

国产啤酒产销持续下滑 行业步入低迷期

“

正值全民“喝啤酒、吃烤串”的炎热夏季,中国的啤酒行业却“旺季不旺”,仍行走在寒冷的冰天雪地里。经过2004年至2014年“黄金十年”的高速发展后,中国啤酒行业开始步入低迷期,从2014年起,国产啤酒的产销量出现长达25个月的下滑,收入和利润也双双下滑。眼看着高端白酒行业的强势复苏,靠什么才能挽救啤酒行业的颓势呢?

多种因素叠加 啤酒行业步入低迷期

自2014年7月起,国产啤酒的产销量开始出现长达25个月的下滑。其中,2015年出现近18年来最大幅度的负增长,国产啤酒产量下滑近5%。虽然2016年8月一度出现“增长”,但进入2017年以后,国产啤酒又连续4个月负增长。据国家统计局数据,今年1至5月,国产啤酒的产

量为1758.7万千升,同比下降0.7%;进口啤酒的进口量为24.73万千升,同比增长8.91%。

业内人士认为,诸多因素共同叠加导致啤酒行业整体低迷,其中人口结构变化导致的需求下降与产能过剩是其主因。自2012年起,啤酒的主要消费人群占总人口比例逐渐减少,需求不断下降。与之对应的是,在2004年至2014年期间,国内啤酒企业大肆跑马圈地,兴建、并购工厂,

导致产能严重过剩。

中国酒业协会常务副秘书长兼啤酒分会秘书长何勇指出,国产啤酒产销量下降,主要原因是消费市场的碎片化和个性化发展趋势以及人口老龄化现象。此外,进口啤酒飙升也加剧了市场竞争。

贝恩公司发布的《中国购物者报告》指出,方便面和啤酒销量的下滑,主要原因在于蓝领工人减少,低端制造业岗位被转移到孟加拉国和越南等成本更低的地区,蓝领工人主要参与生产的商品受到较大冲击,低端啤酒销量比高端啤酒销量下降得更厉害。

洋啤酒势头猛 国产巨头业绩均下滑

啤酒行业的溃败,直接体现为酒企业绩的持续下滑。2016年财报显示,燕京啤酒实现营业收入115.73亿元;净利润3.12亿元,同比锐减46.90%,这已是燕京啤酒连续第3年业绩下滑。2014年至2016年,燕京啤酒的营业收入分别为135.04亿元、

125.38亿元、115.73亿元,净利润分别为7.26亿元、5.87亿元和3.12亿元,呈现逐年下滑态势。

2016年,青岛啤酒实现销量792万千升,同比下降7.07%,营业收入下降5.53%,净利润下降39.09%。连续12年稳坐中国啤酒市场头把交椅的华润雪花,2016年营收虽然略有增长,但净利润仅6.26亿元,同比下降6.04%。

在国产啤酒节节败退的同时,进口啤酒却在狂飙猛进。2011年至2016年间,中国的啤酒进口量从64203千升快速增至646384千升,6年内翻了10倍。

去产能+高端化 啤酒巨头忙着转型

面对行业整体持续低迷,啤酒企业纷纷开启转型之路,关闭亏损工厂、力推高端产品成了很多啤酒企业依赖的“御冬”法宝。

最近2年,大量啤酒企业关闭工厂,断腕自救。华润啤酒和重庆啤酒先后关闭多家亏损工厂。外企百威英博则关闭舟山的工厂。嘉士伯去年关闭并处

理了中国市场的17家工厂。今年7月,燕京啤酒的高管在解答投资者提问时表示,对于个别不再存在价值的企业,经过权衡之后,可能会与地方政府协商后关厂。

高端化成了众多啤酒企业的救命稻草。2017年一季度报显示,部分尝试“高端化”的啤酒企业已开始业绩“飘红”。其中,青岛啤酒营收同比增长2.6%,净利润同比增长8.51%。燕京啤酒营收同比增长2.12%,净利润同比增长13.85%。百威英博一季度实现营收129.22亿美元,增长率为3.7%。

尽管一季报业绩回暖,但不能因此判定啤酒行业已经解除警报。食品行业专家朱丹蓬认为,从2014年开始,全球啤酒巨头都在中高端市场发力,尤其是外资品牌在结构升级方面很有优势,业绩增幅明显。

