

后福喜时代 中国企业接棒并非易事

生产资质、产品标准甚至商业文化都难以短时间适应合作要求

■ 本报记者 张博

“福喜事件”之后,曾经长时间作为餐饮行业内“不能说的秘密”的原料供应商终于从幕后走到台前。近日,根据上海市食药监局的要求,百胜、麦当劳、德克士、汉堡王等五家餐饮连锁企业在其官方网站上公布了原料供应商名单,而福喜则如百胜、麦当劳此前承诺的那样,并未出现在供应商名单里。

在百胜提供的最新供应商名单中,记者发现上海元盛、北京华都、圣农食品、中粮肉食、河南双汇、山东仙坛、山东凤祥实业有限公司等一大批中国企业唱起了主角。

麦当劳谨慎选择新伙伴

相较于百胜,麦当劳中国在选择新的供应商时就显得更加保守。记者在麦当劳官网看到,其最新公布的原材料供应商名单显示,麦当劳的牛肉饼、麦乐鸡的供应商已变更为铭基食品有限公司,而其他肉类产品的供应商还有荷兰美食品有限公司和嘉吉动物蛋白(安徽)有限公司。

据了解,铭基食品公司同福喜一样,同样来自美国,是麦当劳的全球五大一级合作商之一,与麦当劳有着长期、稳定的合作关系。在麦当劳中国一级供应商格局中素有“南有铭基、北有福喜”的说法。公开资料显示,铭基食品有限公司于1991年1月30日成立,是我国南部最大的鸡肉加工产品制造商,由三家世界著名的专业公司共同组成的大型中外合资企业,股东

分别为:美国基斯顿食品公司、中国粮油食品进出口公司、美国麦当劳公司。

而另一家供应商北京荷美尔,同样与麦当劳有着千丝万缕的联系,这家公司是由美国荷美尔食品公司与北京三元集团有限责任公司共同投资兴建的,而北京三元也是麦当劳在中国的重要合作伙伴,持有北京麦当劳的部分股份。

据记者了解,嘉吉动物蛋白(安徽)有限公司在福喜事件后,也成为百胜、麦当劳、汉堡王等快餐企业的主要供应商之一。公开资料显示,该公司成立于2011年12月,是一家集饲料生产、孵化养殖和屠宰加工于一体的禽肉全产业链企业。而该公司的母公司美国嘉吉公司则是世界上最大的私人控股公司、最大的动物营养品和农产品制造商。

一位业内人士向记者表示,不同于百胜,对严重依赖福喜的麦当劳来说,彻底更换供应商的选择标准,并不现实。毕竟麦当劳对于鸡翅、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。

市场真空,谁能得利

麦当劳、百胜等众多合作伙伴纷纷撇清关系分道扬镳,这对福喜的打击无疑是致命的。尽管福喜集团总裁兼首席运营官麦大卫公布了对于中国公司的重组计划,并表示中国的运营团队将会正式纳入OSI集团国际管理团队,同时还会进一步加大投



入,但福喜集团在中国市场前景已经非常不被业内看好。

业内人士指出,随着福喜集团与其在中国的主要客户停止合作,福喜中国市场挽回局面会很困难,福喜集团甚至可能会面临退出中国市场的风险,其加大在中国投入也变成一件高风险的事情。关于福喜集团未来的发展计划,记者也分别致电了上海福喜和河北福喜,得到的回复都是需要向总公司,即欧喜投资(中国)有限公司进行了解,不过该公司工作人员向记者表示,由于公司正在接受调查,不方便接受采访。

如果未来福喜真的不得不退出中国市场,那么将是同类型食品加工企业,尤其是本土企业的绝佳机会。数据显示,截至2013年,百胜集团中国市场销售额占到了全球的44%,也就是说百胜中国的销售额一年有40

多亿美元,也就是250多亿元人民币,蛋糕如此巨大,自然有诱惑力。

但中国本土企业能否抓住这次机会,瓜分福喜空出的市场份额,仍是一个未知数。“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。”

