

行业标准缺乏 精酿啤酒要用“标准”管起来

近年来,精酿啤酒销售火爆,许多主流啤酒厂纷纷改造传统生产线,打出自己的精酿品牌。从行业发展来看,精酿啤酒依然面临着行业标准缺失,基础质量参差不齐等问题。专家表示,精酿啤酒企业应该在产品的质量上多下功夫,才能生产出品质过硬,被市场认可的产品。近年来,精酿啤酒吧如雨后春笋般冒出来,特别是在一线城市,年轻消费者对精酿啤酒有着巨大的消费热情。

“行业内不会用形容词来称呼一种啤酒,因此这种啤酒的专业叫法应该是‘工坊啤酒’,这是一种小规模手工啤酒,体现出个性化、特色化的产品特性。”中国酒业协会副秘书长兼啤酒分会秘书长何勇说。虽然这种工坊啤酒发展很快,但目前只占整个啤酒总消费量的0.1%,还不能算是进入到了精酿啤酒时代。

“但啤酒个性化时代确实到来了。”何勇认为,“工坊啤酒是在当前追求个性化和碎片化的消费趋势下应运而生的,是产品细分化的一种市场表现。”

进口啤酒连续数年大幅增长,就是这种个性化时代来临的体现。数据显示,从2012年开始,进口啤酒每年的增长比例都达到了50%以上。但不少业内人士认为,进口啤酒增长的幅度会迅速降低,在整个啤酒消费总量中所占比例不会高于5%。

面对个性化时代来临的趋势,国内主流啤酒企业青岛、燕京、珠江等纷纷试水转型,投资精酿产品生产线。有的企业开始改造传统生产线,实行小型化生产,目前特色啤酒已成为不少企业的新增长点。比如青岛啤酒的“IPA”“白啤”“皮尔森”、华润雪花的“脸谱”、燕京啤酒的原浆白啤、珠江啤酒的雪堡精酿系列等。

“精酿牌”打得山响,甚至进口啤酒也都被归于精酿啤酒范畴。其实,进口啤酒中有精酿啤酒产品,但更多只是工业化啤酒产品。在美国,精酿啤酒有严格的规定,比如年产量不得高于600万桶,精酿啤酒厂必须拥有75%以上股权,无论是产量限制还是股权分配规定,这些都是为



了保证精酿啤酒尽量少地受到市场和工业啤酒厂的影响。

精酿啤酒在被泛化的同时,也出现了鱼龙混杂的迹象。特别是现场酿造的啤酒坊,更是良莠不齐。“工坊啤酒属于新生事物,目前还没有标准,没有规范化的生产流程,也没有生产许可证,这使得这些啤酒工坊在工艺把控、菌群控制等基础质量上参差不齐。”何勇表示,有的工坊啤酒有从事

啤酒工作多年的专家在把控,这在质量上会有保证。但有的工坊啤酒因从业人员专业性不够,基础质量很难保证。

针对这些问题,何勇表示,中国酒业协会啤酒分会将在近期启动“工坊啤酒”标准化制定。“预计7月中旬将在广州启动工坊啤酒标准起草,参加起草的人员一半以上是工坊啤酒的从业者,还有大企业、科研院所等单位的专家。”何勇认为,产品标

准是第一位的,没有标准其他规范性都无从谈起。

多位业内专家表示,无论标准何时制定出来,只能起到基本的规范作用,最重要的还是产品本身是否被市场认可。无论是精酿啤酒品牌,还是工业啤酒的精酿啤酒产品,产品才是核心。如果一味制造话题,却不在口感和品质上下功夫,精酿啤酒恐怕只会是昙花一现的市场泡沫。

(新华网)

餐饮业出现新主场 “路边小吃”成为餐饮大赢家

在消费者的印象中,小吃是街边摊;在餐饮投资者的眼里,小吃是低端,难挣钱。但近些年,一大批小吃品牌火爆起来,成为餐饮市场里的真正赢家。7月13日,了解的数据显示,目前餐饮品类门店最多的前五大类分别是小吃简餐、面包甜点、火锅、川菜和烧烤。其中,小吃简餐排名第一,占了餐饮门店总数近1/3,成为餐饮业发展的新主场。

小吃简餐是小吃实体经济的一种“小店模式”。由于进入门槛低,刚需特征明显,越来越多的投资人将目光投向小吃简餐,成了餐饮投资者追逐的“大赛道”。在东北,饺子谈不上特色,也算不上小吃,而“手工饺子”的实体小店近两年却遍布大街小巷。

在泰山路和长江街的交叉路口,上半年相继冒出三四家饺子馆,都打出了“手工饺子”的招牌,虽然仅几种馅料,菜品单一,但每天都顾客盈门。其中一家连锁品牌饺子铺老板说:“快节奏生活下,已没人把时间浪费在吃饭上,15分钟解决的事儿,没人愿意花费半小时,这就是手工饺子生意红火的原因之一。”

