

鸡蛋2.98元一斤,大白菜0.39元一斤

国内物业大鳄岛城开菜市场

本报11月28日讯(记者 张榕博) 通过郊区2000亩“自家”菜田直供降低菜价,鸡蛋、白菜等还有“高价补贴”。28日,由国内物业管理大鳄IBMG商业管理集团投资建设的首家农产品市场在崂山区开业。购物车、蔬菜配送等超市运营模式在农贸市场首次推行。据介绍,这种新型农贸市场将在明年兴建6家,岛城部分经营不良的农贸市场或将被该集团托管。

2.98元一斤鸡蛋,0.39元一斤大白菜,2.28元一斤的红富士苹果,比市场价格便宜一半的面粉……28日,在崂山区丽海馨苑小区一层的欢乐大家庭农贸市场,许多市场价格较高的农产品正以较低的售价吸引附近居民抢购。居民冯老先生说,这次促销并不是市场开业的促销活动,而是市场定期推出一些特价蔬菜。鸡蛋、白菜、苹果市场价都很贵,这里却专门低价销售。而在市场中,

许多业户却对这种赔本销售不心疼。一位摊主韩先生告诉记者,市场内摊贩卖菜多了,市场物业就通过租金+提成扣点的模式赚钱,而物业赚的“扣点”这部分钱就作为平抑菜价的“基金”,保证附近居民买到不涨价的蔬菜。
“现在菜价很高,而且每一轮蔬菜涨价都是由个别农产品引起的,但我们调查发现消费者和菜农都没有获得利益,因此我们通过自己的

菜园子供应蔬菜降低成本,而且还自掏腰包控制个别蔬菜涨价。”市场负责人辛乐波说。“我们在平度已经签下2000亩菜田供应市场,平均从一个村采购一种蔬菜,这样既省却了食品追溯的麻烦,而且价格还比崂山区另两家超市便宜10%。”
记者了解到,这家由国内物业管理大鳄IBMG商业管理集团在国内投资建设的首家农产品市场面积达7000平米,市场开业后还吸纳周

边180多名早市摊贩来此经营早市业务。IBMG商业管理集团董事长李生说,现在市场开通浮山后、东城国际等8个超市班车线路,每天8趟班车接送消费者,明年还将建设6个这样的市场,并开通市民电话买菜以及蔬菜配送服务。市商务局有关负责人表示,全市部分农改超市场由于菜价过高,已经出现不景气局面,这部分经营不良的农贸市场有可能将被该集团托管。

要当“花木兰”先过体检关

28日,在青岛市民兵预备役训练中心,报名参军的女青年正在进行体检。据介绍,经过报名筛选后共有217名女青年参加体检,体检过关的将参加全省的体能考试。
本报记者 杨宁 摄



“高档”洗发水洗出一头红疹

经工商部门调解,市民获赔500元

本报11月28日讯(记者 张榕博 通讯员 岳豪 苏雷) 用300元洗一次的洗发水保养头发,结果却让自己头皮和脖子全是红疹子。近日,市民王女士在做美发期间就遇到这样的窝心事,但美发店却拒绝赔偿。随后经过工商部门调查发现,王女士用过的高档美发水竟然是以前店主参加传销剩下的“三无”产品。目前,美发店已赔偿王女士500元费用。

上周三,家住李沧区大崂路的市民王女士到一开展优惠活动的美容美发店做发型保养。美发师告诉王女士,如果选择300元一次的头发保养护理液,不仅价格优惠30%,还将免费赠送王女士一瓶该美发店新进的新款美发营养液。王女士感觉价格比较优惠,便默认选择了300元的头发保养项目。但是到了晚上,王女士感觉头皮发痒,

脖子处也出现红点,用手挠痒,脖子处的红点慢慢扩大,最后变得通红,红点变得米粒大小,奇痒难忍。经过医生仔细检查,诊断王女士是出现了皮肤过敏。于是王女士立即找到美发店赠送的美发液,看到该瓶装的美发液上没有标明品牌,只是贴了一个写着“纯植物护发”和“不伤手”字样的便条。对此,美发店一直没有说明该洗发液的名称,并认为王女士皮肤过敏和美

