

ZhongGuo TiaoWeiPin ChanYe
FaZhan YanJiu

中国调味品产业 发展研究

卫祥云 著



中国轻工业出版社

中国调味品

产业发展研究

卫祥云

著

中国轻工业出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

中国调味品产业发展研究/卫祥云著. —北京: 中国轻工业出版社, 2013. 2

ISBN 978 - 7 - 5019 - 8988 - 1

I. ①中… II. ①卫… III. ①调味品 - 食品工业 - 经济发展 - 研究 - 中国 IV. ①F426. 82

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 215122 号

责任编辑: 李亦兵 张 磊 责任终审: 劳国强 封面设计: 锋尚设计
版式设计: 王超男 责任校对: 晋 洁 责任监印: 张 可

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街 6 号, 邮编: 100740)

印 刷: 河北省高碑店市德裕顺印刷有限责任公司

经 销: 各地新华书店

版 次: 2013 年 2 月第 1 版第 2 次印刷

开 本: 720 × 1000 1/16 印张: 16. 25

字 数: 302 千字 插页 1

书 号: ISBN 978 - 7 - 5019 - 8988 - 1 定价: 39. 80 元

邮购电话: 010 - 65241695 传真: 65128352

发行电话: 010 - 85119835 85119793 传真: 85113293

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社邮购联系调换

130078K1C102ZBW

序

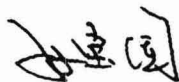
我国饮食文化博大精深，素来讲究食以味为先和色、香、味俱佳。目前，随着人民生活水平的提高和食品工业的发展，调味品生产和市场已进入较快发展时期，成为食品产业中不可或缺的重要组成部分。

调味品产业的空前繁荣与科学技术的进步是紧密相连的，由于生物工程等高新技术的广泛应用，促使调味品生产工艺不断改进，产品结构不断调整，科研成果转化为生产力的步伐不断加快。近几年，我国政府和社会各界对食品安全高度重视，食品安全监管体系不断加强，行业标准化体系建设日臻完善，产品质量水平不断提高，极大地促进了调味品市场的健康发展，同时推进了调味品产业的工业化进程。

在调味品产业的发展变革中，如何准确把握调味品产业的发展趋势，科学地审视调味品产业发展的理论与实践问题，推进调味品产业的发展与技术进步，是有责任感的理论研究者和从事中国食品行业管理工作者的共同的 responsibility 和义务。

卫祥云先生长期从事调味品的行业管理工作，注重在实践中获取新的认识，得到新的启迪，丰富自己的理论思考，并力求运用于工作实践。正是在他不断的努力过程中，本书中的许多观点和认识得到了充实和完善。该书内容言简意赅，通俗易懂，深入浅出，并辅以丰富的企业案例和行业数据，使读者一目了然，易于理解。书中既有对我国调味品发展 20 余年历程的总结，也有关于调味品未来发展的展望，又有理论层面的分析和思考，为业内人士提供参考和借鉴，是一本极为难得的调味品行业专著。

是为序。



2012 年 10 月 30 日

自序

这是一本研究调味品的书。主要内容是我从事中国调味品行政管理和行业管理工作的会议发言、考察报告和专业论文。书名为《中国调味品产业发展研究》，主要是为了区别于行业技术专著和市场营销类书籍。重点在于对中国调味品生产与市场的宏观管理和产业发展战略的研究与探讨。该书的出版正好印证了我国改革开放以来人民群众生活水平的提高和调味品成为食品工业发展的新的增长点的发展历程。其中，有的观点是自己深入调味品生产第一线的观察、感悟和总结归纳的不成熟理论；有的观点是自己与企业家和行业技术专家对话、交流的心得体会；有的观点是对国家制定食品行业发展规划、政策和调味品安全管理的建议和意见；有的观点是对调味品产品技术开发、市场开拓和调味品产业未来发展趋势预测和前瞻。这一切还都需要接受市场和时间的检验。

本书收录的文章以时间倒序方式编排，时间跨度 20 余年。成书过程中对所有文章都进行了大幅度的删减和修改，力求保留历史的真实和观点的正确，尽可能地去掉了比较含混和不易理解的章节和内容，以免给产业发展或者业内人士参考借鉴造成歧义和误读。

