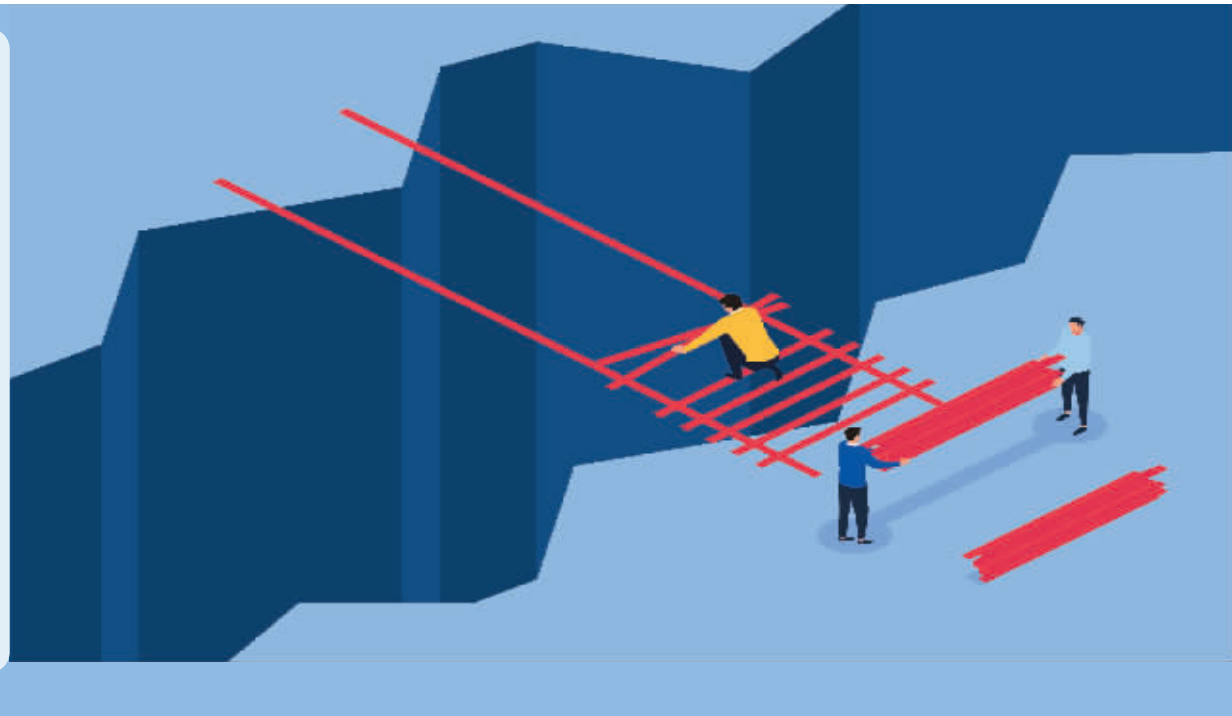


千亿槟榔产业，走到悬崖边

“一包里面大概有20-30颗槟榔，他每天能嚼两三包，基本上从早到晚就没停过。”讲起身边朋友的例子，湖南的樊女士忍不住一声叹息，他的朋友还不到30岁，如今已经确诊了口腔癌。

樊女士也听说了近期浙江义乌要求商家下架槟榔的消息。面对传闻，9月20日，义乌市市场监督管理局食品监管科相关人士回应媒体称，是要把槟榔当作“槟榔制品”来销售，不得按照食品来销售。与此同时，四川多地也已经明确禁止食品店销售槟榔。

随着强监管信号的释放，野蛮生长的槟榔产业受到各方关注。专家建议，应采取类似于卷烟、电子烟等成瘾产品的监管模式，对槟榔产销进行全链条监管。



多地下架

在槟榔爱好者的圈子里流传着一句话：“槟榔配酒，越喝越有，槟榔加烟，法力无边。”这句话形象地道出了食用槟榔所具有的蛊惑感。但随着一波未平一波又起的争议，槟榔显然有了跌落神坛的架势。

据第一财经消息，对于近期“浙江义乌要求商家下架槟榔”的传闻，义乌市市场监督管理局食品监管科相关人士表示：我们没有接到在全市下架槟榔的说法，而是要把槟榔当作“槟榔制品”来销售，不得按照食品来销售。且要分区限售，槟榔不能跟食品混在一起售卖。”

