱丹蓬称。

在沈萌看来,社群营销是个系统工程,不是一蹴而就的事,这需要长期建设和培育,乳企介入社群营销是因为疫情导致传统终端销售受阻,短时间内,社群营销的效果还无法弥补传统终端销售的缺口,未来也不会完全取代传统终端销售。

北京商报记者 钱瑜 王晓/文并摄

16家企业获质量奖 益海嘉里打造世界安全餐桌食品

近日,益海嘉里(白城)粮油食品工业有限公司荣获吉林省政府颁发的“吉林省质量奖”。益海(盐城)粮油工业有限公司也刚刚获得了江苏省盐城市政府颁发的“盐城市市长质量奖”。截至目前,益海嘉里旗下已经有16家企业陆续获得了18个各级政府质量奖。业内人士认为,政府质量奖是各级政府依据有关国家标准,对企业生产经营管理质量、产品质量、客户服务质量、社会责任履行等方面进行全面考核评审,表彰在质量管理方面表现突出、为本地质量振兴作出突出贡献的企业。益海嘉里旗下企业获得各级政府质量奖,体现了企业综合经营管理达到在国内、行业内卓越水平。

追求卓越质量 打造世界安全餐桌食品

据了解,除益海嘉里(白城)粮油食品工业有限公司和益海(盐城)粮油工业有限公司外,益海嘉里(岳阳)粮油工业有限公司、上海嘉里食品工业有限公司、益海嘉里(成都)粮食工业有限公司等企业也获得了当地质量奖。

其中,益海嘉里在内地投资的第一家粮油企业南海油脂工业(赤湾)有限公司(以下简称“南海油脂”)是这些企业中的典型代表。2003年,南海油脂获得深圳市南山区区长质量奖,这是益海嘉里旗下企业获得的第一个政府质量奖。2009年,南海油脂又获得深圳市市长质量奖。

南海油脂于1988年开工建设,1990年投产后不断完善质量和食品安全管理体系。

1993年,南海油脂引入ISO9000质量管理体系,建立系统的质量管理体系,



1994年获得DNV(挪威船级社)和CQC(中国质量认证中心)的双重认证,成为国内粮油行业率先通过ISO质量管理体系认证的企业之一。1998年,南海油脂又引入食品安全管理体系HACCP,并于2003年通过第三方认证,是食用油行业率先获得HACCP体系认证的企业之一。

值得注意的是,2010年,南海油脂又引入了食品安全标准中非常严苛的美国烘焙技术研究所的AIB标准。通过AIB审核的食品,可以直接端上美国总统的餐桌。据了解,AIB是一家全球性食品安全保护、教育及技术服务机构《AIB食品安全统一标准》,包含了对食品供应商的品质与安全卫生保证能力的考核要求,被世界食品行业广泛认可,被全球许多食品零售商和采购集团用来作为对供应商实施准入的一道门槛。

益海嘉里旗下每一家企业,都像南海油脂一样,将质量管理体系建设作为重中之重。截至2019年12月31日,益海嘉里旗下有82家企业通过了ISO9001质量管理体系认证,68家企业通过了ISO22000和

FSSC22000食品安全体系认证,60家企业通过了AIB审核。

卓越绩效管理模式 确保产品质量安全

认证本身并不是目的,重要的是通过认证,益海嘉里将质量行为准则贯穿于益海嘉里的日常管理中。益海嘉里建立了一个从源头管理、生产加工、仓储物流和终端客户服务各环节衔接的全过程管理体系,确保质量和食品安全万无一失。

高质量产品源于好原材料。益海嘉里对所有食品级的原辅材料和包装材料实行供应商准入制度,只有通过严格现场审核的供应商,才可以给益海嘉里的工厂供货。益海嘉里旗下工厂均建立了严格的验收程序,对所有入厂的原辅材料进行仔细地检查和验收,特别是涉及食品安全标准的要求都会进行相应的检测和验证,确保源头风险有效管控。

以益海嘉里旗下金龙鱼大米为例,益

海嘉里精心筛选优质水稻品种,在全国建立了29个金龙鱼水稻生态基地,定期进行水土检测,确保种植全过程受控,通过“优质品种、优良产地、优价收购、优化技术”的四优订单农业,规模化种植,规范化管理,从源头上保证生产的大米质量。

有了高质量的原料,生产过程也必须严格遵循高质量的标准。益海嘉里旗下所有工厂都严格按照统一的安全操作要求进行产品的加工和储存,确保整个加工和储存过程安全合规。益海嘉里还配备了各类检测设备,对各产线生产的所有产成品进行严格的过程检验和成品检验。

在产品储运和物流配送环节,益海嘉里也对流通渠道有着完善的监督和管理体系,并且还建立了完善的追溯管理系统,每一瓶油、每一袋米和每一袋面粉都可以快速追溯所有生产信息和原辅料信息。

当产品到达消费者手上之后,益海嘉里仍然通过400客服热线、客户满意度调查、定期市场表现抽查等客户终端服务,对产品品质进行跟踪,为消费者提供产品质

量保证,不断提升产品质量。

强大技术实力 让消费者安心

在业内人士看来,益海嘉里之所以可以实现强大的质量监控能力,源于企业强大的技术实力。

据了解,益海嘉里旗下各工厂和益海嘉里集团研发中心共有130多个独立实验室,30个微生物检测实验室,10个基因检测实验室。实验室配备了先进的各类检测设备,检测项目达到430项,全面覆盖各大产品的各类质量安全指标,对各产线生产的所有产成品进行严格的过程检验和成品检验,每年检测140余万次。

益海嘉里还与国内外众多科研机构、高校院所等建立了长期的交流合作机制,积极参与国际国内食品安全信息交流,不断收集和评估各类食品安全风险隐患,以便及时发现和及时排除可能存在的食品安全风险。

益海嘉里还积极参与了《植物油》食用植物油及其制品生产卫生规范《食用植物油料》食品中酸价的测定》等国家标准的制修订,以及《大豆油》花生油》芝麻油》大米》等行业标准的制修订。旗下益海嘉里(泰安)油脂工业有限公司和上海企业群,还成为食用油脂制品系列国家标准制修订基地。参与标准制定,体现了企业强大的技术实力和引领行业进步的能力。

民以食为天,食以安为先。食品安全,是公众身体健康和生命安全的保障。而食品质量是食品安全的前提,要保证食品安全,质量管理必须先行。作为国内领航的粮油食品生产企业,益海嘉里将食品安全和质量管理作为业务发展的核心追求,以保护消费者利益为责任和使命。未来,益海嘉里将以更先进的质量管理方法,更严谨的质量管理态度,更卓越的质量管理模式,提升质量竞争力,带动我国粮油食品行业整体发展,为消费者提供安全、营养、健康、美味的优质食品。