

福喜之后的洋快餐供应变局： 山东全产业链肉企或将赢先机

食安联盟QQ群:209583708
食药监局举报电话:12331

食安山东 品牌引领在行动
主办:省食安办 省食药监局 齐鲁晚报
征集:打假线索 诚信联盟企业 消费观察团

刚刚过去的一周,有着百年历史的美国公司福喜频频收到“分手信”,有60多年的老友麦当劳,更有新朋友,已明确终止与福喜中国合作关系的品牌包括肯德基、必胜客、东方既白(以上三企业同属百胜集团)、麦当劳、汉堡王等5个,表态主动封存下架上海福喜产品的品牌有7-11、星巴克、棒约翰、德克士等4个。

如果不能尽快扭转这次危机,福喜也许会步三鹿牛奶的后尘,永远从中国市场消失。“福喜”的危机背后是洋快餐供应链或将迎来较大变局,尤其是作为畜牧大省的山东或将迎来新的机遇。本报记者采访了解到,目前已有不少公司“摩拳擦掌”准备争取由福喜退出而腾出的市场份额。



番茄无籽是 激素蘸花之过?

本报见习记者 魏吉顺
马文文 实习生 孙伟飒

“买回来的番茄掰开多是空空的‘几居室’,籽少得可怜,甚至没有。”济南市民张女士告诉记者,“有的朋友说是激素蘸花的原因,激素加速了番茄的个头生长,大块头而中空。”

这个观点得到从事几十年生物授粉研究的山东一家生物科技公司的技术总监门传喜的肯定,他说,“激素蘸花番茄畸形果多,无籽,果肉大部分是空的,抛去植物生长的一些个体因素,果实的好坏与否,授粉过程是个关键。”

目前,进入老百姓餐桌的大多是大棚蔬菜,门传喜分析说,“大棚作为作物生长提供了一个温度、湿度都比较适宜的环境,但隔绝了空气昆虫,所以显花植物被昆虫授粉的机会就没有了,而人工授粉的时候容易激素过量,使果子出现畸形。而且点激素毕竟不是一个自然的过程,是一种被迫的生长,这样作物发病率容易增多,在生长时也不会有太多枝叶。”

“特别是冬天,我们吃的一些西红柿就很空,觉得像个支架,空壳,假如当初是用自然授粉而不是人工手段点激素的话,情况就大有改观了。”省内一家标准化养殖熊蜂的生物科技企业的负责人魏敏告诉记者,很长一段时间里,蜜蜂授粉一直被认为是一般作物的最佳授粉方式,然而上世纪80年代末期以来,科学家发现,熊蜂在多数环境情况下远比蜜蜂更能有效进行授粉,“熊蜂只管授粉,不干别的,而蜜蜂在授粉时还兼顾采蜜,再加上熊蜂独有的一些生理特征,所以它的效率会更高也更稳定,据粗略估计,十几只熊蜂的授粉效率差不多能抵得上两千只普通的蜜蜂。就像刚才提到的西红柿这种情况,用熊蜂授粉就好多了,毕竟它是专门搞这个的动物,知道作物什么时候最适合授粉,而人工激素蘸花的标准就是用眼睛看花开了。熊蜂授粉给作物还原一个真实的生长环境,也能解决目前大棚激素蘸花带来的激素污染问题。”

记者了解到,与生活中常听到的“雄蜂”不同,熊蜂是蜜蜂科的一类,体形庞大,口吻极长,环境适应性更好,“蜜蜂授粉对温度这一块儿要求更高,冬天天冷,不到一定温度蜜蜂不出来,再就是蜜蜂对光更敏感,总想飞到大棚外面,有好多蜜蜂就是这样撞棚而死的。而且蜜蜂对花是有选择的,比如茄科类的花,蜜蜂不喜欢气味就不会去碰。”

本报记者 李钢
实习生 高金

山东猪肉加工第一股 得利斯表现“抢镜”

“福喜事件”之后,福喜的替代概念股得利斯走强,8月1日,百胜集团宣布已全面断绝了与福喜集团的全球供应关系后,当日上午该股即告涨停,报6.93元,涨幅为10.00%。截至上一个交易日(8月8日),得利斯以7.46元涨停收盘。

