

果汁茶饮料每瓶涨5角

不知不觉间,消费者在食品饮料等快消品上花的钱更多了。继年初啤酒企业宣布集体涨价后,饮料行业巨头康师傅和统一近日先后发布提价函,部分饮品零售价将上调。业界分析,在消费升级大背景下,居民对食品价格的敏感度有所下降,健康、安全、品质提升将成为市场竞争的焦点。

商超终端价格暂未上调

康师傅控股近日发布的一份提价函称,从2018年1月10日开始执行新的价格体系,茶/果汁系列每箱提价2元至3元。据披露,康师傅果汁的传世和轻养两个系列产品建议零售价分别上涨0.5元。康师傅的老对手统一也宣布,自1月23日起,对旗下乳饮部产品的零售价进行“优化”。调价产品同样是茶饮和果汁,具体包括冰红茶、冰绿茶、冰糖雪梨和鲜橙多,每箱提价1元到3元,单瓶价格上涨0.5元。

随机走访北京十余家超市卖场、便利店和小卖铺,发现涨价还未波及终端市场。

“我们没有接到涨价通知。”在永辉超市常营店,饮品区工作人员称,提价函中提及的产品价格仍维持不变。例如在超市卖场,康师傅和统一的冰红茶零售价分别为2.5元和3元,康师傅的茉莉茶系列都是3元。康师傅传世系列的酸梅汤、蜂蜜柚子茶均为2.5元,轻养系列的芒果小酪为3元。这些饮料在便利店的零售价普遍要贵上几毛钱,但所有产品目前都尚未涨价。

“一款产品如果刚宣布调价,从公司

到各分区代理商再到店铺的流程很长,需要传导过程,一般来说一个月内涨不了。”木樨地一家便利店店长说。

记者注意到,多家食品企业在去年就已完成调价。2017年2月,涪陵榨菜发布公告称,9个单品提价幅度为15%~17%;2017年3月,达利集团针对旗下达利园品牌和好吃点品牌进行10%以上的调价;2017年8月,不二家(杭州)食品有限公司宣布从10月1日起进行价格调整;徐福记去年9月宣布旗下奇欧比品牌升级为雀巢奇欧比,总体价格上调约10%……

原材料物流成本成主因

原料价格、运输成本持续增长,是饮料巨头对调价原因的解释。

康师傅相关人士透露,调价“基于面临的国内外原材料价格、运输成本的持续上涨”。以物流环节为例,2017年11月康师傅控股发布公告,称2018年物流服务上限额度从2.24亿元提升至5.42亿元。统一方面在2017年三季度分析会议上透露,由于PET(塑料瓶成分)和糖的成本同比上涨14%到18%,原料成本压力激增。

根据国家统计局的价格监测数据,去年全国居民消费价格温和上涨1.7%,食品价格出现2003年来的首次下降,降幅为1.4%。但随着全球大宗原材料商品价格的上涨,食品价位运行的趋势在今年很难持续。北京工商大学商业经济研究所所长洪涛分析,今年起,影响食品饮料公司定价的因素还多了一项环保税,食品加工、造纸企业将为环保埋单。

不只是饮料,受原材料价格上涨影响



的食品企业还涉及烘焙、休闲食品、方便面等领域,而人工、地租、税费和物流成本的提升,都在压缩企业利润空间。

新消费时代开始追求品质

“连锁面包店里,五元左右的大面包早就没有了,有点分量的都奔十元左右了。”市民江女士说,超市里食品饮料的提价也很正常。

多家便利店的工作人员透露,现在搞打折促销很难立竿见影,“滞销商品打折也没人要,健康饮料、高端方便面反倒不愁卖。”贝恩联合凯度发布的《2017中国快消品市场报告》显示,中国消费者正不断表现出对健康产品和更优质生活的偏

好,快消品也出现了较为显著的高端化趋势。

中国食品行业分析师朱丹蓬说,此次康师傅和统一发布提价函,符合食品行业以消费端倒逼产业端升级的大趋势。

一些企业在提价的同时通过推新品、优化产品结构。如统一和康师傅都推出了零售价5元以上的“高端面”;蒙牛、伊利早就将营销重点转向了高端产品特仑苏和金典有机奶;休闲零食中,低脂、少糖、添加粗纤维谷物的产品也越来越多。

“为了盈利而涨价只是短期目的,食品企业应通过产品持续升级来提升消费者对品牌的信心。”朱丹蓬分析。

(中经网)

低价困境下云南咖啡之“变”

