

11月全国餐饮收入小幅下滑

中烹协提醒做好进口冷链食品防控

本报讯 据中国烹饪协会消息,国家统计局12月15日发布数据显示,2020年1-11月全国餐饮收入34578亿元,同比下降18.6%。其中,11月份,全国餐饮收入4980亿元,同比下降0.6%。中国烹饪协会分析指出,进入冬季,餐饮

企业在落实冷链食品防疫措施中也遇到了一些问题和困难,餐饮市场经济复苏仍面临不少挑战。餐饮企业要抓好年末餐饮市场的冲刺,中国烹饪协会将持续呼吁相关扶持政策,共同推进餐饮市场稳定回暖。

据中国烹饪协会分析,11月份,全国餐饮收入增速、限上餐饮收入增速环比分别较上月下降1.4个百分点、4.3个百分点,出现下滑态势。1-11月,全国餐饮收入增速、限上餐饮收入增速较上年同期分别下降28个百分点、23.1个百

分点,与社会消费品零售总额增幅差距持续收窄至13.8个百分点。

中国烹饪协会强调,临近新年,餐饮企业要坚持各项防疫工作常态化,加强重点环节食品安全自查,严格执行进口冷链食品检测、检疫、消毒

证明的索取及信息追溯体系建设。在生产经营方面,要抓好年末餐饮市场的冲刺,做好新年餐饮产品展示展卖、网上预订,推动绿色餐饮发展。自觉将厉行节约纳入餐饮生产、加工、服务的全过程,全程节约,避免浪费。

食品企业新锐崛起 领跑行业未来

日前,2020中国企业家博鳌论坛在海南省博鳌举行。论坛期间,以“厚植‘双循环’内需动力 洞见‘新消费’未来趋势”为主题的2020中国食品发展大会同期举办。

在圆桌对话环节,新锐品牌代表企业争先发言。其中,作为在农业和养殖业新兴崛起的企业,九九吾品牌创始人、内蒙古顺宏实业有限公司董事长丁虎来到了圆桌对话现场。他表示:“如何把企业管理、产品做到极致是我们当下要做的事情,因此公司投入了巨资打造独有的产品特点,比如绿色、健康、溯源、无公害,我们希望企业真正地能服务所有的消费群体,把健康带给千家万户。一直以来,我们立志做优质农产品,凭着良心去赚钱,让广大家庭受益,这是我们本质上想做、要做的事情。九九吾是自主种植养殖研发生产,线上线下销售为一体的企业。公司主要追求的是绿色、有机、健康,在溯源方面做了很多的努力。希望九九吾品牌能够越做越强,得到广大消费者的认可。”

据悉,九九吾品牌依托精湛的技术研发、运营团队,采用先进的3F运营模式,连接线上线下商城,并组建专业的策划团队,专职打造九九吾全国千城万店实体新商超,主营全国名优特产、生活日用品、农副产品、农资、农机具等,实现远程销售管理、就近配送的便捷新零售模式,让消费者买到质优价廉的优选商品,带动“三农”快速脱贫致富。丁虎介绍,九九吾旨在以博爱、利他的平常心,为中小微企业提供系统化资源转化服务,助力全国各省市农特产品全国互通互联,助力国家消费经济繁荣。

像九九吾这样崛起的新势力彰显了中国经济发展的不竭

动力,云南东方红生物科技有限公司董事长余思远对此表示深有同感。他说,我国核桃油行业潜力十足,应该积极发展补充我国油脂消费缺口。

随着生活水平的提高,人民对美好生活的要求不断地提高,经济增长速度也从增长的阶段向高质量发展的阶段进阶。“核桃油作为木本油料的一种,其不饱和脂肪酸已超92%,为保持木本油料的营养元素,企业创立了新的技术,低温物理双压榨技术,最大化把油料的营养元素保存下来。”余思远说。

据他介绍,我国的核桃种植面积接近1.2亿亩,当下核桃总产量400万吨,按照当下的产量,未来的五到八年,核桃进入丰产期可以接近四千万吨。“云南东方红隶属于湖北东方红粮食有限公司,始创于1966年,当时命名为‘中华人民共和国东方红粮食厂’。54年来,我们累计在全球建立3300条成套油机生产线,在34个国家获得了国家级专利及全球专利,18个专利都涉及到核桃产业的加工设备。11月,公司率先推出的低温物理双压榨技术被正式评定为国际领先,这标志着我们油量的加工技术领跑全球。”

对于核桃油行业未来的发展方向,余思远有着深入的思考。他表示,核桃油用于大众的餐桌消费以外,也可以广泛应用于食品加工企业。同时呼吁更多的食品加工企业都能选择核桃油,为健康中国接力,为美好中国加油。

据悉,作为2020中国企业家博鳌论坛重要组成部分,食品发展大会聚焦食品行业“痛点”,把脉快速消费品行业大势,洞见食品行业大变局与新机遇,搭建部委、行业协会、企业、媒体间沟通的高端平台,共同探讨行业的创新与转型升级。

(新华网)

