

# 被过度包装的橄榄油“健康牌”

液体黄金、原装进口、西班牙皇室用油……消费升级,消费者对健康也加更关注。但有一些产品打着健康牌过度包装、过分炒作、抬高价格,橄榄油就是一个生动的案例。记者在日前的走访中发现,欧丽薇兰、贝蒂斯等品牌橄榄油宣传手段层出不穷,向消费者灌输橄榄油是健康食用油的概念。但事实上,橄榄油的营养价值并非企业宣传的那么高,同时消费者大都并不知晓橄榄油并不太适用于传统中餐烹饪。



人士认为,橄榄油所含的营养元素对人体的确有些益处,但帮助并没有宣传中所表述得那么大。“这些橄榄油品牌最大的问题是打着科普和大健康的幌子去虚高它的功能,从而抬高它的价格,达到高利润的最终目的。橄榄油虽然是一个比较高大的品类,但是对于中餐的传统烹饪来说橄榄油并不是非常适合,所以它主打更多的是健康牌。”

张雯丽对上述分析人士橄榄油不适合中餐烹饪的观点表示认同,她说:“消费者并不了解压榨工艺之间有何区别,而且初榨橄榄油适合冷烹。”

据了解,此前,曾有机构对欧丽薇兰特级初榨橄榄油在煎炸过程中的油烟浓度和油烟温度,以及酸价、极性组分及有害物质丙烯醛和丁二烯等指标情况进行测评,结果显示,欧丽薇兰特级初榨橄榄油并不适合煎炸。

但是,在欧丽薇兰初榨橄榄油的食用方法上仍然可以看到“适用于煎炒、烹调和凉拌”等字样,贝蒂斯初榨橄榄油的食用方法上也称“可以直接食用或凉拌、烹饪、煎炸”。

对于橄榄油价格偏高的情况,在业内看来橄榄油的确存在过度包装抬高价格的情况。据业内人士透露,“目前橄榄油的毛利率是高于合理毛利率的”,从国外的价格来看,橄榄油的利润是非常丰厚的,在传统欧美市场比较疲软的情况下,大家都看中了中国巨大的市场空间和容量。

在张雯丽看来,目前我国油脂市场处于过度竞争,比较混乱的阶段。但是油脂是必需品,伴随消费升级,消费者也更关注健康,整个行业还是需要一个好的企业或者好的品牌来引领市场。“现在的企业在产品包装上有些过度包装概念,其实消费者并不了解这些概念,这些企业应该从健康的理念上多进行宣传,而不是仅包装出一个健康的概念。”

(北京商报)

## 价格偏贵

“橄榄油比较健康,但价格有些高。”日前,在美廉美超市时代风帆店,正在选购食用油的郭女士对记者说,她日常一般购买花生油和玉米油。另一位消费者高女士对北京商报记者表示,她家里的橄榄油是亲戚朋友来家里做客时送的,用过一段时间,但全家人对用橄榄油烹调出的菜品口味并不喜欢,“平时炒菜还是习惯用玉米油和花生油,虽然电视上说橄榄油很健康,但价格的确有些高。”

“您觉得橄榄油健康在哪?”面对记者的提问,郭女士和高女士均表示“具体也说不清楚,但宣传广告说橄榄油比较健康”。

在永辉超市草桥店,记者也随机采访了多位消费者,日常大多购买其他品类食用油。只有不多的两位消费者日常选购橄榄油。消费者申先生告诉北京商报记者,他对饮食很“在意”,看到各种宣传载体上对橄榄油的表述,认为橄榄油非常健康,平时基本购买橄榄油。“广告上说橄榄油对小宝宝比较好,我经常购买给家中小孩食用。”消费者崔女士说,“就是价格有些贵。”

什么是橄榄油呢?百度百科显示,橄榄油是由新鲜的油橄榄果实直接冷榨而成的,不经加热和化学处理,保留了天

然营养成分。在地中海沿岸国家食用橄榄油有几千年的历史,在西方被誉为“液体黄金”“植物油皇后”“地中海甘露”,原因就在于它极佳的天然保健功效、美容功效和理想的烹调用途,被认为是迄今所发现的油脂中最适合人体营养的油脂,特别适合制作沙拉和凉拌菜。但对于宣传“极适宜婴幼儿食用”尚有较大争议。

目前,市场上的橄榄油品牌主要以欧丽薇兰和贝蒂斯两大品牌为主,产品大多定位高端,两个品牌的市场占有率几乎不相上下,已经成为进口橄榄油的代表品牌。

橄榄油与其他高档食用油价格差距有多大?有媒体就此也进行了对比。在京东超市,欧丽薇兰压榨纯正橄榄油5升装售价为279元,每升折合售价55.8元;欧丽薇兰特级初榨橄榄油3升红装售价为268元,每升折合售价89.3元。贝蒂斯特级初榨橄榄油礼盒750毫升2瓶装售价为288元,每升折合售价192元;贝蒂斯特级初榨橄榄油1升装售价为178元。

如果与小瓶包装食用油相比,部分橄榄油的价格也有差距。第一坊冷榨花生油1升装4瓶礼盒装售价为176元,每升折合售价44元;西班牙原瓶进口黛尼冷榨亚麻籽油1升装2瓶售价为199元,每升折合售价99.5元。

## “过度”营销

随机采访的几位消费者均表示“橄榄油比较健康”的信息是从各种宣传广告中获悉,那么橄榄油是如何营销的?