在消费升级的浪潮中,啤酒行业以往“跑马圈地”式的打法开始失效,大批啤酒企业走上高端化和个性化产品之路,也将加速啤酒行业的洗牌。

(中经网)

“阳光餐饮”展现 海淀餐饮新形象



江西省食品药品监督管理局局长(前排右二)、省食安办主任上官新晨参观调研海淀区第一条“阳光餐饮示范一条街”

本报讯 冯文亮 7月25日下午,江西省食品药品监督管理局局长、省食安办主任上官新晨一行到东升镇华源世纪商务楼参观调研北京市海淀区第一条“阳光餐饮示范一条街”,海淀区食品药品监督管理局餐饮科、东升镇食品药品监管所工作人员陪同调研,并就“阳光餐饮”工程建设及日常监管情况进行了详细介绍。

调研组一行实地参观了东升镇“阳光餐饮示范一条街”的多家餐饮单位,逐一观看、询问、并结合“海淀阳光餐饮”APP进行现场查看,对各餐饮单位日常监管、企业自我管理、

量化分级、以及信息公示情况给予充分肯定。

在随后召开的座谈会,上官新晨对海淀区“阳光餐饮示范一条街”表示了赞誉。他强调,在餐饮业监管领域,“阳光餐饮工程”建设和日常监管的精细化,首都已经走在了全国的前列,“阳光餐饮”工程的全面实现,必将激发群众参与共治共治的热情、倒逼企业增强诚信自律意识,加强自身管理,也必将撬动监管模式的升级转变。

上官新晨表示,一定要将北京市餐饮业这种好的监管模式带回去,加强日常监管,进一步提升江西省餐饮行业形象。

国内首个餐饮配送箱(包)消毒标准发布

近日,国内首个餐饮配送箱(包)消毒标准发布,并正式实施。今后,餐饮配送箱的卫生状况如何,不再只依赖于感官判断,职能部门的检查也有了客观依据。

餐饮外卖越来越受欢迎,外卖食品的安全问题,也受到越来越多的关注。但作为外卖食品安全的一部分,餐饮配送箱是否足够干净,却很可能被不少人忽视了。

在这样一种行业现状之下,出台餐饮配送箱(包)消毒标准,对于外卖行业的规范发展而言,可以说是必要的规则补充。此次发布的消毒餐饮配送箱(包)标准,主要包括感官指标和微生物限量指标。其中微生物限量指标明确:大肠菌群不得检出,菌落总数小于100CFU/cm。应该说,这样的标准不算低了。可问题在于,高消毒标准还并不能直接等于好的卫生状况。标准如何执行,才是关键。

有媒体披露,目前一些外卖平台送餐箱的消毒工作,主要是由外卖小哥使用含氯消毒剂溶液和酒精消毒自行完成,某送餐平台要求对送餐箱每天消毒一次。那么,这种看似“原始”的消毒方式与频率,是否真的能够达致送餐箱的消毒标准?更关键

的是,送餐箱统一消毒,增加了外卖小哥的工作任务与外卖平台的管理成本,相应的成本增加,到底由谁来承担?会不会转嫁到消费者头上?

这方面,目前实体餐饮店的碗筷消毒状况,或可引以为鉴。一方面,“消毒碗筷费”到底应由商家还是顾客承担,一

再购买消毒碗。然而,一些顾客使用消毒碗后,并未撕掉“已消毒”标签,一些餐馆老板从中找到节约成本的办法:洗碗时保留消毒标签,没消毒且不花钱的“消毒碗”就生产出来了。那么,外卖配送箱的消毒,如何合理分配成本,又如何确保有效监督、防



直存在争议,每个地方的执行情况似乎也不一样;另一方面,碗筷消毒也存在着造假现象。媒体就曾报道,顾客使用消毒碗后,服务员应将碗收集存放在专用箱里,再由餐具清洁消毒配送中心工作人员统一回收、清洗、消毒,然后餐馆

止“造假”,同样很重要。

一定程度上,出台送餐箱消毒标准,正视外卖配送环节的二次污染风险,亦可以说是外卖行业走向规范与制度化的一个重要表现。只是,好的标准、规定,更需好的执行。

(新华网)