巨头扎堆社区团购

200多家社区团购企业争抢市场份额

诞生于2014年社区生鲜团购突然成为互联网巨头、传统商超争抢的超级风口。阿里巴巴、京东、美团、拼多多、沃尔玛、百果园……甚至包括几乎没有做过零售业务的滴滴出行都相继入局。据不完全统计,国内目前有200多家社区团购企业。机构预测,到2022年,市场规模有望达千亿元级别。

不过,社区团购概念股近期纷纷有所回调。

传阿里美团拼多多退出社区团购? 谣言! 据网经社“电数宝”电商大数据显示,从2019年1月至2020年11月26日,国内社区团购类电商领域共发生26起投融资事件,共计融资超117亿元。

眼下社区团购各个品牌的融资大战、车辆地面圈地和补贴营销,和此前疯狂烧钱的团购大战、网约车大战如出一辙,这也引起了一些担忧。前期补贴烧钱迅速扩大规模,后期形成寡头市场,消费者是否真能从中受益? 还有人为中小菜贩的处境担忧:如果不能形成良好的生态,留下的只会是一地鸡毛。

11日,网传阿里马云、美团

王兴、拼多多黄峥等均表示,将退出社区团购业务,不过目前已经被证实该消息为谣言。记者体验多个社区团购业务产品发现均正常使用。广州市民陈女士表示,自己会在手机上参加社区团购,也会去超市、菜场买菜,“社区团购的低价菜品质一般,而且还要去附近的土多取”。

社区团购利润率高吸引巨头涌入。社区团购为何吸引巨头争相涌入? 这种依托真实社区的区域化、小众化、本地化的团购模式,通常的操作是居民通过社区里的“团长”预订生鲜食品、日用百货等商品,次日送达或者居民自提。

在疫情期间,阿里巴巴、拼多多、苏宁、永辉超市等大小公司都直接深入到产地,以助农的形式在产地建立起了产地合作的模式。这些因素反映在社区团购上,就是订单量、客单价以及部分商品的毛利率高涨。

根据安信证券的分析数据,在团长扣点5%的前提下,社区团购的利润率可以达到10%~15%,远高于农贸市场(菜市场)、前置仓模式的生鲜电商、店仓一体的生鲜超市。社区团购

利润率的提升,受益于社区团购免除了商品到货后的配送、库存和仓储的成本。大公司大举进入社区团购的原因即在于此。

谁能胜出还看核心竞争力。不管团长“争夺战”如何激烈,社区团购的前端——生鲜等货品从哪来? 食品安全如何保障? 社区往往很分散,如何降低配送成本……仍是众多平台面临的共同难题。众所周知,过长的供应链、损耗率高、运输难,让生鲜电商在国内发展已近10年,至今仍是最难啃的电商“骨头”。

这些平台谁将胜出? 网经社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青表示,从去年开始,生鲜电商频频倒下,众多生鲜电商平台在产品种类、服务体验以及配送方面的特点并不突出,并且始终处于烧钱培养市场、消费习性的阶段,这种没有形成核心竞争力的模式,无法持久延续。对于善于营销运营的平台来说,短时间做高订单量并不难,构建稳定的供应链、做好选品和物流才是真功夫。

(广州日报)

中粮集团获选“2020中国农业旗舰企业”

本报讯 12月12日,中国农业企业家峰会发布“2020中国农业企业发展典范”系列榜单,中粮集团获选“2020中国农业旗舰企业”。集团党组成员、副总裁伊力扎提出席峰会,并以《做强产业基础,扩大内外合作,构建农业供应链双循环发展新格局》为题做主题发言。

伊力扎提表示,作为国内领先、全球布局的农粮食品企业,中粮集团积极顺应国家农业产业发展需要和粮油行业全球化趋势,坚持以“忠于国计、良于民生”为使命,以保障国家粮食安全、提升居民消费品质为己任,充分发挥在建设现代

农业中的引领示范作用,持续完善产业链布局,加强海外投资与贸易合作,努力构建以保障国内需求为核心,国内国际双循环相互促进的农产品供给新格局。

伊力扎提提议各方携手合作,进一步夯实现代农业发展基础,提升我国农业综合生产能力;积极加强农业生产经营主体间的业务对接合作,持续优化产业链运行效率;坚定打造农业行业领军企业,充分发挥引领带动作用;积极推动“科技+农业”深度融合,以现代技术赋能传统产业转型升级;加强对外合作,积极融入全球农

业供应链、产业链、价值链。

伊力扎提倡议农业企业主动顺应中国农业产业发展新趋势,充分把握新机遇,努力做强产业基础,积极促进产业升级,在内外双循环中,共同构建更高层次、更有效率、更可持续的中国农业高质量发展新格局,努力守护国人餐桌上的幸福,为维护国家粮食安全、助力乡村振兴、深化农业供给侧改革做出新的贡献。

会上,各方企业负责人和有关专家共同探讨了农业企业如何在新发展格局下抓住新契机,农业企业如何在全面推进乡村振兴战略中发挥作用。