著 者

2012 年 4 月 18 日

目 录

1	国际五大食品集团企业发展战略比较研究
5	谨防食品安全监管走入误区
8	中国食品安全“乱象”的根源是社会问题
11	关于加强调味品生产和安全管理的五个问题
15	我国调味食品配料生产技术和市场发展前景广阔
18	我国酱腌菜行业的现状、发展与管理
21	国内外调味品生产市场发展趋势及中国调味品行业管理
25	贯彻落实《食品安全法》之三原则
27	食品添加剂与中国调味品产业
31	中国调味品协会改革案例的启示
34	我国鲜味调味料的发展与变革
37	鸡粉市场细化 引领营养健康
40	论中国酱油行业的自主创新
46	发挥行业协会在推动铁强化酱油项目工作中的作用
49	中国调味品产业的发展及行业协会的作用 ——在北京大学博士生中国社会研究会学术论坛上的演讲
61	调味品行业品牌建设浅议
63	正确处理好中国食醋工业生产与市场发展的关系
66	香辛料调味品产业发展与市场开发
72	十年弹指一挥间
74	调味品行业专业化兼并重组的现状与启示
80	制定《调味品分类》国家标准的意义
84	如何区分食品业的行政管理和行业管理

89	中国酱油工业的健康发展
98	我国调味品酿造设备的开发方向
104	调味品卫生标准工作亟待加强
107	宣传贯彻《鸡精调味料》行业标准的重要意义
113	中国食醋业如何走向世界
117	传统调味品工业化与复合调味料产业化
121	酱油中“三氯丙醇”问题的再讨论
128	复合调味料发展大有前途
141	论中国调味品行业发展面临的三大危机
144	关于香辛料类调味料生产发展和行业管理的有关问题
147	关于鸡精调味料生产的有关问题
151	赴台湾地区考察调味品生产市场情况的调查报告
156	“鲜味”科学的发展及应用
159	中国调味品行业新世纪展望
166	关于全国食醋产业发展战略研究
176	制定《鸡精调味料》行业标准势在必行
179	中国、日本、韩国酱油行业管理之比较
188	中国调味品如何走向世界
196	“酱油事件”之我见
199	调味品工业标准化管理的里程碑
209	中国调味品工业五十年
216	必须进一步发展商办工业
222	商办调味品工业要在实施“抓大放小”战略中加快改制
228	我国调味品生产市场的现状和展望
232	东南亚调味品市场的现状和启示
238	“酸水解调味液”不是我国酱油工业的发展方向
242	附录：GB/T 20903—2007《调味品分类》
249	代后记：食品安全监管：管什么？管不了什么？

国际五大食品集团企业发展战略比较研究

国际五大食品集团是指我国开放以来进入中国食品行业生产的国际五大著名食品生产商。他们多是具有较长历史的百年老店，在国际市场非常有名。最近几年，由于中国食品消费市场的迅速发展和广阔的市场前景，促使这些跨国食品集团不断地调整自己的企业发展战略并不断进行战略定位研究。目前，在中国市场有的公司已取得显著成绩；有的公司正在攻城略地，抢占品牌与市场资源；有的公司或刚崭露头角，一试身手，谋求更深更远的发展。这里拟通过公开披露的企业信息和掌握的发展事实做一点比较分析和研究，以供食品企业和相关企业制定本企业的发展战略和政府制定方针政策借鉴与参考。

一、基本概况

国际五大食品集团包括美国亨氏食品、英国联合利华食品、瑞士雀巢食品、日本味之素食品和香港李锦记食品集团。

五大食品集团具有以下共同特点：一是企业多是具有悠久历史的百年老店，在全球食品市场享有盛誉。二是均为跨国食品生产商，主要销售市场面向全球且不在企业总部所在地。三是企业产权关系明晰，除香港李锦记属于家族企业外，其余四家均为股份制企业，原有创始人的股份虽明确但不具有实际持有意义和传承意义，企业已实现真正意义上的现代企业制度转型和有序传承。四是均以食品生产为主，虽有在相关行业的拓展，但企业的多元化战略扩张非常谨慎，可以说在相关行业实现了“稳中求进”。这方面联合利华的日用品生产和李锦记的保健品生产取得巨大成功。五是中国市场不仅已成为五大食品集团的主要消费市场，而且均在此实施了一些重大的并购活动。

