

中小学配餐尴尬背后:

团餐“正规军”失利小饭桌



本报记者 李钢

校内供餐在减少

“学校的小饭桌名额有限,只有孩子不在那儿吃了,才能替出名额。现在不少学校还在减少校内小饭桌的数量。”济南市市民曾正兰说,她孩子所在的学校就表示,“我们学校不再开设学校小饭桌了,将现在已有的在校吃小饭桌的学生送到毕业,就不再找配餐公司了。”

配餐格局待变

除了个体经营者,不少配餐企业也看到了这个市场。“应该说,得有1/3的中小学生在中午需要在外解决用餐问题,就以济南算,这就是个不小的市场。”山东松乔餐饮管理有限公司董事长窦大海给记者算了一笔账,以30万在校中小学生在算,就算10元一份,这样一年也是几个亿的市场。

2009年,看到这个市场后,周涛投资30万元成立了一家配餐公司,目标瞄向中小学生在。

其实,以前各中小学大都由校内食堂,为孩子提供午餐等用餐服务,但随着食品安全事故出现后,家长们以及相关管理部门对学校的追责,致使学校慢慢将学校食堂停办,将学生就餐问题推向了校外市场。正是在这种背景下,小饭桌应运而生。

“周边的‘小饭桌’分流了大量的生意,我们的订单一直不足。”周涛表示,价格低、订量少令公司很难盈利,如今他不得不将更多的业务转向单位配餐,“中小学生的订单已经很少。”

据了解,目前有统一配餐的学校,大都由学校负责人、家委会等共同主导进行。周涛表示,“应该由教育、食药监等主管部门参与,这样才能更好地发展,统一配餐不仅利于产业

但由于小饭桌大都是个体经营,且大都不符合相关许可条件,多年来一直处于“无证经营”的状态。直到近几年,相关部门才对“小饭桌”进行备案管理,将其纳入监管范围。现在每学期开学前,我省各县(市、区)食药监局会对辖区内的“小饭桌”进行检查,并评定星级。

发展,还能保障安全。”我国近年来关注青少年营养问题,甚至每年补贴160亿元用于改善农村中小学生在营养午餐,而配餐公司的专业化显然更符合这一思路。

窦大海告诉记者,他所在的公司也曾给一家重点小学集中配餐,但只配送了一学期。

“首先我们做的是冷链中餐,和目前大多数做热链快餐不同。”最终由于成本等多方面原因,窦大海还是选择了退出,

尽管监管部门加强了对“小饭桌”的监管,但其食品安全风险仍然存在。记者在泉城路附近一家“小饭桌”看到,“小饭桌”位于一栋老旧的居民楼上,房间比较狭小,里面摆满了学生休息用的床,厨房更小,而且没有专门的消毒设备等。

“如果是热链配餐,配餐的数量就有很大的局限性。一般热链配餐供应量在几千份已经很大,几千份午餐可能就需要早晨做,当送到学校学生就餐时,已经过去了几个小时,在这个过程中,尤其是夏季,安全风险很大。冷链快餐就可以克服这些弊端,可以配送前加热,如果条件允许,可以在学校加热,这样既能一次杀菌消毒确保安全,配送数量和范围的限制也会更小。”

参观汇源果汁工厂意外收获

挑食孩子爱上喝果汁



8岁的菲菲是一名小学二年级的学生,最让家长头疼的是,她从小就十分挑食。据菲菲妈妈孙女士讲,菲菲从小就不爱吃水果和蔬菜,最喜欢吃各种肉类。让孙女士想不到的是,这个暑假,向来对水果不感兴趣的菲菲竟然爱上了喝汇源果汁,成为每天早餐的必备饮品。

菲菲的转变,源自7月19日由本报等单位组织的“食安山东——走进企业透明看”消费者参观活动的首站——走进汇源果汁莱芜生产基地。当天,菲菲和妈妈与来自省内各地的二十余名消费者代表一起,走进了全国第一果汁品牌汇源的莱芜生产基地。

在这里,菲菲听取了生动有趣的水果与健康知识讲解,并实地参观了100%果汁灌装生产线,了解了果汁从原料入厂检验,到生产到入库等全部生产流程。在产品展厅,菲菲更是对造型可爱的果汁产品爱不释手。

“家里不怎么买果汁,质量总感觉不太放心。这次参观了汇源的生产基地和加工车间,让我们了解到安全食品的生产过程,知道了什么是无菌冷灌装和超高温瞬时杀菌技术,同时也感受到了品牌企业的责任意识,汇源100%果汁不添加任何防腐剂的加工工艺让我打消了疑虑。”菲菲妈妈表示,自从参观完工厂后,菲菲就主动让妈妈每天早晨果汁喝,而且从此形成了每天早餐喝一杯汇源果汁的好习惯。

对此,营养专家表示,随着生活水平的提高,人们对营养的关注与日俱增。而果汁因其营养全面、更易吸收等特点,受到越来越多现代人的青睐,成为很多人的每日必备。为此,中国饮料工业协会也发出了“爱健康,喝果汁”倡议。

成立于1992年的中国汇源果汁集团,是国内最为著名的饮料企业之一。目前汇源果汁已在全国建立了130多个经营实体,链接了1000多亩优质果蔬茶粮等种植基地,建立了基本遍布全国的营销网络,构建了一个横跨东西、纵贯南北的农业产业化经营体系。

