



《保健食品监督管理条例》出台在即 或将引发行业“震动”

为了应对近期日益严峻的食品安全形势,国家食品药品监督管理局在官方网站发布通知,定于2012年5月下旬至9月下旬,在全国范围内针对保健食品生产企业“产品批准文号、原辅料供应、产品标签说明书”等做重点集中检查,并要求各地药监局建立健全保健食品生产企业监管档案,完善动态监管、风险交流和区域合作等机制和制度。

在加强监管的同时,国家相关部门也在进一步完善有关“保健食品安全”的法律法规,继2009年《中华人民共和国食品安全法》之后,针对保健食品安全的法规《保健食品监督管理条例》(以下简称《条例》)也在消费者、行业专家的千呼万唤中即将出台。

据记者了解,去年8月1日,国家食品药品监督管理局发布的《保健食品功能范围调整方案(征求意见稿)》中,将保健食品现有的27项功能合并、减少为18项。此次保健功能的合并,被认为是国家食品药品监督管理局将逐步缩小保健食品功能范围,使保健食品管理制度走向备案管理制的开始,是为《条例》出台预热。

即将颁布的《条例》,对于行业内企业有何影响?记者据此走访了多家保健食品企业,来自国内保健茶企业——碧生源公关联的陈先生表示,《条例》由国务院颁布,这是保健食品行业的法规第一次上升到国家层面。

保健食品“产品审批、生产经营和市场监管”等各个环节均将有法可依,对于保健食品行业规范和健康发展具有重要意义。

同时,有业内人士认为,相比于以往的食品法律法规,该《条例》将更严格。中国保健协会秘书长徐华锋告诉记者,1996年至今,政府审批批准的保健食品约11000个,《条例》如果出台,将有至少2000种产品不得销售,面临退市的命运。面对可能引起的震动,一些国内保健品企业已经做出了反应。

目前,国内保健品行业虽然规模不断扩大,但是企业存在着“小、散”的特点。中国社科院食品药品产业发展与监管研究中心主任张永建表示,全球营养与保健食品产业发展规模已超2000亿美元,而该产业在中国的规模超过2000亿元人民币。但是,在全国3000多家保健食品企业中,投资总额在1亿元以上的大型企业只占2%,中小型企业居绝大多数。因此,未来《条例》的出台,对保健行业“去劣存优”和“规范发展”都将起到积极推动作用,一方面随着准入门槛的提高,不符合未来发展需要的中小保健品企业将被淘汰,另一方面会促进更多企业往“专业规范”上转型升级。

中国社会科学院食品药品产业发展与监管研究中心主任张永建进一步表示:经历了近20年“野蛮生长”式的发展,保健行业的“诚信缺失和道德滑坡”已经成为了制约整个行业发

展的瓶颈。在今年4月1日由中国保健协会主办的“第四届中国保健品公信力论坛”上,作为连续两届获得“中国保健品公信力产品、品牌”的碧生源控股有限公司董事长赵一弘在谈及及保健品“公信力”问题时认为:发达国家的保健食品也经历过“诚信危机”,如美国的“肮脏食品加工厂”、日本的“含神奶粉”、英国“有毒色素”等。而各国走出危机的最大推动力就是完备严格的监管制度和完善系统化的法律,用严苛的法律捍卫道德和诚信。

可以预见,随着《条例》的出台和监管的不断加强,保健食品行业市场声誉趋向良性,不合规经营企业被淘汰,合法经营、优秀企业将迎来难得的发展机遇。因此,企业尤其是“行业老大”要严把关,在强化企业自律基础上引导行业重塑,并在此过程中牢牢树立企业的品牌形象。作为行业中保健茶细分市场的领先者,碧生源很早就有此准备。据了解,碧生源从2009年起花巨资从意大利引进世界上最先进的IMA C24自动茶包包装机,这种包装机彻底去掉了传统袋泡茶上的“铝钉”,杜绝可能存在的安全隐患;另一方面,为了确保产品品质,碧生源组建了以知名植化博士蔡亚领衔的研发中心,打破了以往国内保健品企业“产品研发能力弱、原料安全监管不严”的瓶颈,让消费者享受到更安心的健康体验。(陈炜)