对此,中国烹饪协会全国餐饮业标准建设委员会委员赵京桥表示,原料断供,一定是要寻找新供应商的。从目前来看,这对中国的一些鸡肉,或是供应商是一个利好。实际上麦当劳、肯德基他们有一套比较严格的标准,他们会有一个门槛,比如说企业的资质,对于整个生产过程都有要求,小的供应商不行,大的供应商也需要调整。国内的供应商能否符合,就看他们的谈判了。

价格血战伤痕累累 住哪网宣布彻底退出 OTA

■ 本报记者 彭涵

“我们最近打算搬家。”8月3日下午,住哪网CEO刘达指着办公区墙角堆得层层叠叠的箱子,告诉《中国企业报》记者,他认为北京东三环的光华路SOHO“租金太贵了”。住哪网的下一个地址,位于京城西南四环的总部基地。

刘达告诉记者,住哪网现在想做两件事:一是成为酒店预订“用户决策工具”,二是切入钟点房预订市场。“省吃俭用”正是为了在10月份拿出相关小样,然后开始住哪网创业七年来的第一次融资。

“我们必须做出改变,不然就是死路一条。”刘达说道。住哪网已经决定,彻底退出OTA领域。

“误打误撞”的 OTA 之路

2006年,刘达从河南来到北京,希望“找一笔钱一帮人”做旅游资讯的生意。

“房子租了,人有了,我们才发现光靠广告费是赚不到大钱的。”刘达告诉记者,刚起步他就发现公司活不下去。之后这个团队开始了一次鲁莽的尝试:做酒店在线预订。

对于一帮毫无经验的年轻人,这当然是个痛苦的过程。“有一次酒店把给携程的传真错发给我们了,大家才明白原来应该这么弄。”刘达笑着告诉记者。

然而,第一桶金却不期而至。当年的“十一”期间,刘达突然发现酒店的传真开始铺天盖地,迅速堆满了办公室。“那时我们使用了地图搜索技术,做了个通过用户所在的位置推荐周边酒店的产品。”刘达坦言,他完全没想到酒店的需求会因此引爆。

彼时,另一个初创的在线旅游公司——同程网也发现了这一点,然后迅速跟进。2008年,同程获得苏州本地一家风投A轮融资1500万元,CEO吴志祥将这笔钱全部砸在了搜索引擎营销上面。

“那时候你在百度搜一个某某附近酒店,十个结果可能一半是我们的,一半就是同程的。”刘达说道。从2008年到2010年,对两家企业来讲都是个疯狂的年代,而众多中小OTA也由此成长起来。

最终,住哪网迎来了改变命运的时刻:2010年12月,艺龙完成了对其20%股份的收购——彼时,住哪网3个人的签约团队已经覆盖了全国8000多家签约酒店。此后,住哪网与独立发展的同程选择了不同的路径,并渐行渐远。

玩不起的“烧钱游戏”

刘达坦言,艺龙战略投资后,两者的合作解决了住哪网的燃眉之急:酒店库存。“当时我们在后端的库存管理方面是不行的,预订成功率只有75%。”刘达说道,“而艺龙的是90%以上。”

彼时,艺龙已经确定“酒店预订第一”的目标,将机票定位成辅助性产品,返现价格战也开始逐步见效。2011年Q4财报发布时,艺龙CEO崔广福表示:“艺龙连续7个季度在酒店业务同比增长率超越携程,第四季度整个销售额的增速也第一次超越携程。”

这种单点突破的思维,也深刻地影响了住哪网。“我们也想过做门票,因为同程刚做的时候,我们觉得这也是块很大的市场。”刘达表示,“但最后还是觉得‘大而全’没用,先把酒店做好吧。”

2012年7月,携程宣布获预授权5亿美元开展低价促销、开始回应艺龙的价格战,战局形势瞬间改变。“已经不是在拼智商了,就是拼钱。”刘达说道,他对价格战的血腥印象深刻。对于一家始终在以自己的盈利把生意进行下去的公司,住哪网的压力如泰山压顶。“我们就专注在卖酒店上,但没有钱去砸。”

这让住哪网与持续获得融资的同程逐渐拉开了距离。“2011年,2012年我们也相差不多,同程可能是比我们多不到一倍。但2013年,它的业绩就已经是住哪网的两倍。”

