

千亿味业江湖 “三重门”

“双标”与国标 添加剂冤不冤

海天花了460亿元上了一堂“公关课”。做了一辈子酱油的庞康可能做梦都没有想到这一天。在“食品添加剂”和“国内外双标”两种质疑的合力下，被称为“酱油茅”的海天味业几次回应，但公众似乎都不买账。

“消费者的情绪为什么这么大？平常到底因为什么事情受了委屈？”在社交媒体上，上海至汇战略营销咨询机构首席顾问、中国调味品协会经销商分会副秘书长张戟做出了这样一段评价。

关于添加剂“多”与“少”的安全界定，早有标准。2014年《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》(GB 2760-2014)更新发布，对食品添加剂的定义、最大使用量、最大残留量、使用情况等做出了详细的规定，其中允许使用的食品添加剂包括防腐剂、抗氧化剂、着色剂、增稠剂、稳定剂、营养强化剂、膨松剂、香料等23类超过2000种。

山梨酸钾、苯甲酸钠对于很多普通消费者并不陌生。在一些人的刻板印象中：“这些都是防腐剂，吃多了会生病”。

在解读中，国家高级健康管理师、培训师王思露提到，日常食用的食品中，其添加剂的含量都是有国标进行限制的，不能想加什么加什么，想加多少加多少。“食品添加剂跟非法添加物是两个概念，希望大家可以科学地去看待，千万别让食品添加剂替非法添加物背了黑锅。”

从监管来看，包括食品添加剂本身的标准、使用的标准以及生产中的各个环节是否严格遵循GB 2760的要求等，也都有系统性的监测，只有合格的产品能够获得生产许可证。

王思露解释称，食品添加剂在食品工业价值中的体现非常大，包括增色、增味、延长食品保质期、还原食品相应的味道等，而且在各个国家的食品制作中都被广泛利用，美国、欧盟等发达国家对食品添加剂均有明确的规定和限制，不同国家的标准也没有优劣好坏之分，在限制食品添加剂的时候，更多依照的是产品的类型以及食品添加剂能够给予食品功能来判断，再依照相应的法律标准来执行。

此外，动态性也是标准的一个重要特点，即实时监测食品添加剂的风险暴露和风险评估，一旦有新的研究、新的结果出现，就要对原有的使用范围和使用量进行重新评估。

公开资料显示，与2011年版相比，GB 2760就曾对含铝食品添加剂使用规定调整，并增加了异戊酸异丙酯等24种合成香料等。而在2016年，国家卫生健康委员会也曾将《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》(GB 2760)列入食品安全国家标准修订项目计

划。至于人们担心可能由累积带来的慢性风险问题，中国工程院院士、中国食品科学技术学会理事长孙宝国曾在央视节目《开讲啦》中解释过，在极端的情况下，一个人或者一批人，长期集中地吃某种东西，是否会对人体造成伤害，这些问题在做风险评估的时候，其实都已经有所考虑了。我国的食品安全标准很多是严于其他国家的，其实考虑到的就是我国的饮食习惯与其他国家有所不同。

记者分别联系了海天和千禾，但截至发稿未收到回复。



划。至于人们担心可能由累积带来的慢性风险问题，中国工程院院士、中国食品科学技术学会理事长孙宝国曾在央视节目《开讲啦》中解释过，在极端的情况下，一个人或者一批人，长期集中地吃某种东西，是否会对人体造成伤害，这些问题在做风险评估的时候，其实都已经有所考虑了。我国的食品安全标准很多是严于其他国家的，其实考虑到的就是我国的饮食习惯与其他国家有所不同。

