

华润集团在短短 8 年里先后并购了 24 家啤酒企业,拥有 350 万吨以上的生产能力,国际著名啤酒厂商 SAB 是华润啤酒集团的三个股东之一,华润对并购对象采取极其谨慎的态度,以发展的眼光对待并购企业,如并购条件和发展规划、技改、投资等,对并购企业实行财务、采购、质量、人力资源四个方面统一标准,关注占领的每一处市场是否取得区域领导地位,效益品牌是否是区域排头兵,华润集团对中国啤酒企业的收购完全凭借雄厚的资本进行的,并购的名牌中以沈阳“雪花”和四川“蓝剑”为最著名。

其他啤酒集团如哈尔滨啤酒集团公司、重庆啤酒集团、珠江啤酒集团、金星啤酒集团的情况,就不一一例举了。

(3) 目前在世界范围内都已出现并购风潮,国内的产业政策也逐步使企业向集团化、集约化、增强竞争力方面倾斜,并购对行业来讲是一种产业优化和资源重组的有力手段,希望企业要充分抓住机遇,把

握好自身发展。

(4) 目前我国啤酒行业的资源配置仍然不够理想,还处于低水平的生产过剩状态,资金存量得不到盘活,集约化程度还远远不够,美国 AB 公司的百威啤酒产量可占美国产量的 50%,去年净利润 15 亿美元,日本前 4 家啤酒企业的产量占全日本产量的 99%,而我国目前仍未有任何一家企业、任何一个品牌达到如此实力。因此,企业发展和企业并购仍然有很大空间,甚至存在行业巨头之间相互并购、相互参股的可能。

中国啤酒工业经历百年的发展历程,特别是近 20 年来的发展,各方面都取得瞩目的成就,产品质量明显提高,品种逐步多样化,但企业间的差距还很大。

回顾过去,成绩巨大,问题不少,展望新世纪,任重道远,愿大家共同努力,为使中国不仅成为世界啤酒生产大国,又能成为世界啤酒强国而努力。

华龙方便面进入营养强化新时代 面食品与国民营养论坛在京举行

近日,由中国食品科学技术委员会、面制品专业分会(筹)主办,华龙集团发起并协办的“面食品与国民营养论坛”在北京举行。人大副委员长布赫、中国学生营养促进会名誉会长于若木、中国轻工业联合会副会长潘蓓蕾等领导同志出席了此次论坛,并与部分食品专家和企业人士就国民健康及面食营养,特别是方便面营养问题进行了深入的交流与探讨。

“营养方便面”是备受消费者和生产企业共同关注的话题。作为国内方便面市场三强之一的华龙集团认为,“营养方便面”首先要符合当前居民健康需要的营养摄入量标准,这个标准包括 4 项内容:平均需要量、推荐摄入量、适宜摄入量和可耐受最高摄入量。目前华龙的“今麦郎弹面”、“煮着吃”等两个系列 6 个产品的相关营养素,已率先通过中国营养学会的审核鉴定,符合 DRIs(中国居民膳食营养素参考摄入量)标准,并荣获中国营养学会和中国食品科学技术学会营养专家委员会颁发的双项证书,同时获得认证的还有华龙集团甲家面粉公司生产的“甲家学生专用粉”。这不仅标志着华龙集团揭开方便面营养的新篇章,也标志着整个方便面行业进入了一个关注营养的新时代。中国食品科学技术学会秘书长孟素荷认为,随着韩国、日本方便面大举进入我国,我国方便面行业市场竞争格局将重新洗牌,并将过去的单纯价格竞争转向品质竞争。华龙集团此次在营养面食上新的技术突破,不仅响应了“国家营养强化行动”的号召,在面粉中加入微量元素,而且为国民“合理膳食、均衡营养”提供了安全可靠的产品。

在此次论坛中,华龙不仅使出“营养面食”的杀手锏,同时透露了要做“向亿万消费者提供高品质、营养面食的专业面食供应商”的专家计划。此项计划以华龙麦场作为依托,加大优质小麦品种的培育,保证原材料品质;并要加大营养方面的研究开发,计划还包括在日本及韩国设立食品研究机构,及时了解行业的国际动态,为企业的国际化经营打造基础;成立华龙面食文化研究会及建立华龙面食博物馆,深度挖掘中国上千年的面食文化;同时把华龙面食大学建成专家人才成长基地,为国民健康饮食做出应有的贡献。

本次论坛的召开,不仅深入探讨并解决了方便面食的营养瓶颈,同时为极具东方传统文化魅力的方便面行业注入新的活力,在新的层面上实现历史性的跨越。华龙集团董事长范现国说:2002 年华龙集团重新提出“向亿万消费者提供高品质、营养面食的专业面食供应商”的市场定位。明天的华龙仍将以对产品品质的自信 and 不断创新、追求完美的精神,为大众奉献更多健康美食。在立足国内市场的基础上,国际化经营战略将会把华龙带向更广阔的世界舞台。

(记者 齐丽)