高考后“减压游”走热:逸致成用车首选

今年高考压力大,一些中学甚至出现刻苦备考的“吊瓶班”、“赤膊班”。高考结束后,不少家长表示会利用高考后的暑假长假,全家出游放松。根据国内旅游网站的数据显示,高考后涉及出游的机票与酒店预订量提升20%,旅游业将掀起“减压游”的小高潮。与自驾游相比较跟团出游自由度不高,自驾游的方式更能让孩子得到全身心的放松。

对于家长和考生最为热衷的“自然风光、知名大学校园、名胜古迹”三种出行线路,来自广汽丰田的FUV时尚多功能车逸致,无疑是值得推荐的出游用车。这款车是广汽丰田按照中高级车标准打造,集合了“轿车、MPV和SUV”三种车型优势的多功能车。首先,逸致的大空间能够为出行创造更多可能,得益于2780mm的轴距以及内部空间的设计,放倒第三排座椅,行李容积便可达到924L;二、三排座椅全部放倒后,行李箱容积更可达1665L,可以装下野外露营的各种专业装备;并且,逸致搭载的“双VVT-i发动机”具有低转速扭力充沛的特



点,配合CVT无极变速器,能够营造出顺滑流畅的驾乘感受,降低频繁换挡、加速或者车辆制动情况下带来的顿挫感,可以让车辆在人车混杂的名校校园里舒适畅行;另外,逸致具有“VSC(车身稳定控制系统)+TRC(牵引力控制系统)+HAC(上坡起步辅助控制系统)”丰富的安全配置,即使行驶于沙石路面,也不用担心车尾打滑。

据了解,本月广汽丰田全国销售店将推出“父亲节有礼”等店头优惠、回馈活动。心动的消费者不妨趁此机会将逸致带回家,在这个夏天开始更加精彩的活力生活吧!(李琪)

江铃凯锐800轻卡亮相北京城市物流车型推介会



日前,在北京举行的城市货运车辆推介会上,江铃推出了新款的凯锐800系列轻卡,这也是该款轻卡首次正式亮相。据现场工作人员介绍,凯锐800是江铃新推出的一款高端轻卡旗舰车型,它集欧日两系轻卡核心优势于一身,融合了五十铃技术、福特全球标准、江铃品质工艺,是江铃汽车为物流行业量身打造的高端力作。

凯锐800遵循福特GPDS全球产品开发流程,共享福特全球优质供应商平台,经

过长达4年多的研发验证,超国标要求,累积完成了28台整车耐久性试验,并通过了国内领先的200万公里道路严苛实验和测试,确保了车辆的经久耐用。

江铃汽车股份有限公司,是国内最早引进全套五十铃技术和生产线的企业,已连续6年成为中国上市公司百强企业。作为国家整车出口基地和中国轻型柴油商用车最大出口商之一,江铃汽车在全球开疆拓土,江铃国际品牌锋芒展露。

江铃汽车专注于品质提升,引进美国福特作为战略投资者,借鉴福特百年造车经验技术,吸收世界最前沿的产品技术、制造工艺、管理理念,并联合德国博世、奥地利AVL、日本富士重工、美国李尔等国际一流企业,不断提高制造和管理水平,站在国际化平台上,JMC自主品牌和福特品牌双箭齐发,江铃以科学的发展规划,向世界最具竞争力的一流汽车制造企业挺进。(黄振)

买华硕X32U 送超值文房电子书



本想带工作回去加班加点,在提起笔记本电脑的瞬间我犹豫了,沉重的手感果然比想象中来得更加凶猛;突发奇想带本书在路上看,可拿起厚厚纸顶的一刻我才知道,原来文字叠加的重量也可以用负担来形容。