佛山与眉山

“零添加”市场内外博弈

10月10日，在酱油市场的兴风作浪的添加剂，把另一家企业送到了海天的对立面。

就在海天味业股价大跌9.35%之时，主打“零添加”酱油的千禾味业不费吹灰之力便获得了不少的曝光度，股价涨停。

有意思的是，和几乎40年都在与酱油打交道的海天掌门人不同，千禾味业创始人伍超群开始创业时，从事的恰恰是为下游调味品企业生产食品添加剂的工作。

虽然近期在资本市场上表现不俗，但从实际情况来看，当下160亿元市值出头、去年营收不过19亿元的千禾味业，仍然和市值超过3000亿元、去年营收高达250亿元的海天味业存在巨大的差距。

近日，千禾味业在互动平台上回复投资者提问时表示，目前，零添加调味品收入占公司调味品营收的50%以上。对于“零添加”的定义及业务的计划等问题，北京商报

记者分别联系了海天和千禾，但截至发稿未收到回复。

后生可畏。不同于酱油江湖的“老炮儿”海天，2001年，伍超群决定让公司直接生产调味品，并将企业更名为“千禾”。当时在国内调味品市场，已经有李锦记、海天味业、恒顺等大咖，想要在这个市场有所突破实属不易。

2008年，在中低端调味品竞争愈发激烈，盈利空间变小的大背景下，千禾尝试性地推出零添加产品，与海天、李锦记等品牌错位竞争。酱油行业的财富地图上，除了有佛山的海天、眉山的千禾也走到了高光之下。

除了伍超群和伍学明分别持有千禾味业37.09%、0.84%的股份以外，伍学明的儿子，也就是伍超群的侄子伍建勇也持股9.83%，三人合计持股比例达47.76%。按照当前市值计算，伍超群家族三人持股市值约为77亿元。

根据媒体统计的数据显示，截至2022年上半年末，海天味业的全国经销商数量达7147个，其产品遍布全国各大连锁超市、各级批发农贸市场、城乡便利店、零售店；相比之下，千禾味业的经销商数量仅为1903个，两者差距甚远。

海天和千禾隔空对战的同时，隔壁的李锦记也办了件大事。10月10日，李锦记换帅，前阿里巴巴高管靖捷正式担任李锦记酱料集团新一任首席执行官。

从互联网挖来了宝。李锦记在通告中表示：靖捷深耕于品牌运营业务，涵盖购物者营销、店内运营、数字营销、CRM(客户关系管理)和电子商务。”在很多互联网观察人士

看来，互联网大厂人才正在大量外流传统行业，靖捷加盟李锦记或也是一个好的归宿。

“一超多强”是酱油行业的显著特点。李锦记是海天在行业内龙头地位最具威胁的竞争对手之一。

从财报数据看，2021年海天味业以250亿元的营收稳居第一梯队的“一超”，如果以10亿元营收为二、三梯队分界点的话，则能发现营收超过10亿元的第二梯队品牌大约包括中炬高新旗下的美味鲜、李锦记、味事达、欣和、东古、千禾6家，低于10亿元的第三梯队则包括鲁花、中坝等。

即便如此，酱油行业的集中度并不高。有数据显示，海天味业在国内C端市占率仅有6.6%，综合占有率17%，但已经占据龙头地位。而日本的著名品牌龟甲万在日本市场的占有率则超过了30%。有分析指出，国内以酱油为代表的调味品企业规模小、数量多、分布广，很难通过品牌化来快速提升市场占有率。

不同于酱油品牌“一超多强”的格局，食醋具有显著的区域特征。华经产业研究院出版的《2022-2027年中国食醋行业市场全景评估及发展战略规划报告》提到，我国拥有传统的四大名醋，分别为四川保宁醋、山西老陈醋、镇江香醋、福建永春老醋，它们的口感特点和主要销售区域均有所不同。

其中恒顺醋业、水塔醋业及四大名醋稳居第一梯度，其他调味品品牌布局的食醋业务则居于第二梯队，包括海天味业、中炬高新等，第三梯队则为大量中小规模企业及家庭作坊制作的产品。从市占率上来看，恒顺醋业