投资界

KKR25亿获圣农发展18%股权

私募风投投资农业契机再现

本报讯 近日,全球老牌私募股权投资机构KKR集团以24.6亿元巨额投资获取肯德基白羽鸡供应商圣农发展18%股权,据圣农发展发布的公告,锁定期为3年。KKR还将与圣农发展在产业链延伸、海外业务拓展以及并购等方面进行深度合作。

KKR全球合伙人兼大中华区总裁刘海峰表示:“与专注于食品安全的企业合作是KKR在中国投资的重要主题之一。”“以KKR投资圣农发展为标志,对私募、风投来说,新的农业投资机遇或许已经到来。”北京某私募界人士在接受采访时表示。

8月28日,德勤中国最新发布的中国农业发展趋势报告《变潮涌动——全产业链布局现代农业》指出,中国农业领域的PE/VC并购投资于2010年达到近年来峰值,交易量与交易金额分别冲上最高点29宗和13.58亿美元。在此之后,交易金额虽然总体回落,交易宗数却稳居较高水平。

从宏观层面来看,中国国内农产品巨大需求对农业投资的价值再次凸显。以白羽鸡行业为例,鸡肉作为动物蛋白的重要来源之一,其需求呈快速增长态势。中国台湾和香港地区的鸡肉消费约占整个肉制品消费的近40%,而国内鸡肉消

费仅占17%。中国人均鸡肉消费量每年10公斤,相比于美国的人均43公斤处于较低水平,仍有较大成长空间。肉鸡生产向规模化企业集中也已成为趋势,规模化企业的市场占有率从2007年的12%增加到目前的30%,但与美国等成熟市场95%的集中度相比,仍处于较低水平。大规模一体化养殖是确保食品品质和安全的關鍵。

“从大背景来看,农业投资的潜力仍有待挖掘。今年农业很多子行业经过前两年的洗礼后,已经到了价值洼地,很多上市公司都有机构抄底,进行产业链整合的需求,比如今年硅谷天堂入股通威股份正是契合

这一需求,而食品安全事件的再次发酵又给私募、风投提供了良好机遇。所以,今年对私募、风投来说,都是投资农业的好时机,特别是畜禽行业。”上述私募界人士告诉记者。

(宗禾)



齐鲁晚报李岩侠品牌工作室策划

微博: <http://weibo.com/u/3870363721>

品牌企业QQ群: 260469383

主持人: 李岩侠 邮箱: daxia365@sina.com

电话: 1867889550 0531-85193055

西王将与中粮开展全产业链式合作

“福王联盟”再塑中国品质,重建消费信心

本报邹平8月31日讯(记者马绍栋) 记者从30日举行的中粮西王玉米油技术与营销创新研讨会上了解到,双方将在原料采购、安全控制、内控标准等领域开展全方位战略合作。

中粮食品有关负责人表示,食品安全是消费者最关注的话题,由于食品必须经过原料种植甚至种子研发到后续加工、仓储、营销全过程,因此要做到食品安全且营养健康,必须要有全产业链支撑。在玉米油行业,只有中粮、西王是能够实现全程可

控的,因此许多方面都可以展开交流合作。

“我们双方都具有全产业链优势,而且双方在玉米油品类上有共同点,都是非转基因;品牌定位及价值观也是一致的。”西王食品股份有限公司相关负责人表示,牵手中粮决非一时冲动,此前西王与中粮有过接触和商讨,研讨会结束后,双方将就具体合作项目进行对接,内容包括原料采购、安全控制、质量控制、技术分享等,双方还打算起草用于两者内部的内控标准,这

一标准高于国家、行业标准。目前西王分管部门正跟中粮具体分管部门就具体项目合作进行专题研讨。

记者了解到,中国目前玉米深加工产能在4000万吨左右,可加工玉米油120万吨左右,西王村占据60%以上的份额,是公认的“中国玉米油城”,经过20多年发展,已经在原料、质量、品牌等方面积累了明显的优势;而作为粮油行业“国字号”的中粮集团,其从田间到餐桌的全产业链模式也在业内集聚了良好的市场

和品牌优势。与大豆油、棕榈油相比,玉米油是小油种,但已超过花生油,成为国内第三大小包装油品,并抢占了部分转基因大豆油的市场。

谈及双方合作的意义,西王食品相关负责人表示,中粮是中国粮油行业“老大哥”级的知名企业,西王作为后起的新秀,两者联手是对玉米油行业乃至整个粮油产业发展的极大促进。尤其在食品安全事件频发的当下,消费者神经异常敏感,西王希望通过这次合作,吸收双方优势,

实现粮油安全自给自营,共同打造“中国品质”,恢复中国消费者对“中国品质”的信心。

业内人士称,中粮旗下的食用油品牌是福临门,其合作伙伴是西王食品,如从两家各取一字,恰好是“福王”,从产业角度看,此次“福王结盟”使双方在玉米油品类中占据了较大的市场份额,拥有了更大的行业话语权,有利于促进玉米油行业健康有序发展,推动产业升级进步,改变当前的食用油竞争格局。