从鼎盛时期的30元(人民币,下同)/公斤,跌至如今的15元/公斤。中国自产咖啡豆单价,几乎跌破成本价。求变,成为越来越多中国咖啡人的选择。

1月,正值咖啡丰收的季节,中国咖啡主产区云南省普洱市,一派繁忙景象。市郊南岛河村的小凹子咖啡庄园,300亩咖啡陆续成熟。园主廖秀桂和女儿廖海鹰,迫不及待开始咖啡豆蜜处理试验。

“换个处理方式,豆子的表现都不一样了。”看着已经成功“长”出红“蜜”的咖啡豆,廖秀桂和廖海鹰高兴不已。不出意外,这批豆子将以普通咖啡豆数倍的价格被买走。

事实上,廖秀桂的咖啡豆早就凭借过硬的品质获得咖啡巨头雀巢的青睐。但为了打破产品附加值低、以原料出口为主的困境,近年来,他引进30余个咖啡品种,不断尝试新工艺,试图走上一条精品咖啡之路。

“云南咖啡产量占中国总产量的九成以上,出口到美国、德国、法国、日本等30多个国家和地区。但却缺乏议价权,陷入增产不增收的困境。”廖秀桂告诉记者,如今,越来越多的本地咖啡人开始反思原有的发展模式,探索变革。

相比廖秀桂,李洪方、李冠霆

父子的变革更为大胆。他们在原有种植和贸易的基础上,打造属于自己的咖啡庄园、烘焙工厂、咖啡店及培训学校,并着手建立咖啡大数据。

“有属于国人自己的一杯咖啡,是中国咖啡人共同的情结。”李冠霆说,“相比国际传统消费市场,我们更为年轻,也更为多元化。”他认为,国内消费者“众口难调”的特点,正给中国咖啡精细化种植及加工带来机遇。

1月31日,首届普洱国际精品咖啡博览会上,百余家中国企业及合作社展示自己的咖啡产品,吸引20多个国家和地区的采购商及行业观众“觅”香。

云南国际咖啡交易中心高级顾问TedLingle认为,云南咖啡生产转向精品的道路已十分明晰,这是一条中南美洲和东非咖啡生产国在过去几十年间所走的道路。由此带来的,将是溢价出售的咖啡数量持续增加,和云南咖农蒸蒸日上生活。

而这背后,离不开政府的支持及行业机构的努力。普洱市茶叶和咖啡产业局局长卢寒介绍称,早在上世纪90年代,当地政府



就通过大规模引进科技人才发展咖啡产业,开启与星巴克、雀巢等咖啡巨头的合作。近年来,为助力咖啡产业转型升级,又组建云南国际咖啡交易中心等平台,力图通过品质监控体系,建立自主价格形成机制,使越来越多的云南咖啡以优质优价进入国际市场。

“咖啡是云南本土最早与国际市场接轨的农产品。当前的收购价格,对咖农来说无疑是种伤害。但越是市场低迷,越提醒我们走精品咖啡之路,掌握定价权的重要性。”卢寒说。

(中新网)

天津口岸未发现“法国问题奶粉”

本报讯 近日,已持续一个多月的法国拉克塔利斯集团奶粉“沙门氏菌污染”事件又起波澜,目前事态已经影响到了全球66个国家和地区,涉及到喜丽雅、妈咪爱、赐多利等10余款进口品牌被召回,共召回约1200万箱婴儿奶粉。

据了解,自2017年12月份问题奶粉事件爆发以来,天津口岸共进口52批次婴儿配方奶粉,共计687吨,主要来自新西兰、澳大利亚等国家,均未发现不合格产品,现已全部检验检疫合格投放市场。天津检验检疫局已对以往法国拉克塔利斯集团输华产品进行核实,并未发现问题奶粉从天津口岸进口。

广大消费者在购买进口奶粉时,要仔细查看包装上的中文标签,也可向其索要入境货物检验检疫证明文件,核实其是否经检验合格并符合我国食品安全国家标准。

去年福州口岸进口葡萄酒10698.09千升

本报讯 从福建出入境检验检疫局官网获悉,2017年,该局在福州口岸共检验检疫进口葡萄酒10698.09千升、货值2386.10万美元,同比增长11.37%和22.88%。

为把好进口葡萄酒质量安全关,福建检验检疫局全面推行监督抽检和风险监控新模式,加强风险信息收集,加大相关政策法规宣贯力度,开展标签培训及咨询,帮助进口企业树立主体责任意识。加快进口葡萄酒通关速度,对现场查验货物“即验即核即放”,对抽样送检实施“即取即送即检”,施检部门与实验室建立信息互通机制,及时反馈检测结果。同时,加大培训力度,组织相关检验检疫人员开展进口葡萄酒相关培训,仅福州检验检疫局就有3人通过英国葡萄酒与烈酒协会初级品酒师资格。