二、战略定位

这里主要是指国际五大食品集团的主要产品特点和在中国市场的行业定位。

美国亨氏食品是以生产婴幼儿食品和营养米粉为主导产品的企业。去年又出重金收购了新加坡福达食品集团在中国的调味品企业，并宣布在上海建厂，大力进军中国调味品市场的战略意图十分明显。

英国联合利华食品集团是以生产食品、红茶和日用品为主的企业。其在欧美市场和东南亚市场以“家乐”品牌为代表的食品和调味品家喻户晓，早已成为食品安全的代称和消费的主流。其在中国市场除主要生产日用品和冰淇淋外，近年来高档鸡粉调味料的生产成绩不俗，在调味品和餐饮行业声名远播，尤其在中国餐饮市场已成为高档调味品的代名词。

瑞士雀巢食品集团是以生产咖啡和“美极鲜”调味汁闻名全球的跨国食品生产企业。最近十多年来，除保持了“美极鲜”调味汁的原有市场阵地外，迅速抢占先机，进入“鸡精调味料”行业，成功地收购了上海太太乐食品有限公司和豪吉食品有限公司并绝对控股，牢牢地占据了中国“鸡精调味料”的高端市场，成为调味品行业引导市场消费的领头羊。

日本味之素食品集团是国际上著名的味精和鲜味物质生产与研究的企业，其国际影响力和行业影响力非常大。中国是日本味之素高端鲜味物质产品的主要供应地，也有部分合资合作生产企业。近两年，日本味之素企业并购中国食品生产的典型案例当属收购香港淘大和上海淘大的酱油生产部，其在中国调味品行业拓展市场的意图非常明显。

香港李锦记食品集团是以生产蚝油和酱类食品起家的家族企业，也是较早驰名国内外的华人调味品生产企业，其产品行销全世界，闻名于世。我国改革开放以后，该集团领导人李文达为报效家乡，经过与业内人士磋商，决定在其家乡广东新会大举进入酱油生产领域，从此为李锦记开拓内地市场增强了发展后劲。另外，该集团又以品牌优势和资金优势，重视科技投入，与清华大学合作，进入了保健品生产领域，为企业的发展增加了快速扩张的另

一翼，成绩斐然。

从以上五大国际食品集团的战略定位与发展轨迹可以看出，他们除在原有的生产领域“深耕细作”外，都把发展的重点放在了在中国。而且不惜通过合资、合作和并购重组等手段，对本集团未来的战略定位和市场开拓给予了很大希望。同时，他们也无一例外地开始把生产与市场扩展的重点放在了中国的调味品行业和餐饮行业。看来在中国的投资拉动和出口拉动两驾马车的速度即将放缓的情况下，第三驾马车——消费的拉动成为国际五大食品集团战略定位和行业发展的重点确属无疑。

三、人才战略

21世纪，什么最值钱？人才。这已是国内外所有企业发展战略的重要组成部分。纵观国际五大食品集团在中国的人才战略和企业案例，我们不难看出其中端倪。英国联合利华是较早进入中国调味品生产领域的，其在上海的宏大战略投入决策曾因为中国酱油国家标准的引导发生变化；而其对本土化人才的大材小用、有才不用和不放权使用使其在酱油行业的扩张上接连失利，节节败退，屡战屡败，最后不得不选择退出，而在鸡粉调味料行业深耕细作。瑞士雀巢食品集团的“用人战略”采取了典型的本土化策略，做到了“用人不疑，疑人不用”，同时辅之以大胆的科技研发投入和财务国际规范化管理，从而牢牢地占据了鸡精调味料高端市场，并对其他中小鸡精调味料生产企业起到了指导生产和引导消费的作用。香港李锦记食品集团的人才管理理念出自中国传统文化的“修身、齐家、治国、平天下”思想。集团主席李文达先生既是民族企业的优秀企业家，也是中华传统文化的优秀传承人。李锦记集团发展到今天，能够跻身于国际食品集团前列，应该说是非常了得。这与该集团独具特色的家族企业管理模式是分不开的。