工作VS阅读,哪一样在你心中才更轻盈

松?华硕X32U笔记本以其超薄机身、强劲配置性能,与长达5小时的续航力,为你带来便捷用本的全新体验。

华硕X32U笔记本采用经多次复杂工艺反复锻造的镁铝合金拉丝外衣,表面坚固平滑又极易清洁,且具有强烈的金属质感与时尚魅力。同时,华硕X32U羽翼级的轻薄品质,在最厚处仅有2.2cm,纤薄的机身总重量为1.5kg(含4芯电池),轻薄如刀锋,灵巧身姿可随时随地让你轻松携带。同时,该机还配备了AMD Brazos APU处理核心,不仅融

合GPU共同运算,彼此加速,实现数据一站式处理,并采用有2秒唤醒的华硕独家Instant On技术,具有长达5小时(4芯电池测试环境下的)待机时间,让你尽享使用的快乐。

即日起至6月17日,购买这款华硕X32U机型还有价值799元的文房F630H G3电子书相赠,海量图书、音乐及新闻、股市资讯等信息让你时刻随身携带,方便查阅,让你时刻畅享全新的阅读体验。心动不如行动,赶快入手一款华硕X32U笔记本,即享超值优惠吧!(子剑)

创全新渠道开拓模式 东风日产加速渠道网络下沉



在经历了多年的飞速发展之后,国内车市增速在今年明显放缓,整体车市两位数增长的时代已不复存在。面对寒冷的车市,各大厂商你有张良计,我有过墙梯。有的加速扩张步伐,开始大规模投资建厂、扩充产能,以期在新的一轮增长到来时捷足先登;有的加大品牌建设力度,以期增强品牌知名度和美誉度。而东风日产则独辟蹊径,将视角转向了未来极具发展潜力的三四线市场。

日前,东风日产首开行业先河,面向全社会精英,正式推出精英创富战略,以创新性的渠道开拓模式加快向三四线“蓝海”市场的掘金步伐,推动东风日产品牌与产品的渠道下沉。作为汽车营销模式在渠道下沉方式上的突破与尝试,精英创富战略的推出也给其它汽车企业拓展三四线市场提供了范本。

三四线市场潜力无限 渐成未来增长新蓝海

在北京,由于摇号购车、尾号限行、交通拥堵等不利于消费的因素,市场已经处于基本饱和状态。北京如此,上海如此,几乎所有的一二线城市都出现了这样的状况,汽车企业要想在这些市场中寻求更高的增长,已经毫无可能。虽然目前中国社会的汽车保

有量已超过1亿辆,但是相对于10多亿的人口来说,中国汽车保有量的数据还有非常可观的增长空间。

那么,巨大的增长空间来自哪里呢?对此,工业和信息化部副部长苏波指出,未来十年中国汽车工业不会再爆发式增长,但三四线城市及农村市场将保障汽车业在未来十年或更长时间的稳定增长。

三四线市场潜力有目共睹,但困难与发展瓶颈更为突出。首先,三四线市场整体规模巨大,占比高达50%,但由于地理环境复杂,独立市场很小,碎片化明显;其次,广袤的三四线城市各地文化差异巨大,缺少独当一面的经营人才;再次,三四线市场极其缺乏专业的汽车销售与管理人员,大部分市场还停留在粗放式发展阶段;最后,三四线市场消费观念比较落后,消费者对汽车品牌的要求相对处于低位,更加注重产品价格。以往在一二线城市起到重大作用的4S经销方式完全不适用于三四线市场,目前多数车企对如何建立三四线市场的销售渠道还在尝试和探索。

可以预见,谁在三四线市场的渠道布局中占有了先机,谁就有可能占据未来中国汽车市场增长的制高点。

敢为天下先 以全新模式开创“蓝海”样本

基于对未来市场、渠道建设、网络布局、乃至人才战略的深度思考,东风日产敢为天下先,创新性地推出了“精英创富战略”。精英创富战略,是东风日产面向全社会、全行业招募创富精英人才的全新渠道开拓模式。作为天使投资人,东风日产将通过创富基金平台,为他们提供资金及运营支持,建立全新渠道网络模式——东风日产“精英店”,携手构建全新的渠道网络,实现共同创富的事业梦想。