尽管不是明令禁止的下架，但传递出的信号已经不言而喻，而这种严监管的态势也已经出现在了义乌之外的多个地方。

9月19日，四川省南充市营山县市场监督管理局发布消息称，近日，营山县市场监督管理局组织全县槟榔代理商和经销商进行了集体约谈。会议要求，各经营户不得销售食品包装和标签标识的槟榔及槟榔制品；对食品经营场所销售槟榔及槟榔制品的，立即联系食品经营单位下架，如有违法行为，将依法查处。

此外，成都新津市场监管局花桥市场监管所也于近期开展了槟榔制品专项清查行动。据悉，花桥市场监管所共检查便利店、超市等食品经营单位10家，发现有6家食品经营户销售槟榔的情况，已责令其立即下架。

槟榔是一种可以嚼的果实，含有槟榔碱、麻黄素等物质，吃了能使人兴奋，长期食用容易产生依赖性，易成瘾。有资料显示，槟榔含有槟榔碱，易灼伤口腔黏膜，长期嚼食，容易导致口腔黏膜发生纤维性病变，有患口腔癌风险。

2003年，世界卫生组织就将槟榔列为一级致癌物。2017年，原国家食品药品监督管理

总局转载发布致癌物清单，槟榔果也被列为一类致癌物。

“吃过后感觉缺氧、窒息、喘不过气来，但是晚上加班打瞌睡时嚼一颗槟榔，马上头脑就清醒了。”在社交媒体上，类似的讨论数不胜数。有槟榔爱好者也对北京商报记者讲述，过去一天两包地吃，现在一天就两口；会上瘾，但是也能忍得住，毕竟我怕死”。

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬对北京商报记者分析称，近期多地的动作预示着中国槟榔行业进入了一个整治阶段，未来可能会有更多地方政府对槟榔采取更严厉的政策，也就是说槟榔作为一个具有成瘾性、致癌率比较高的产品，整个销售的行为会受到很大制约。

“慢性毒药”还是地方特色？

槟榔是一种棕榈科植物，原产于马来西亚，目前在我国云南、海南等热带地区均有种植。即便因致癌性与成瘾性槟榔一度被称之为“慢性毒药”，但围绕着槟榔却还是逐渐衍生出了诸多的经济价值。据悉，海南主要是槟榔的产地，而湖南则主要负责加工并形成消费区，目前槟榔已经成为湖南当地的支柱产业。

一位湖南市民向北京商报记者描述称：“在湖南，有便利店的地方就有槟榔。”据他描述，湖南的便利店就像是北京的早餐店，每隔几百米就有一家。在他的印象里，海南主要是吃“原汁原味”的；“劲儿没有那么大”，而湖南通常是有加工的。

湖南省槟榔食品行业协会统计的数据显示，目前湖南省槟榔食品生产企业主要位于湘潭、益阳、长沙三地，带动相关产业超过500亿元。槟榔产业蓬勃发展，带动了全国27000余家从事生产、加工、销售槟榔的企业，形成了以口味王、胖哥等品牌为首的槟榔产业链。

而《海南日报》提及的一组数据则显示，截至2019年底，海南省槟榔种植面积达178万亩，并推算，2020年全年槟榔总产值可实现146.8亿元。槟榔目前已经发展成为海南省仅次于橡胶的第二大农作物，也是湖南槟榔产业的原料供应基地。

在接受北京商报记者采访时，中国人民大学公共管理学院教授马亮提到，外界对于槟榔产业和地方经济之间的复杂猜测是有一定道理的。因为槟榔产业是上述地区的重要产业，在一些县市甚至是支柱产业。在经济、就业和财政利益的驱使下，一些地方政府部门对槟榔产业睁一只眼闭一只眼，甚至将其打造为当地明星产业。

去年，湖南省市场监督管理局此前在其官网发布《对省十三届人大四次会议第1247号建议的答复》中表示，为确保槟榔产业的发展，湖南省市场监管局将着力推动相关立法，争取出台省政府规章，明确设立槟榔制品生产的省级行政许可，同时争取通过地方立法确定槟榔“地方特色产品”的定位。不过此后因该答复引起热议，不久后便已无法检索到该信息。

槟榔企业的理想与现实

围绕着槟榔的争议，其中的企业是不可或缺的一环。槟榔行业龙头口味王集团曾在2018年表示，下一个十年要将口味王发展成为千亿企业，走向世界。2014年，口味王率先推出高端槟榔品牌“和成天下”，一袋几十上百元，上市六年卖出8亿包。

李先生在几年前做过和成天下的生意。据他介绍，和成天下是湖南的牌子，也是湖南的销售冠军。和成天下有一个细密的销售网，通常在每一个区或者说是每个街道都有一个销售代表，商品包装上会印有对应的销售区，

