

跨国聚焦

星巴克在华扩张提速 合法使用添加剂不纠结



■ 黄 荣

咖啡连锁巨头星巴克的视线再次瞄准了中国市场,动作不断的星巴克明显加快了对中国市场的掘金速度。近日,统一集团旗下的统一超商通过一项议案,决定投资6000万元人民币成立泰州物流公司,加强其在中国内地运营的上海统一星巴克业务。

作为拥有星巴克江浙沪地区经营权的统一超商成立泰州物流公司,为星巴克提供物流配送,意在满足未来统一星巴克在江浙沪的扩张需求。此前星巴克曾对外披露,公司预计今年花费约14亿美元在全球新开1650家门店,其中850家在中国市场。

今年早些时候,统一的竞争对手康师傅也宣布与星巴克“结盟”,开拓中国内地市场即饮咖啡市场。种种迹象表明,如今星巴克对中国市场的开拓正在加速。然而如今动“星巴克奶酪”的咖啡品牌越来越多,星巴克在扩张之路上面临的挑战正越来越严峻。

扩张之路挑战多

公开资料显示,截至2014年12月底,星巴克在华共拥有门店1500家。星巴克CEO舒尔茨此前对外表示,将继续增加门店数量。其中,亚太区目前有5000家门店,未来5年将达到10000家。同时,中国地区也将增加1800多家门店。

星巴克中国相关人士对记者表示,对于开店,星巴克一直很谨慎。这个战略的提出完全是因为市场需求,包括供应链以及品控、服务等方面星巴克已经准备好了,各方面条件成熟星巴克才会大规模开店,并非冒进。

此举也意味着星巴克每18个小时就将在中国开一家新店,未来4年时间内星巴克所开门店比进入中国16年开得还要多,星巴克对中国市场的重视前所未有。在星巴克方面看来,进入中国市场以来开店速度一直很稳健,更重要的是为满足消费者需求,消费

者需求才是决定战略最重要的指标。

在不断开店的同时,星巴克还尝试了一些其他举措以强化其在中国的本土化特色,此前还进军早餐市场适应中国市场发展。今年3月,星巴克咖啡公司与饮料生产商康师傅控股有限公司宣布正式签署合作协议,联合开拓中国高端瓶装饮料市场。

根据协议,星巴克将负责产品研发和创新以及品牌发展,而康师傅则负责在中国大陆生产、销售星巴克的即饮饮料产品。目前中国即饮咖啡和功能饮料市场规模达60亿美元,根据2014年欧睿调研结果,预计未来3年将进一步增长20%。中国食品商务研究院研究员朱丹蓬对记者分析称,星巴克显然不想错过中国快速增长的即饮咖啡市场。

如今随着国内消费者对咖啡认可度的提升,星巴克正面临来自多领域的竞争。不管是韩式咖啡连锁,还是相对价廉物美的麦当劳“麦咖啡”,近年来都已经成为星巴克中国市场的分食者。

多年来星巴克不断深入国内一二线城市,如今随着人们消费能力的提高,星巴克也把目光瞄准中国的三四线城市。星巴克加速开店,既是因为看好中国市场,也是因为面临了竞争对手的巨大压力。

相比韩式咖啡为实现在中国高速扩张而大规模放开加盟,星巴克则“谨慎”地选择合作伙伴,比如统一商超、康师傅等,都是为了借力,避免陷入单枪匹马作战的境地。只是,相比其他咖啡连锁大规模加盟模式,星巴克显得较为保守。在全国更大的市场上,星巴克还需自己建立供应链,这对计划将中国打造成最大海外市场的星巴克而言,挑战颇多。事实上,门店扩张并非简单的复制,深入了解当地市场布局将成为考验星巴克的一道难题。

使用添加剂符合标准

就在星巴克决定把重心放在开店的同时,近期关于“吃星巴克蛋糕就等于吃鞋底!”、洋快餐面包里含有“鞋底”成分的消息再次引起消费者的关注。其实关于洋快餐中含有鞋底成分的消息始于CNN去年2月的报道。当时CNN对外报道称,美国快餐巨头赛百味承认其在北美范围内出售的食物中含有一种名为“偶氮二甲酰胺”的化学制品,并宣布停用此成分。

而当赛百味宣布停用偶氮二甲酰胺时,星巴克当

时并没有明确表态也不再使用。当时星巴克专门针对此事发表声明:“经与我们的供应商核实,在星巴克中国门店内销售的部分糕点中使用的小麦粉原料,含有偶氮二甲酰胺这一添加剂。此添加剂成分完全符合中国相关食品安全法律法规。”日前,星巴克中国有关负责人接受记者采访时称,偶氮二甲酰胺在中国是合法合规的添加剂,既然是合法的,就不会对此事纠结。