重庆小面也是近年街头出镜率较高的小吃简餐,成为继四川火锅、川菜馆之后兴起的投资乐土。在华山路沿线,经营重庆小面的不下十家。此前经营川味火锅的刘义林三年前转投重庆小面,已有六家门店。“现在一天的销售额是以前经营火锅店的两倍,小吃的实体经营模式,成功让我走出了生意惨淡的火锅市场。”刘义林说。

此外还有放心油条、腊汁肉夹馍、麻辣小龙虾、麻辣涮肚、关东煮……这些小吃简餐这几年在不知不觉中渗入百姓生活,被人们所接受,随之崛起一个个新品

牌,引爆沈阳小吃简餐市场。之所以迅速兴起,餐饮业资深专家张国玉认为,是因为小吃简餐顺应了市场的快速变化,抓住消费者心理,发挥小吃简餐品类的特色和优势。

随着社会发展的节奏加快,工作生活上的紧张,人们早已厌倦了一日三餐的正餐规律,就餐内容的呆板乏味,这对于餐饮业来说,也提出了更高的要求,从开始的“能吃饱,随便吃”到“好吃、营养”再到“吃点有特色的”,更加随心化的小吃品类市场随之而来。

小吃简餐的出现,有效解决了餐饮出品慢、效率低等问题,同时又满足了年轻人对用餐快速、便宜的需求。久而久之,增加了消费者的消费次数。张国玉认为,小吃简餐主要消费人群是城市流动人口、上班族以及商业人士,随着这个人群越来越庞大,生活节奏不断加快,以及外卖市场愈加成熟,未来人均快餐消费会强劲增长,市场潜力巨大。

街边小吃赢得大市场,予人以启示:低迷的传统餐饮市场不是没钱可赚,关键是要有先知先觉的大智慧。

餐饮业是一个大赛道,谁跑在前面,谁就是投资的智者。现在的餐饮市场已发展到了品类越来越细化的阶段,市场在变化,消费在升级,消费者既要追求快,还要追求质量和特色,这无疑给小吃简餐提供了巨大的市场机会,变成了餐饮人追逐的新对象。

投资品类固然关键,但不完全由投入大小决定。通过小吃简餐品牌的火爆,可以找出市场经济下抓住市场商机的核心要素,那就是市场刚需、消费频率、市场存量,小吃简餐就抓住了这三个核心,成为餐饮市场热追的品类。

(光明网)

■ 行业信息

上半年全国餐饮收入超1.85万亿元

同比增长11.2%

本报讯 国家统计局日前发布最新数据显示,2017年上半年,全国餐饮收入超过1.85万亿元,同比增长11.2%。限额以上单位餐饮收入4533亿元,同比增长8.4%。餐饮业发展速度持续加快,增速也扭转了同比下滑颓势。

中国烹饪协会分析认为,全国餐饮收入增速扭转颓势,达到与上年同期持平。限额以上餐饮收入则将增速优势继续大幅扩大至1.8个百分

点,餐饮品牌引领和带动作用更趋明显。餐饮市场还将与整个消费市场发展速度(10.4%)的距离拉大至0.8个百分点,餐饮业稳增长、促消费作用强劲。

据悉,今年上半年,在普遍需求驱动下,餐饮市场呈现出新的发展特点,休闲简餐、咖啡小吃等轻餐饮强势崛起,团餐发展迅速,农村市场潜力巨大,整个行业展现出新的发展活力,并持续向纵深、精细化方向延展。

2016年中国进口食品 质量安全白皮书发布

本报讯 近日,国家质检总局发布了《2016年中国进口食品质量安全状况白皮书》,结果显示,2016年我国从82个国家(地区)检出不符合我国法律法规和标准、未准入境食品3042批、3.5万吨,同比分别增长8.4%和325.2%。其中,饮料类、糕点饼干类、粮谷及制品类为主要不合格食品种类;不合格原因包括:食品添加剂超范围或超限量使用、微生物污染、品质不合格等。

白皮书显示,2016年,各地出入境检验检疫部门从来自5个国家(地区)的婴幼儿配方乳粉中检出未准入境产品9批次、46.6吨,未准入境原因主要是标签不合格、品质不合格、食品添加剂超范围或超限量使

用等;从来自17个国家(地区)的乳制品中检出未准入境产品共计154批、329.3吨,主要为品质不合格、包装不合格、微生物污染、食品添加剂超范围或超限量使用等,安全卫生问题中,大肠菌群、霉菌、酵母菌等微生物污染,叶绿素铜、牛磺酸和明胶等食品添加剂超范围或超限量使用等问题较为突出。

质检总局表示,食品添加剂不合格主要原因是部分境外生产企业为保持产品的外观和新鲜程度,超范围或超限量使用食品添加剂,特别是使用二氧化硫。污染物超标,主要是随着全球范围内的工业化,海洋水域污染而加剧。