一旦商品出现跨区销售，被举报后就会面临巨额罚款。

“每个区都有代理商，他们再招业务员，分布在不同的地方。”李先生称，他们当初是走量的，一小包能赚3-4元，别人在他那里拿货每次最少都能到100包以上。而这些人再将槟榔销售给消费者，那么每包还能再赚7-8元。槟榔的利润还是挺高的，比烟草要高。”

第三方机构的数据显示，2016-2020年我国槟榔年市场需求量均在10万吨以上，预计到2025年，中国槟榔产业的产值将超过1000亿元。在巨大的市场规模和利润诱惑下，企业往往就会选择槟榔推销的花式打法。

比如“口味王”曾连续三年登上湖南卫视春节联欢晚会，2020年，槟榔品牌“湘潭铺子”又赞助综艺节目《德云斗笑社》，宣称“有枸杞更好一点，听相声更乐一点”。“问道食品”还曾推出一款石斛槟榔，表示“将中药石斛融入槟榔中，使消费者在享用槟榔口感的同时，还能够起到保证身体健康的作用”。

事实上，早在2020年，最新版的《食品生产许可分类目录》便取消了“食用槟榔”的类别，这意味着槟榔作为食品的生产许可和监管便缺乏了依据。2021年9月，国家广播电视总局更是印发《关于停止利用广播电视和网络视听节目宣传推销槟榔及其制品的通知》，要求停止利用广播电视和网络视听节目宣传推销槟榔及其制品。

马亮表示，当前槟榔产业监管仍然是分散的碎片化状态，缺乏全国统筹协调，相关部门的监管力量也不够。应采取类似于卷烟、电子烟等成瘾产品的监管模式，对槟榔产销进行全链条监管，减轻其对大众的危害。不过他也提到，槟榔偶尔消费是允许的，不过量不会导致危害，所以不能一刀切，否则也可能使地下经济死灰复燃，更加难以管控。

北京商报记者 陶凤 杨月涵

国家高级食品检验师王思露：

槟榔有致癌风险 能不吃就不建议触碰

槟榔致癌，是明确之事。

其一，槟榔是一种具有特殊味道的物质，其中含有槟榔特异性亚硝胺、槟榔鞣质、生物碱、丁香性多酚、活性氧化剂等多种化学物质，而且这些物质与相关代谢产物均有明确的遗传毒性和细胞毒性，有些可直接致癌。

槟榔中所含的槟榔碱（归属生物碱）已占到干槟榔净重的1%，而以槟榔碱为代表的生物碱会促进上皮细胞凋亡，从而增加炎症的发生风险，同时还会干扰胶原蛋白等细胞外基质大分子的沉淀和降解过程，以化学作用对口腔造成破坏。

其二，槟榔是一种嚼起来很扎嘴的物质，这是由于其中含有的槟榔纤维尤为粗糙，咀嚼的过程中必然会损伤口腔黏膜和牙齿，从而就会导致口腔黏膜下纤维化以及口腔白斑，此乃“槟榔的物理性破坏”，看似普通，但长期咀嚼就会存在恶变的高危险性。

随着咀嚼槟榔的次数增加，口腔当中的损伤处必然会久而不愈，随之就会形成口腔局部的慢性损伤，增强口腔黏膜细胞脱落的频率，诱发慢性炎症、细胞增加以及更加严重的口腔癌。

一为化学性破坏，二为物理性损伤，两者相遇，整个致癌过程就会变得比较隐蔽；当然，多种机理相遇，吃槟榔的时间越长、次数越多，对于口腔的损伤必然会越大，患口腔癌等疾病的风险必然更高。

况且，不仅仅是口腔癌，嚼食槟榔还会增加舌癌、食道癌、咽喉癌、肝癌等癌症的患病风险；另外还有相关证据表明：有咀嚼槟榔习惯的人患心脑血管疾病、肥胖、二型糖尿病、胃炎、慢性肾病、肝硬化等疾病的风险更高”。

正因为危害如此之大，所以从源头上禁止售卖是保障消费者身体健康的根本法则。

针对消费者，想给出以下消费建议：首先，槟榔是世界公认的一类致癌物，食用后会增加多种癌症的发生风险，而癌症会诱发死亡；对于槟榔，能不吃就不建议大家触碰；“以身试险”实为不理智行为。