占比第一，但也仅有7%的市场份额，行业前五强合计占比尚不到20%。

市值与市场

“海天们”被高估了吗

2019年的资本市场发生了一件为人乐道的事情，彼时不少人调侃万科掌门人都亮，一个卖房子的竟然输给了一个卖酱油的。

那一年，海天味业市值正式超过万科，舆论一片哗然。但就连郁亮自己也对此表示服气，在闲聊中，他提到，看似不起眼的酱油背后其实是一门大生意，海天味业就是这个生意的主导者。

这轮风波或许还不足以“改变”海天。数据显示，截至10月13日收盘，海天味业市值达到3491亿元，相比之下，中炬高新总市值为240亿元。一直以来，因为与食物的密切关系，调味品也被外界视为能够穿越经济周期的必需品。“我们非常看好调味品行业的发展，我所在的投资机构已经在调味品行业投资了7家公司，目前正在持续进行投资。”在接受北京商报记者的采访时，产业投资人、调味品专家陈小龙说道。

海天们被高估了吗？在资本市场这样的争议一直在。今年3月24日，海天味业发布了2021年年报，作为调味品的龙头大哥，海天味业的业绩是最受投资者关注的，也是观察调味品行业过去一年发展的重要参考。

2021年，海天味业的股价从年初的最高价219.58元/股持续回调，中间经历了一次送转股，至3月24日收盘仅为90元/股，跌幅经计算约达47.7%，近乎腰斩。

与营收增速综合分析，即三大产品的营收增长基本由销售量推动，售价本身并未出现增长。由于海天味业采用“先款后货”的结算模式，公司可以占用下游大笔的资金用于生产，而这也是业内认为公司未来业绩增长的重要抓手。

张戟对北京商报记者提到，在发展的黄金期，调味品行业增速能够达到25%左右，在消费升级、渠道下沉等因素的支撑下，整体呈现出一种“扩容式”竞争的态势。

但最近几年，调味品行业的增速已经放缓至10%以下，挤压式竞争特点较为突出，这也意味着头部企业在不断蚕食腰部或者尾部企业的市场份额，因此也会给相关企业带来较大的挑战。

调味品行业的乐观情绪也在逐渐消退，疫情之下，成本上涨、需求疲软的影响开始在财报上。在张戟看来，海天味业的问题其实不是渠道结构的问题，而是它本身所在的产品已经较为成熟，在这样一个成熟的行业中，增量自然不会太大。

北京商报记者 陶凤 杨月涵

境外债冷风吹 旭辉再闯关

“十一”假期前由董事局主席林中一封内部信撕开的旭辉危局有了进展。10月13日早盘，旭辉系旭辉控股、旭辉永升服务股价悉数下跌，午间，旭辉控股发布公告，称离岸债务支付等问题系长假集团从内地向境外汇款以支付若干预定的利息及其他款项有所滞后导致，目前正在积极解决。但旭辉在公告中也承认如果未能及时履约，境外融资可能违约。截至当日下午收盘，旭辉控股股价下跌10.34%，旭辉永升服务股价下跌超过15%。

“拿不出”的资金

午市公告，本就异常。在10月13日午间的这份公告中，旭辉直言希望澄清自9月28日公告以来的一些市场传言，并表示这些传言无法准确反映集团的离岸债务状况或相关付款。

“因为内地长假期，集团从内地向境外汇款以支付若干预定的利息及其他款项有所滞后。”旭辉强调的这个滞后，主要是针对该公司境外债。旭辉解释称，一直积极与其债权人团体对话，正推进达成友好解决方案。寻求符合公司、债权人和股东最佳利益的解决方案以解决滞延

问题，并强调目前集团的商业运营维持正常。

不过，旭辉在公告中坦言，如果未能及时履行其在境外债务下的财务义务和或未与其某些债权人达成适当的友好解决方案，其境外融资可能会有违约事件发生或者持续，更可能出现旭辉集团的债权人有权在该等融资下要求加速偿付。