对于股价表现,得利斯公司证券部有关负责人在接受记者采访时表示,公司并不清楚涨停原因,但不排除跟福喜事件有关。记者了解到,去年以来,得利斯就跟肯德基开始合作,主要为其提供猪肉类产品,去年仅有小部分合作,而今年以来已经加大了合作力度。“这对我们很多企业来说肯定是个机会。”得利斯集团有限公司总裁于瑞波就表示,他们正在积极争取承接福喜之后的肯德基供应业务,“我们肯定会积极争取增加供应量。”

我省不少肉企 或加码供应洋快餐

“福喜事件”不仅仅给部分食品企业带来了机遇,在省内外不少业内人士看来,福喜之后,对我省这样的畜牧大省来说也是一个机遇。

在近日召开的全省畜牧兽医局长座谈会上,山东省畜

牧兽医局局长冯继康介绍,2013年全省屠宰生猪5000万头、家禽22亿只,肉蛋奶总产量占全国的1/10。

“尤其是对省内的一些龙头企业,这将是极好的机遇。”我省一位畜牧业专家分析,在鸡肉、猪肉等生产加工领域,我省有不少龙头企业,像六合集团,主营业务涉及及饲料生产、食品加工等产业,是麦当劳、肯德基等企业的原料供应商。还有凤祥集团、诸城外贸等都已与肯德基等有供货关系,这些企业的供应量可能会有所增加,也有可能新的企业加入到洋快餐的供应商中。

在于瑞波看来,在抢抓这次机遇中,那些全产业链的食品企业会占有优势。“全产业链的企业,质量安全更容易控制。”这一点也在麦当劳、百胜那里得到了验证。对于供应商体系重建,麦当劳就表示,对于潜在的供应商,正进行从农场到餐桌的严格审核,以确保产品完全符合相关法规的要求以及麦当劳的标准。

本土企业能否 胜出仍存悬念

福喜虽然腾出了很大的市场份额,但中国本土企业能否抓住这次机会,在洋快餐供应商领域赢得先机,仍是一个未知数。

“首先,麦当劳这个公司,不知道是不是歧视本土企业,它的供应商基本全是外企或有外资背景的企业。”省内一家肉制品企业负责人不无担

心地表示,“麦当劳以前是这样,不知道福喜之后是否会变。”

麦当劳直接面对的合作商在全球有五个,分别是辛普劳食品加工公司、福喜食品公司、铭基食品公司、百麦食品加工公司和夏晖物流公司,这五家公司均来自美国。对于鸡翅、鸡腿重量微差以及每袋薯条长度的严苛标准,不是随便一家供应商短期内可以做到的。而双方数十年的合作关系,也并非一个普通的供应商可以取代。

而对于肯德基所属的百胜集团,该负责人稍微宽心一些,“肯德基在中国拥有650家供应商,且本地的供应商也比较多,只要符合他们的要求,还是有可能的。”

不过,早在2009年,百胜餐饮集团中国事业部与山东新昌集团有限公司签署重要战略联盟合作协议时,新昌集团负责人就对外公开表示,当年年初新昌集团刚刚与泰森中国投资有限公司(世界500强美国泰森公司的全资子公司)签订重大投资合作协议,双方合资成立了山东泰森新昌食品有限公司。而我省另外一家肯德基的供应商诸城外贸,也在2001年携手美国泰森成立了山东泰森大龙食品有限公司。

“从这些看,他们还是看重外资或者合资的企业。”一家也想争取“福喜之后洋快餐供应商资格”的食品企业负责人分析说,“腾出来的市场份额,到底会鹿死谁手还不好说。”

相关链接

麦当劳部分产品 仍是“售罄”

随着各相关洋快餐纷纷发表声明,停止使用福喜原料,由此带来了不少洋快餐的部分产品断货。

在我省的洋快餐同样出现了部分产品断货。根据省食药监局的调查,山东省内肯德基门店未使用上海福喜食品原料,而必胜客有一款调味牛肉排(店面供应名称椒盐牛排)所用原料来自上海福喜食品有限公司。而在山东的80家麦当劳门店,其中有78家涉及上海福喜食品原料。