以同为“金龙鱼”母公司益海嘉里旗下的欧丽薇兰为例,自从2004年将橄榄油引入国内市场后,欧丽薇兰就在品牌营销上确实下足了功夫。请明星代言、推出更健康的高端产品,从产品定位到品牌推广,欧丽薇兰品牌几乎面面俱到。

不仅是这些常规动作,欧丽薇兰在广告宣传上也不断“创新”。去年,某卫视频道的一档新闻栏目就出现了欧丽薇兰产品的大篇幅“报道”。

在节目中看到,该“报道”以科普“橄榄多酚”这一概念的形式呈现,节目自始至终均围绕该产品主打的“高多酚”概念,屡次出现该产品的特写镜头,同时还请来了专家站台。

业内专家冯双庆在节目中对“橄榄多酚”的概念做了解释,她表示,橄榄当中吃到的涩味就是多酚,它有很多种生理功能,橄榄油里多酚含量的高低也是品质的一个重要标志,含量越多品质就越好。同时冯双庆对于初榨的概念也进行了说明,“初榨就是第一次榨,而且是冷榨,它的成分是最好的,橄榄多酚在特级初榨里含量应

该是最高的”。

冯双庆还以有些关于橄榄油的报道为例,阐述了橄榄多酚对人体的益处,她表示,地中海附近的人特别长寿,原因是经常吃橄榄油,橄榄油中的橄榄多酚起到了很重要的作用,橄榄多酚可以给人体肠道中的有益菌群提供繁殖的条件,同时还具有很强的抗氧化性,可以使人的内脏器官很健康。

欧丽薇兰的竞争对手贝蒂斯在营销上也并不逊色,该品牌打出“百年品质、西班牙皇室用油、始于1914年、原装进口”等概念,“皇室”这一字眼为品牌定位助力不小,价格也高于同类竞品,在电视、网络以及各大超市卖场中,均可见到贝蒂斯产品的广告。

## “水土不服”

橄榄油营养价值究竟有多高?它真的适合中国人的饮食习惯吗?带着问题,记者采访了多位业内专家,得到的答案却与节目中专家的“热捧”截然不同,反而都对橄榄油过度炒作健康概念不太感冒。

“从营养角度来看,市场上的双低菜籽油等比橄榄油的营养价值更高,只是宣传得太少。”农业部油料市场预警分析首席分析师张雯丽直言。

一位不愿具名的业内分析

## ■ 环球资讯

# 俄罗斯乳制品生产缺口达25%

俄罗斯副总理德沃尔科维奇近日在俄罗斯南部视察期间透露,俄罗斯乳制品生产存在25%的缺口,俄政府将大力发展畜牧业,使其走向世界领先地位。

德沃尔科维奇说,俄罗斯消费市场每年对乳制品的需求为4000万吨,而俄罗斯自己的生产能力只有3100万吨。缺口部分主要从白俄罗斯进口,但俄罗斯希望能够自

给自足。

德沃尔科维奇指出,南部产区应该在解决乳制品缺口问题中发挥主要作用。政府将投入更多精力研究土壤改良、无机肥料使用以及土地轮作制等,加强当地畜牧业发展。

今年2月22日,俄罗斯动植物检验检疫局网站发布公告说,因近来从白俄罗斯进口的乳制品频现质量问题,俄罗斯将对进口白俄罗斯

乳制品采取临时限制措施。

对此,白俄罗斯总统卢卡申科表示,白方也会准备相应措施应对俄罗斯的决定。俄方的限制措施执行日期先由2月26日推延至3月6日,随后又再次推延至3月15日。

俄罗斯国家牛奶生产企业联盟的数据显示,目前俄罗斯乳制品市场79%的进口产品来自白俄罗斯。

(新华网)

# 创新保险“食安宝”在深圳发布

由深圳市美食文化促进会 and 太平洋产险深圳分公司联手打造的食物、餐饮及上下游供应链行业“服务+保险”的品牌“食安宝”项目日前启动,同时举行首批单位签约仪式。

据介绍,“食安宝”是由市美促会和太平洋产险深圳分公司联手打造的食物、餐饮及上下游供应链行业“服务+保险”的品牌,围绕着食品安全责任保险展开,为商家提供新店资质风险管理和咨询服务以及全面的食品安全保障,甚至包括商家的营业场所责任。

(网摘)