对于为何近期再次引起外界关注,星巴克相关人士表示,这些都是旧闻,也很意外不知为何近期又在微信等平台有关于此事的传播。偶氮二甲酰胺是符合中国相关标准的食品添加剂,星巴克并未违反相关规定。

“目前按国家的相关规定,偶氮二甲酰胺不仅用于工业也用于企业,对于企业来说可以使用,但关键是使用多大量的问题。”中国农业大学食品学院营养与食品安全系副教授范志红对记者称。对于星巴克面包中偶氮二甲酰胺的使用量问题,星巴克方面回应称完全符合中国的标准,没有超标。

目前偶氮二甲酰胺在美国、加拿大、中国都是被允许使用的食品添加剂,而欧盟、英国、澳大利亚则明令禁止食品制作过程中使用“偶氮二甲酰胺”。

“食品与工业用品‘共享’同一种添加剂的情况很常见。”在中国食品与营养信息交流中心专家阮光锋看来,把食品与工业用品添加剂做类比纯粹是为吸引眼球。这是消费者对添加剂的一种误解,很多添加剂在食品和工业产品生产中都都有使用。美国和中国没有排斥,而欧盟排斥这种添加剂,在他看来并没有可比性。

其实,星巴克也完全可以像赛百味一样停止使用偶氮二甲酰胺,但为何一直没有这样做呢?对此,朱丹蓬认为,一些洋快餐一直都在寻找偶氮二甲酰胺的替代品,而这也是一个循序渐进的过程。

即便星巴克仍坚持使用偶氮二甲酰胺,也并没有违反目前中国的相关标准。阮光锋分析认为,从企业角度来说,考虑到成本、工艺条件等有不同的选择。星巴克使用偶氮二甲酰胺的做法,阮光锋认为也并无不妥。“国家规定了食品中添加剂成分的含量,说明这种成分在一定范围内使用对人体无害,只要厂家严格遵守使用范围和使用剂量规定,就不会有问题。”

中国投资者频出手 大手笔收购欧洲知名酒店

近日,位于英格兰南部海滨城市布赖顿的五星级酒店——格兰德酒店被中国人收购,这项交易预计至少价值4亿英镑。

据英国《泰晤士报》报道,今年3月,基尤格林酒店集团通过杰富瑞投资银行挂牌出售。该集团当天宣布它已经被港中旅维景酒店公司收购。

报道称,港中旅维景酒店公司隶属于中国港中旅集团公司,它经营的酒店遍及中国内地、香港和澳门,涵盖从豪华的维景国际大酒店到经济型的旅居快捷酒店等各类酒店。

创立于2001年的基尤格林酒店集团在英国经营着54家酒店,其中45家是通过假日酒店品牌进行特许

经营的。该集团经营着5家华美达酒店、位于利物浦约翰·列依机场的一家皇冠假日酒店以及位于盖特威克机场的一家万怡酒店。

报道称,威廷顿公司由拥有亿万资产的韦斯顿家族控股,这个家族是福特纳姆·梅森百货公司的所有者,是英国联合食品有限公司的控股股东。威廷顿公司于一年前以约5000万英镑的价格从德韦尔集团手中购买了格兰德酒店。报道称,在中国商务部放松对资本海外投资的限制后,中国投资者在欧洲酒店和旅游市场变得活跃起来。

微点评:中国投资者的步伐已然止不住了。

凡尔赛宫为创收 拟将部分宫殿改建成帝王级酒店

法国巴黎凡尔赛宫举世闻名,是帝王奢华生活的象征。不过,由于法国政府削减资助拨款,凡尔赛宫决定把3座17世纪宫殿建筑大宅改建为酒店,招待游客以增加收入。

据报道,目前凡尔赛宫方面正邀请私人公司投标该改建项目。未来的豪华酒店暂命名“橘园酒店”,距主宫殿仅约90米,部分客房可饱览植有3000棵橙树、法国国王路易十四的“橘园”美景。发言人指,凡尔赛宫是法国历史及文化象征,酒店将是全球独一无二的,入住宾客可品尝法式蛋糕及香槟,更可于300年来首次进入皇家园林散步,属真正的帝王级享受。预计中标公司需斥资达1400万欧元(约合人民币9914万元)翻新及修葺宫殿,将拥有酒店60年经营权,每年需上缴部分利润。