而此后同程与携程的联手,让刘达有了一种被拍醒的感觉。“原来觉得有我们配合艺龙,去追赶携程也是挺好的。但现在看来这种玩法没有机会了。”

“回到酒店身边”

进入2014年,刘达开始思考与艺龙合作的机会成本。“我们用了艺龙的库存,同时也不再去跟酒店直接接触了。”这样做的结果是,住哪网彻底放弃了产品研发,每年给酒店卖出几百万的间夜也成了“做好事不留名”。

当C端的争夺渐显乏力,住哪网的这一选择就失去了意义。刘达希望寻回接受艺龙投资前的逻辑:为酒店提供有价值的服务。今年住哪网推出了新App“打盹儿”,希望通过切入钟点房市场,重新回到酒店身边。

钟点房产品避开了OTA们打得不可开交的酒店预订,同时达成了“与酒店直接合作”的战略目的。住哪网在试图摆脱“分销商”的角色,进入大佬对垒之外的细分市场。“为酒店提供携程、艺龙都没有的服务。”刘达说道。

而住哪网“用户决策工具”的开发,也有着相似的逻辑。“用户在预订酒店时是有痛点的,尤其我们到一个陌生的城市,‘该住哪儿’就是个问题。”刘达表示。

与钟点房类似,这同样不是OTA擅长的领域,却能让酒店实实在在提升收益——并且是以用户喜欢的方式。

据刘达透露,“用户决策工具”将在10月面世,而那个时候住哪网将拿着小样寻求A轮融资。“以前的信条是‘想住哪就住哪’,强调的是库存多;现在我们希望告诉用户‘你应该住哪’。”刘达说,“我们要讲一个不同于OTA的故事,同时让OTA成为我们的合作伙伴。”

查询终端机变摆设 食品全程追溯遇成长烦恼

■ 本报记者 张博

2004年中国开始建立食品安全追溯体系至今正好十个年头,截至2014年年初,全国已建立肉类流通追溯节点3000余个,这些节点将一个个屠宰场、批发市场、菜市场 and 大型连锁超市连接成一个巨大的可追溯体系。

然而,近期记者走访发现,原本应成为保障食品安全重要抓手的食品安全追溯体系,却因为种种原因无法发挥它应有的作用,真正实现“从餐桌到田间”肉类产业链可追溯,仍需时日。

问题频出 追溯终端无人问津

近日,记者走访了数家追溯查询终端机覆盖的门店,发现仅在少数超市能查询成功,其他的十几家大型连锁超市中部分机器根本无法使用,可使用上的机器追溯到的信息中,又缺少养殖和屠宰信息。

在物美交道口店、美廉美六部炕店、京客隆三里屯店等超市,终端机或是已被拔掉电源,或是已经被各种货物和包装盒挡住。一名超市生肉区的工作人员向记者表示,机器已经坏了一段时间了。而且即使是机器正常时也基本没有消费者使用。“这种追溯终端机的想法是不错,但顾客好像并没有查询的习惯。”这名工作人员称。

在家乐福国展店,终端机可以正常使用,记者随机选取了手边的一盒“长白山散养”黑猪肉,却没能成功扫描。现场的工作人员告知记者,目前只有“放心肉”工程覆盖的指定鲜肉商品方可以实现信息查询。据记者了

解,目前,北京市“放心肉”工程还未将外埠进京销售的鲜肉纳入追溯体系。

而对于那些没有预先独立包装的冷鲜肉,由于是在超市进行分割的,而超市进货时,收货信息输入的是整只猪的信息,因此顾客更无法对每一块肉的信息进行查询。

事实上,可追溯终端机“罢工”的消息已经屡见报端,此前,北京市商务委员会也曾回应称,由于溯源查询机网络环境、系统软件尚处于调试阶段、超市员工对系统操作还不够熟悉、门店存在管理疏漏等,导致出现查询机黑屏、查询信息空缺、数据录入错误以及电源掉线等情况。

蔬果可追溯推进缓慢

据记者了解,除了对肉类进行追溯,2010年,全国还在10个试点城市开始推行肉类追溯体系,但与肉类相比,对蔬菜的追溯难度更大。

在家乐福超市马家堡店的蔬果销售区域中,“为了增强水果和蔬菜的追溯性,每一个家乐福‘农超对接’产品上都会有一个二维条形码。通过扫描该二维码,所有的顾客都可以看到清晰的产品信息,例如合作社名称、产地介绍、合作社相关证件以及食品安全的信息”的海报随处可见。