四、问题与启示

以上对国际五大食品集团的企业发展战略的比较研究只是“管中窥豹，略见一斑”。每个企业的发展模式和市场营销等方面，都存在许多值得探讨

的问题。如跨国食品集团在中国发展的本土化策略；国家产业政策和行业管理的引导；企业职业经理人的选用和使用；食品安全和市场营销模式的规范化管理等问题，都需要从宏观和微观两个层面切入，进行深入细致的研究和探讨。

2012年4月1日

谨防食品安全监管走入误区

近年来，接二连三的食品安全事故在我国出现，不仅让普通百姓震惊，也令政府监管蒙羞。中国人刚刚吃饱，却迎来了吃的安全问题。尤其是“苏丹红”、“三聚氰胺”、“瘦肉精”和“塑化剂”等食品领域里刑事犯罪案件的出现和蔓延，让企业的食品生产和政府的安全监管遭遇了一系列严峻的挑战。

如果把本属于明显的刑事犯罪行为当作食品生产、销售的行业管理行为来管理，难免落入定位不准、打击不力和效果不佳的境地，从而使我国政府对食品行业的管理行为处于左右为难的窘况。目前，我国食品安全监管存在三大误区。

误区之一：食品安全监管需创新治理理念。

“创新”一词，目前在我国很流行。但用在政府管理上，则是极大的误区。政府的行政管理行为是一种行政强制行为，应该在《中华人民共和国行政许可法》等配套法规的指导下依法行事，而不是鼓励政府行政人员去搞什么创新。按照熊彼特的定义，“创新”一词有着明确的定义和严格的“边界”，需要创新者的“灵感”出现，而“灵感”的闪现和出现在创新实践中，需要接受市场的严格检验。凡是市场不认可、不接受的创新，不等于创新，顶多只是“试错”而已。对于政府的行政行为，则需要以事实为根据，以法律为准绳，能够作出具有强制行为的裁决并有执行的权力。因此，“试错”是必须的，而“试错”不等于创新。至于法律、法规的制定，是一个在较长时间内按照法律程序和司法机构职能，通过多种形式的专家咨询和司法实践的检验与博弈而形成的过程。在这个过程中，需要借鉴国际通行的做法，也要结合我国的实际情况。其中，创造性的思维非常重要，但绝不等于政府监管理念的创新。如果要讲监管理念，那就只有一条：“法律面前，

人人平等”。所以，目前，中国食品安全监管需要解决的主要问题是：有法不依，执法不严，执法犯法和明知故犯，而不是所谓的创新治理理念。

误区之二：食品安全监管要用重典。

“食品安全监管要用重典”，此话堂而皇之地以大标题出现在相关媒体的报道上，本身就是对我国食品安全监管行为的讽刺。首先，“要用重典”体现出的不是“依法查处”的治理理念，给有法不依以可乘之机。其次，“要用重典”给了行政和执法部门人员相当宽泛的自由裁量权，也为他们滥用行政权力埋下了隐患。第三，“要用重典”的法治行为类似于搞运动式的“从重从快”，曾在我国司法实践上造成了许多冤案错案，这 and 现代国家的法治理念格格不入，对此我们一定要吸取教训，并防止错误重犯。这种错误的司法观念的存在和影响，给我国的食品安全监管造成了一些不公平、不公正的司法结果。对于同一性质的“刑事案件”，却出现了完全不同的审判结果。有的人判死缓，有的人判几年，量刑不一，还有的人甚至能够逍遥法外。由此可见，“不依法办案”的结果就是法律成为一纸空文。而“要用重典”更可能造成只有“法律”、难有“法治”的严峻局面。