目前每年有逾700万游客慕名参观凡尔赛宫,虽然人数10年来增加逾倍,但政府拨款却从2013年的

4740万欧元(约合人民币3.35亿元),大减至2014年的4050万欧元(约合人民币2.86亿元),部分宫殿已开始失修。

微点评:为了创收,法国人也算是绞尽脑汁了。



跨国观察

iPhone6S 还能延续苹果的辉煌吗？

日前,根据苹果内部情报人士透露,iPhone6s将在9月8日发布,9月18日开始接受预订,9月25日上市发售。iPhone6S可能拥有大至2GB的运行内存、全新的A9处理器、iOS 9操作系统以及升级的摄像头。但目前整体来看,iPhone6S按照惯性升级的趋势非常明显,最大的亮点或许在于硬件配置的提升与Force Touch的应用,iPhone6S是否能延续iPhone6的辉煌?

众所周知,自去年iPhone6发布以来,其销量一直在持续迅猛增长,去年第四季度、今年第一季度均打破了此前分析师的销量预期。但在今年第二季度,iPhone的销量开始呈现拐点,在截至6月的第三财政季度,iPhone销量为4750万部,增长了35%,而分析师之前预计的销量数字为4880万部。这一现象印证了此前有关iPhone需求有可能已经见顶的说法,此后苹果股价一度跌了8%。

据瑞士银行的统计报告显示,在iPhone6上市的第一个季度里,iPhone销量达到了6930万部,其中中国区的销量占据了35%,远超美国区的24%。而无论是去年第四季度还是今年第一季度iPhone全球销量增长,中国都是关键。不难发现,未来iPhone6S的销量增速放缓不是源自于Android的压力,而是缘于此前iPhone6在中国过于畅销而导致国内人口红利已经提前消失。今年6月,国内手机市场出货量同比下降10.2%,整体智能手机市场呈现出人口红利锐减的局面。

美林美银分析师沃姆希·莫汉日前也提出了对iPhone6“超级周期”的担忧,他认为,苹果的上一个出货量高峰期是2014年12月份,下一个高峰期则可能要等到2016年9月份iPhone7发布后才会出现。

而且据业界的透露,今年将要发布的iPhone6s整体再次缺乏亮点,从规格中看出,它只是将iPhone6进行固件升级的新设备,但这种做法与目前Android拼配置升级



的打法并无两样,这必然陷入iPhone又一轮同质化的设备升级换代的死循环中。

目前来看,即便是此前颇受好评的iOS系统也开始被业界诟病。而iOS系统的流畅体验一直是许多用户认为苹果系统相比Android的巨大优势。但在今年的WWDC大会上,iOS 9却开始受诟病。《福布斯》网站此前撰文表示:“iOS 9已经失去了苹果的最大魔力,即简洁的体验。比如iOS 9中存在过多的隐形操作,如向右滑动进入Proactive搜索界面,信息的呈现也比以往更复杂。”不少用户表示,iOS系统越来越“臃肿”,用户体验似乎不如以前。而一旦苹果在系统上丧失简洁体验优势,相对于Android,苹果将会丢掉核心的加分项。

iPhone6S最大的一项卖点可能是在于Force Touch的应用,可以检测按压灵敏度的屏幕可能为用户带来新的操作体验。业界认为,iPhone6S加入Force Touch的话,Force Touch配套“触觉引擎线性致动器”所提供的震动反馈则可以给游戏开发者一个全新的开发思路。但问题是,从苹果手表借鉴过来的Force Touch功能,已被华为等厂

商“借鉴”,传闻华为Mate8也将搭配Force Touce,加之Force Touce传感器有着潜在的产能问题,这可能将是导致iPhone销量环比下滑的重大因素。

另外,中国经济增长放缓将对苹果手机的销售带来影响。中国制造业产出、零售销售和国内投资增长减速,房地产市场放缓,也导致中国消费市场需求减弱,而iPhone的销量与中国消费市场需求相关。加之人民币贬值,日前央行将人民币兑美元中间价大幅下调至6.2298元,贬值幅度接近2%。而苹果为达成盈利预期,则有可能调高中国iPhone的售价,这些因素均会压制iPhone6S在中国的销量,前面提到,中国一直以来都是iPhone销量增长的强劲引擎。

据消息透露,iPhone6S的量产工作将从8月开启,但目前重大掣肘因素是由于中国劳动力成本上升,iPhone代工厂商富士康以及和硕科技的近期招工并不顺利,而“用工荒”将可能会耽误iPhone 6S的量产计划。而iPhone6S一旦因为初期供货困难,导致来年才能看到供求平衡,会极大限制iPhone6S今年实现预期销售目标。(欣 华)