据介绍,东风日产“精英店”多选择在市场潜力较大的三四线城市开办,以便精英店在经营规模上和当地竞争环境中发展得更好,同时这也更利于创富精英经营和管理精英店。

此外,与现有4S店模式相比,精英店同样具有NISSAN品牌和启辰品牌车型销售、综合维修、水平事业及二手车的全维度功能,运作模式与现有4S店基本一致,但规模相对略小,这也更利于创富精英尽快回购股权,早日成为精英店真正的老板。

东风日产市场销售总部副总部长杨嵩认为,精英创富战略是对行业渠道开拓模式

的大胆创新,通过全新的“精英店”模式,将实现精英人才、企业、区域市场多方共赢的良性局面,更将进一步带动行业加速向区域市场的下沉,具有非常好的示范作用。

天使投资 让梦想照进现实

在精英创富战略中,东风日产将作为天使投资人,帮助创富精英实现创业的梦想。具体而言,是指东风日产将与创富精英合作,开设一家拥有NISSAN和启辰双品牌授权的东风日产“精英店”,使其成为东风日产旗下全系产品的汽车经销商,从而实现精英们的创富梦想。

据悉,东风日产“精英店”的投资规模在300万-500万元左右,与创富精英一起共担创业风险,而创富精英个人只需出资50万-60万元。在“精英店”成立初期,“精英店”股份比例将按照创富精英个人和东风日产的实际投入金额比例来确定。在日常的经营过程中,作为小股东的创富精英将完全享有自主经营的权力,在团队招聘、营销活动、销售拓展等方面也具有绝对的决策权,东风日产只对精英店进行财务监管。此外,东风日产还会为“精英店”提供流动资金、管理咨询等全方位、专业化的业务运营支持。

不仅如此,“精英店”所有的经营利润将在“精英店”的公司账面积累,当“精英店”利润累积到一定的额度,创富精英就可以使用“精英店”的盈利所得回购东风日产在“精英店”中所占的部分股权,从而实现“精英店”的控股,真正成为“精英店”的老板。

在创富精英实现股权回购后,东风日产仍将在“精英店”中保留少量的股份,与创富精英继续保持战略合作的关系,并持续为“精英店”提供运营支持和保障,从而提高“精英店”的抗风险能力,确保“精英店”实现长期、稳定的发展。

精英创富战略在企业、行业和社会三方面都具有空前的推动作用。对于东风日产而言,精英创富战略,将打造业内最具人才吸引力的企业平台,通过构建全新的渠道开拓模式,以天使投资人的身份,为广大精英人才提供创业平台及资金支持,帮助他们实现从职业经理人到“精英店”老板的华丽转身。

对于整个汽车行业,精英创富战略,创造了行业内全新的渠道开拓模式,是汽车营销模式在渠道下沉方式上的突破与尝试,进

一步加快东风日产对三四线区域市场的深耕拓展,将为其他汽车企业拓展三四线市场提供解决范本,促进整个汽车行业的繁荣发展。

此外,精英创富战略,将在全社会范围内激励社会优秀人才自主创业和创富,树立积极向上的职业发展观,引导人才和资本对三四线市场的关注,推动区域经济的快速发展,引发整个社会对人才价值观以及城市经济生态的思考。

对于精英创富战略的推出,东风日产乘用车公司副总经理任勇表示:“借助‘精英创富战略’,我们希望能够吸纳、扶持社会精英人才共同发展和开拓具有深厚潜力的‘蓝海市场’,以‘领先半步’的策略占据市场高点和先机。同时,精英创富战略只是我们深度拓展三四线市场的尝试之一,未来我们还有一系列措施强化我们在三四线市场的竞争力,赢取在‘蓝海市场’、在未来十年竞争中的主动权。”

对此,业内专家指出,三四线市场是未来的新增长点,但多数厂商对此还一筹莫展。东风日产此时推出思考全面的精英创富战略,不管是资金支持、人才激励抑或是渠道模式,无不切中三四线市场发展要害,可以说是目前最完美的三四线渠道拓展方式。以创新为驱动力,站在中国汽车行业第一集团的高点上,东风日产已找到开拓三四线市场新蓝海的最有效手段,无疑正开始加速其向百万年产销量目标前进的步伐。(张澜)