误区之三：发展快速检测意义重大。

食品质量检测是食品安全工作的一环，但仅仅依靠或企图依靠食品检测来解决食品安全与监管的问题则非常不现实，也不是解决食品安全监管的有效办法。从近几年出现的“苏丹红”、“三聚氰胺”、“塑化剂”和“瘦肉精”等食品安全事件看，其都不是靠食品标准的制定和检测手段的完善能够解决的，也与食品检测方法标准关系不大，而是在食品加工中使用和添加违禁物质的刑事犯罪行为。对此，制定相应的检测标准和方法，可以为案件的查处和处理提供一定的仲裁依据，也是解决此类食品安全事件的权宜之计，但都属于“亡羊补牢”之举，绝不是解决食品安全监管的长久之计。如果查处一起食品安全违法案件，就针对其使用的非食品原料或有毒物质制定一个检测方法标准，那我们不是要对所有的有毒物质都制定加入食品中的检测方法标准吗？而且还要符合快速检测的要求，试问如此管理，将增加多少行政管理成本？又能够起到多大作用？我们不知道这种行为是依法管理还是给食品监管添乱？

在这种管理思路不清和信息不对称的情况下，有些生产厂家为了追求不正当利益，采取非法的营销手段，随意编造概念、无中生有、恶意类比、蛊惑人心、蒙蔽大众、混淆视听，欺骗不明真相的消费者。利用消费者的从众心理和知识盲点，蓄意拔高自己，打击竞争对手。这种不道德的商业行为，实属低级炒作和低层次的恶性竞争。而有些不负责任的媒体，则充当其帮凶，推波助澜，造成了极坏的社会影响。而对此类行为，除了从社会管理的角度查找原因外，还应该通过改革监管体制予以规范引导。而决不能顺应这些不法商人的褊狭思维，使我们的舆论和媒体让他们牵着鼻子走，把本应明白无误的问题当成无解的问题恶意炒作，甚至明明是“伪问题”，却要牵强附会，争论不休，把水搅浑，以达到浑水摸鱼之目的。对此，政府行政主管部门一定要引起高度重视，在制定政策时认真反思。

此外，在食品安全监管方面，还存在一种错误倾向。就是企图通过所谓的检测，把道德范畴的自律行为作为一种长期的监管措施，完全忽视了商业行为中的诚信机制。对于许多应该分类管理、指导生产和引导消费的行为，认为只要制定一个检测方法和标准就能解决，而忽视了生产好的食品主要靠生产厂家的努力，生产假冒伪劣及不安全食品的害群之马只是少数，是需要各级政府相关部门以事实为依据、以法律为准绳，按照属地化管理的原则，依法行政、认真查处的。因此，我们一定要认真区分商业行为、道德标准和法律底线。尤其要防止过度监管、罚款创收、区别对待和设租行为的现象发生。

最近，国家商务部和工信部分别在食品行业开展了商业信用体系和商业诚信体系建设工作。很显然此项工作作用虽然有限，并存在部门职能交叉问题，但不属于管理误区。只是建立商业信用主要应以食品生产企业为主，而政府对商业信用的管理作用十分有限。政府有关部门真要在食品安全监管中有所作为，还是要依法行政。

2011年8月22日

中国食品安全“乱象”的根源是社会问题

“民以食为天”。改革开放后的现今中国，人们终于解决了温饱问题，不再为吃饱肚子而发愁了。但我们不能高兴得太早，吃饱的问题刚刚解决，甚至还没有完全解决好；而如何吃得安全的问题却成为我们生活中挥之不去的“阴影”，萦绕在我们的周围，充斥在国人一日三餐的“恐慌”和“惊诧”之中。近几年来，从举国瞩目的“苏丹红”到“三聚氰胺”再到“瘦肉精”事件，我们不能不一次又一次地扪心自问，是什么原因让我们“谈食色变”？我们不能不一次又一次地叩问上苍：是什么原因造成了中国食品安全的种种乱象？大家不无遗憾地看到：虽然政府举全力做好食品安全工作的领导规格越来越高，监管食品安全和打击违法犯罪活动的力度越来越大，社会舆论对食品安全事件的声讨一浪高过一浪，但是食品安全事件仍然是层出不穷，导致的必然结果是：政府部门疲于被动应付，广大食品生产企业苦不堪言，甚至一些名牌食品企业在此种环境下，都屈就于不良“规则”而以身试法，成为人人喊打的“过街老鼠”。消费者避之不及，何谈让食品生产销售的企业家们“血管里流淌着道德的血液”？人们不禁要问：既然食品生产者逾越“道德”底线成为业界的常态，还有什么严刑峻法能够规范他们的行为举动？因此，活生生的现实告诉我们，目前中国食品安全问题及其乱象的存在，绝不是食品行业特有和独有的现象，也不是食品法规和标准的执行问题，更不是依靠加强政府监管就能解决的或彻底解决的。这种乱象的具体表现为：有法不依，明知故犯，执法不严，执法犯法和“官商共谋”，其背后则存在着深刻的社会原因。