事件曝光后,麦当劳部分门店很快出现了产品断货现象。7月28日,记者曾走访济南多家麦当劳门店,各门店大都只有一款“麦香鱼”汉堡,其他品类的汉堡基本都没货,一时间麦当劳门店甚至被称为“饮品店”。

在持续缺货一周左右,8月6日,记者再次走访了济南多家麦当劳门店,尽管原本张贴的“仅提供有限菜单”的告示已经撤掉,但菜单上的大部分产品仍显示“售罄”。在大润发附近一家麦当劳门店,工作人员告诉消费者仅有“麦香鱼”、“烟肉芝士飞碟吐司”、“原味板烧鸡腿堡”三款汉堡,而其中原味板烧鸡腿堡中没有蔬菜。

走进企业透明看

“食安山东观察团”第二站之走进亚奥特乳业—— 自己养牛,收奶坚持“六不收”

本报泰安8月10日讯(本报记者 李钢 见习记者 孟祥根 杨丹丹) 9日,“食安山东——走进企业透明看”消费观察团活动第二站,走进了位于泰安市的山东亚奥特乳业有限公司,作为食安山东质量诚信联盟企业代表,中国汇源果汁集团、山东华牧天元农牧股份有限公司、山东金龙珠农业科技有限公司的代表们应邀参加了考察,省畜牧协会奶业分会、食品工业协会、渔业协会领导和专家们也应邀参加。

“自己养牛,咱家的牛奶0添加”,这是亚奥特牛奶包装盒上印着的话,为确保奶源安全,近年来,亚奥特累计投资近亿元,建设了117个高标准奶牛生态牧场。

“为保障奶源安全,我们养的头奶牛,不仅耳朵上有芯片,腿上还有计步器,这样奶牛一天走多少步、喝多少水、吃多少饲料,都了如指掌。”负责生产管理的亚奥特乳业副总经理马扶林介绍,“就像这计步器,通过对比牛

的活动量,如果小于正常活动量,就要怀疑奶牛是不是病了,过高也要怀疑。通过这样的数字化管理,对那些不适合挤奶的奶牛,系统会自动屏蔽掉,就像刚打了针的牛,它到了挤奶厅,那个挤奶杯也不会给它挤奶,因为每头奶牛都有自己的编号,而挤奶杯与编号是相对应的。”他又指着厂区内随处可见的安全管控措施说,“为确保奶源安全,我们有生鲜牛奶六不收原则,散户饲养的奶、手工挤的奶、人情面子奶、未防疫检验的奶、检验不合格的奶、未签订合同的奶一律不收。每辆运奶的运输车,我们都安装了GPS定位跟踪系统,监控运输车的运输路线、运输时间等,以防做手脚。”

岩并杀菌机、利乐杀菌机、均质机……走进亚奥特生产车间的参观走廊,一台台世界最为先进的仪器,让参观团成员目不暇接。亚奥特乳业副总经理李庆官介绍,亚奥特乳业近几年内累计投入资金7000余万元,引进了最先进的



参观团成员被奶牛场的环境吸引留影 本报记者 李钢 摄

生产工艺和乳制品加工设备。正是由于自身雄厚的实力和严格的质量管控,多年来,亚奥特一直与国内乳业巨头之一的伊利有合作关系,十年之前,双方合资成立了泰安伊特乳业有限公司。

在参观完工厂后,考察团又来到了亚奥特乳业金凤玲生态奶牛场。在这里,亚奥特的

“一线员工”——奶牛们住在整洁的“宿舍里”,听着丝竹音乐,有的在吃着营养丰富的“工作餐”,有的在悠闲地散步。

正是由于这种严格的质量管控措施以及对消费者负责的理念,亚奥特乳业从曾经的小作坊发展成了现在的大公司,如今的亚奥特已经进入发展的快车道。



齐鲁晚报李岩侠
品牌工作室策划

微博: <http://weibo.com/u/3870367321>
品牌企业QQ群: 260469383
主持人: 李岩侠 邮箱: daxia365@sina.com
电话: 18678859550 0531-85193055