资本市场望风而动。截至当日下午收盘，旭辉控股、旭辉永升服务股价悉数下跌，旭辉控股收报0.52港元/股，下跌10.34%，总市值为49.13亿港元；旭辉永升服务收报1.96港元/股，下跌15.52%，总市值为34.35亿港元。

旭辉上述提到的9月28日公告，源于9月27日的旭辉控股董事局主席林中发表的内部信。林中在信中提及多地收紧监管资金提取，导致房企的流动性进一步承压，这也客观上造成旭辉虽账面仍有逾300亿元现金，但绝大部分无法满足企业的合理按揭使用。

“流动不起来比降价可怕”

账面有逾300亿元现金却无法按揭按揭使用，旭辉股价开启狂泻节奏。

就债务偿还等相关问题，北京商报记者与旭辉控股方面取得联系，对方回应称“目前相关内容以公告为准”。

对于林中提及的预售资金监管问题，知情人士透露，随着融资端的收紧，房企日常“流动”主要依靠销售回款来实现。但目前的情况是，多家房地产企业债务爆雷后，“保交楼”之下，预售资金监管也有了进一步收紧，这也直接影响到房企的日常“流动”，对于企业的偿债能力带来了直接影响。

在中指研究院企业事业部研究负责人刘水看来，一味从严预售资金监管，并不利于“保交楼”，这会增加企业资金紧张情况，不利于项目建设。优化预售资金监管方式有利于“保交楼”，可以根据企业信用水平、项目进度，优化预售资金监管方式，增加预售资金使用灵活性，减缓企业资金压力。

“流动不起来比降价更可怕。”一位华东房企北京公司负责人直言，对于融资成本一直居于高位的房企而言，流动性远大于“折价”，这也是市场一再呼吁针对优质房企确保流动性的原因。

市场修复行情展开

房地产市场“遇冷”，寒气侵袭已久，就房企存活而言，销售端和融资端至关重要。

据中指研究院监测，2022年9月房地产企业非银融资总额为777.9亿元，同比下降32.2%，环比上升13.3%，融资形式稍有好转。行业平均利率为3.67%，同比下降2.14个百分点，环比下降0.44个百分点，行业平均利率进一步下降。

而销售端也持续发力，今年以来LPR屡次下调释放政策红利，同时还出台了降低购房首付比例、提高住房公积金贷款上限以及换房退税等政策。

9月29日，中国人民银行、银保监会再发通知，决定阶段性调整差别化住房信贷政策，提出对于2022年6-8月新建商品住宅销售价格环比、同比均连续下降的城市，在2022年底前阶段性放宽首套住房商业性个人住房贷款利率下限。

9月30日，为支持居民改善住房条件，财政部、国家税务总局印发公告明确，2023年底前，对出售自有住房并在现住房出售一年内，在市场重新购买住房的纳税人，对其出售现

住房已缴纳的个人所得税予以退税优惠。

随着房贷利好政策的密集落地，全国多地房贷利率已重回“3时代”。

值得一提的是，近日中国人民银行发布公告称，2022年9月，国家开发银行、中国进出口银行、中国农业发展银行净新增抵押补充贷款(以下简称PSL)1082亿元；期末抵押补充贷款余额为26481亿元。这是自2020年2月以来，抵押补充贷款余额首次出现净增长，且幅度远超预期。

广东省住房政策研究中心首席研究员李宇嘉认为，时隔两年多再度启动PSL，根源在于当前“保交楼”推进过程中开发商资金链紧张，专项借款、纾困基金额度有限，准入条件比较严格。因此，就需要多方高信用资金注入，除了专项借款、地方纾困基金，政策性银行的PSL，能够起到资金带着国有信用进场的信号，不仅能增加启动资金额度的效果，还能注入国信用。“企业自救的主体责任还是第一位的，专项借款、纾困基金、PSL等，都只是在能顺利收回资金的前提下，助力项目盘活、资金循环。”李宇嘉强调。

北京商报记者 王寅浩