首先，“社会诚信的缺失”是产生这种乱象的根源。我们举一个简单的例子：假如有10个人在排队买票，如果大家都能依次而行，那是最好的结果。如果有一两个人违规可能也不会影响排队秩序，但如果只有两个人排

队，其他八个人都在违规，那结果一定是秩序大乱。因为，谁都唯恐排在最后一个，谁都不愿意买不着票，谁都认为别人可以违规达到目的而迫使自己我也去违规。因此，要解决社会诚信缺失的问题，一定要追根溯源，找出社会诚信缺失的原因何在。

因此，我认为目前我国现实生活中存在的种种不公平、不公正和不公开的“规则”和“潜规则”是造成社会诚信缺失的直接诱因。如“三鹿食品”的三聚氰胺事件就是因为第一次“问题奶粉”的不公正和不公开“处理结果”导致了第二次事件的发生和“三鹿品牌”的彻底覆灭，其中所谓的媒体公关和政府公关的“潜规则”成为导致问题一发再发的直接诱因。联系到目前中国社会的其他现象，问题的根源如出一辙。如国有垄断企业不合理、不公平的分配制度和办法，就严重导致部分国家公务人员产生“不公平”的抱怨，甚至喊出“自己也是弱者”的微辞。这种潜移默化的影响必然导致部分公权力持有者的“心理失衡”，从而直接或间接地产生“逆反心理”，在一定条件下极易转化为“自觉或不自觉”的行为，并会从不遵守规则开始，转而寻求“潜规则”，最后导致“社会诚信缺失”，甚至不惜走上违法犯罪的道路。又如目前我国金融行业存在的现实问题是：大型国有企业贷款利息低（有的可以不还转为坏账），大量中小企业贷款利息高。在这种不公平的环境下，迫使一部分中、小企业转向民间借贷，“高利贷”问题由此产生，并已经导致一部分企业破产而企业家逃之夭夭，“社会诚信”荡然无存。再如目前我国的行业协会登记准入制度，仍然存在着严重的不公平、不公正问题，而直接导致的结果是：很多未登记的民间组织在搞“非法活动”，而许多“正规活动”却受到不应有的限制，“劣币驱逐良币”成为合法，长期下去就会造成“正不压邪”，使抛弃“诚信”而追求“利益”现象不断发生。实际上，北京市今年初出台的行业协会“登记新政”的实施，已经充分证明：社会运行自有规律可循，过去很多政府监管行为很可能是管理者的自负和出力不讨好之举。同样，“社会诚信体系”的建立和发展也决非政府监管之强项。

以上关于不公平、不公正和不公开的“规则”和“潜规则”是造成社会诚信缺失的案例，我们还可以举出很多。但如何才能解决这些问题呢？从

长远来讲，这是衡量一个社会文明程度的标志，也是建立社会主义市场经济和民主、法制社会的基础。虽然不能一蹴而就，但也不能对问题视而不见，任其发展，不愿意或不敢正视问题的本质。我认为：要从根本上解决我国的食品安全问题，诚然要靠食品行业的科技进步，要靠食品行业大批的专门人才，要靠企业和企业家的共同努力，要靠行业中介组织的优质服务，要靠政府制定更加公平，公正和公开的社会政策；但更要靠良好的社会经济制度和政治体制作保障。

“解铃还须系铃人”，今日中国，只有寄望于政府担当此任。而执政党和国家领导人的英明决策和推动改革的胆识和魄力则尤其关键。

2011年5月15日