其次，槟榔乃上瘾之物，倘若已经对槟榔成瘾，需尽早戒掉，能少吃就少吃。

最后，食物多样，营养均衡，推荐各位在生活中多吃新鲜蔬果、坚果等新鲜、健康的食材，用营养佳食代替槟榔，养成良好的饮食习惯。

Market focus

华润渠道加持带得动金种子酒吗

时隔近7个月，金种子酒与华润集团的合作有了新动静。9月20日，北京商报记者获悉，华润集团表示将以优势渠道加持金种子酒。在华润集团旗下华润万家渠道优势加持下，金种子酒走出安徽似乎指日可待。然而，记者梳理徽酒酒企上半年财报数据发现，金种子酒是徽酒“四巨头”中唯一亏损的企业。业内人士指出，华润集团虽能够对金种子酒实现品牌和渠道赋能，但白酒和啤酒的渠道有一定差异，且华润集团的连锁商业渠道对白酒而言并非主战场，究竟能为金种子酒提供多少加成仍需商榷。

白酒间的竞争愈发胶着，华润集团的宣告为金种子酒的发展按下“加速键”。9月20日，北京商报记者了解到，华润集团宣布将用华润的管理理念、管理经验快速赋能金种子酒，借助华润遍布全国的优势渠道加持金种子酒，推动金种子酒快速成长。

关于华润集团将以何种形式渠道赋能金种子酒等问题，北京商报记者向金种子酒发送采访提纲。截至发稿，对方尚未予以回应。

对于金种子酒而言，华润集团的渠道优势可谓相当明显。据了解，华润集团旗下在全国范围内拥有4000多家门店的华润万家商超。此外，方正证券在华润啤酒研究报告指出，华润啤酒拥有高密度经销网络，渠道覆盖面广，在多个省份市占率超60%，因此具备一定渠道优势。

随着华润集团官宣渠道加持金种子酒，金种子酒借华润集团渠道“起飞”似乎也近在咫尺。

广科咨询首席策略师沈萌指出，华润集团的渠道是全国性的，金种子酒通过华润集团的渠道可以触及全国市场需求。不过，金种子酒在触及需求与满足需求之间

还有很多工作要做。

虽然华润集团以渠道加持的形式进行助力，但从安徽走向全国市场，金种子酒仍面临着内忧外患。

从行业来看，白酒行业竞争激烈，古井贡酒、口子窖、迎驾贡酒与金种子酒这四家徽酒巨头间的竞争不可小觑。纵观半年报数据不难发现，虽被并称为“四巨头”，但金种子酒已然落后另外三家酒企。

数据显示，2022年上半年，古井贡酒、口子窖、迎驾贡酒与金种子酒分别实现营收90.02亿元、22.97亿元、25.30亿元、6.02亿元。与其他三家上市徽酒酒企相比，金种子酒上半年营收尚未迈过10亿元门槛。

据平安证券研报数据，以安徽白酒市场规模计算，金种子酒所占省内市场份额1.8%，远低于古井贡酒21.8%、口子窖9.6%和迎驾贡酒6.1%所占市场份额。

此外，省内酒企间激烈竞争的同时，省外白酒还在抢占徽酒本就竞争激烈的市场空间。

沈萌指出，所谓华润集团渠道加持，就是将金种子酒导入到华润集团体系内的酒类销售渠道。这一举措可以扩大金种子酒对消费者的触及范围，但是有了渠道也不能保证可以转化为业绩，仍然需要金种子酒在品质和营销等方面取得突出的成效，否则消费者也不会买单。

值得注意的是，上半年，在徽酒四巨头中，金种子酒却是唯一亏损的酒企。数据显示，金种子酒上半年净利润亏损5508.02万元。不仅如此，金种子酒的净利润亏损已经持续了多个季度。

业绩失意，金种子酒在线上的销售数据也并不乐观。北京商报记者登录金种子酒天猫官方旗舰店——种子旗舰店注意

到，店内销量最高的产品为售价14.95元/瓶的42度柔和中国豉（175ml）产品，月销量200+。而同为徽酒的古井贡酒旗舰店内，销量千笔以上的产品却不在少数。记者还注意到，旗舰店内，超1/3产品价格不足百元，低价白酒占了金种子酒产品结构的大头。

“金种子酒目前还存在品质口碑不足、品牌形象模糊、对消费者缺少需求黏性等问题。”沈萌进一步指出。

北京酒类流通行业协会秘书长程万松指出，华润集团与金种子酒渠道共享属于正常操作。但白酒的渠道策略和啤酒有所不同，白酒有着较长的种草期，对品鉴会等形式的依赖程度比较高。所以，渠道共享并不能解决根本问题，金种子酒想要提振业绩，需要经过专业、精准、细致、持续的深耕。北京商报记者 赵述评 王傲