不过,在种类繁多的蔬菜水果产品中,却并没有明确标示哪些商品属于农超对接产品,也未找到相关追溯码扫描的信息。

在特种蔬菜柜台,许多产品上的确有二维码,但扫描后要么不识别,要么只能显示产品参考价格,或者是跳转到公司地址、网页和微信公众平台,并没有可追溯功能。

在记者走访中,仅有一款来自新疆的哈密瓜提供标注了农超对接可追溯二维码,并实现可追溯。记者用手机扫描该二维码,屏幕显示,该批次哈密瓜来自吐鲁番市阿勒玛斯葡萄种植专业合作社。随后,记者按照扫描出来的网页地址在电脑上点击查询,出现了家乐福农超产品完整的可追溯信息,其内容不仅包括该哈密瓜品种、生产合作社名称、合作社社长以及合作社的详细地址、种植面积和社员人数,还包含了组织机构代码证、合作社营业执照及自产自销证明的电子版照片。

业内人士向记者表示,蔬菜水果的追溯比肉类更困难,主要由于蔬菜水果品种太多,包装太过“细碎”,体系的建立不会像肉类那样快捷。特别是散装蔬菜,从田间到餐桌流通环节长、个体经营者多,西红柿、茄子,丢一个、压坏一个,甚至如果遇到有经营者中途调换、以次充好的情况,监控难度很大。

数据难支撑 追溯仅到屠宰场

与流通环节相比,建立生产环节安全追溯体系所面临的问题就更加复杂。商务部国际贸易经济合作研究院院长霍建国表示,从消费者到生产者的追溯“很难一通到底,中间会出现很多岔路”。例如养猪的与运猪的、运猪的与卖猪的都不一样,一个环节倒几道手,追溯的难度很大。

据记者了解,从2012年底开始,全国不少大型屠宰场就开始严格实行“凭卡交易”,在屠宰场的检验点,每一辆生猪养殖户开来的货车进入时,都要刷一下IC卡,记录进场生猪的检疫证号、屠宰企业。与此同时,在

屠宰场的另一端交易区,猪肉批发商挑选好猪肉后,也要刷一下IC卡才能付款出场,记录交易的重量、价格、批发商,而全部这些信息,都会上传至追溯体系的数据平台。

“有了这样的追溯体系,一旦有猪肉出现问题,就可以通过这份‘档案’查出问题根源。”霍建国表示,追溯体系有利于厘清责任,可以倒逼屠宰企业提供质量合格的产品,在根源上保障肉类的生产质量,进而保障食品安全。

但是,仅仅在屠宰场建立追溯体系并不能追溯到肉类食品生产的全过程。专家表示,养殖户在将生猪卖给屠宰场的过程中,养殖户刷一下IC卡,电脑上就会记录这批生猪的重量、屠宰企业名称、检疫证号等内容,但对饲料、饲养环境、疾病情况等生猪饲养过程中可能出现的安全隐患很难追踪。

一位不愿具名的专家说,“以前我国猪肉质量监管的体系比较混乱,养殖是由农业部门负责监管,屠宰是由商务部门负责监管,加工后进入市场又是由食药监督部门负责监管。”因此,目前全国不少省份追溯办所在机构的组成也是“三三制”,即1/3在行政、1/3在动物卫生监督机构、1/3在动物疫病预防控制机构,加之行政、监督、疾控三大机构在追溯方面职责不清,造成管理与实施不够顺畅。

同时,不少生猪养殖户向记者表示,相关部门对于耳标、识读器等追溯硬件设备生产与质量管理缺乏规定,旧标、假标和低质量标占有相当比重,严重影响识读效果。同时,相关数据库建设相对滞后。据相关专家介绍,目前,中央数据库在统计、分析等多方面软件尚未开发,难以全面展现追溯体系的功能和作用。因此,虽然全国已有九成以上的生猪佩戴了电子耳标,但能实现可追溯的还不到三成。