发店没有任何关系,应多方查找过敏原。于是王女士找到了李沧区工商部门。
经过调查,工商部门发现该美发店负责人提供的洗发液竟然是三无产品,而且店主承认这批发洗发水竟然是他以前参加传销时没有卖出去的积压商品,当时进价每瓶只要50元。随后,店主同意赔偿王女士500元的治疗费和误工费。

投资5000万整修瑞金路

本报11月28日讯(记者 张晓鹏) “太好了,这条坑洼路终于修平整了,我们再也不用为出行难犯愁了。”28日,记者从李沧区获悉,为方便居民出行,有关部门投资5000万元整修了瑞金路,并一次性对120公里的排水管网进行了改造。截至目前,已铺设完成排水管线74公里,李村河流域和楼山河流域的排水系统得到了极大的改善。

“瑞金路是李沧区一条重要的交通干道,由于建成年代早,来往大型车辆多,远远超过了使用寿命,失去了道路功能。”李沧区建管局工作人员告诉记者,由于资金限制,瑞金路一直未能进行大修,给周边居民、业户出行造成了很多不便。今年市政府将其列入了环胶州湾拓宽工程调流道路的一部分,总投资约为5000万元。目前,该道路整修已全部完成。

同时,为了改变旧城旧村污水横流的现状,李沧区建管局结合旧城旧村改造和流域截污工程,进行了120公里的排水管网建设。

截至目前,已铺设完成排水管线74公里,李村河流域和楼山河流域的排水系统得到了极大的改善,污水处理率已由2009年底的45%提升到60%。

蒙牛收购君乐宝拉开乳业整合序幕

11月22日,蒙牛乳业集团和石家庄君乐宝乳品有限公司在北京联合召开发布会,宣布双方的并购合作:蒙牛以4.692亿元收购君乐宝51%股权成为最大股东,君乐宝则作为独立品牌继续运营。在国家产业政策指导下,中国低温乳品市场的第一、第四品牌的并购交易,可以说是近两年来最大的一次并购,这也将昭示着乳业“整合时代”正式拉开帷幕。

早在2009年,工信部与发改委就制定了《乳制品工业产业政策》,鼓励国内乳品企业通过资产重组、兼并收购、强强联合等方式,整合加工资源,提升产业水平。十二五规划建议中进一步提出,中国乳业总体发展规模应该由粗放型向质量效益型转变。近几年,中国乳业的海外并购、战略合作时有发生,也初现乳业即将全面进入整合时期的端倪。
蒙牛总裁杨文俊在发布会现场向记者透露,“并购君乐宝是在蒙牛

‘五年内进入世界十强’大战略思路指导下的部署,我们的目标是强强联合,做强低温乳品。”业内人士对此分析,蒙牛与君乐宝的并购合作极大迎合了国家政策和市场趋势。
荷兰合作银行食品与农业研究部高级分析师杨宇歆表示:“纵观全球乳制品行业的发展,如今保持领先地位的全球乳制品巨头,在其发展过程中都经历了类似的收购兼并过程。比如乳制品排名第一的雀巢公司。蒙牛此次与君乐宝展开战略合作,实际上是全国品牌与区域强势品牌的产业演进和整合,有利于发挥协同效应,也沿袭了国际乳企发展壮大的普遍规律。在中国消费市场持续增长的推动下,合作也将在蒙牛实现‘五年进入世界乳业十强’的战略目标中发挥一臂之力。”
“我国众多行业都是高度分散,市场集中度远远不够,造成规模经济效益差,也对产品质量控制和技术进步造成了阻碍。我国乳业同样

存在这样的问题,甚至更为突出。要解决这种状况,必须大力进行行业资源整合,并购是必然的也是最为有效的途径。蒙牛既往业绩实现主要依靠自建工厂,很少并购整合,随着产业政策的出台和企业量级的变化,由增量带动转变为存量重整已成为现实需要。”商务部研究院马宇主任表示,“对君乐宝的收购实质上是蒙牛整合地方区域性品牌的开始,也会推动整个乳业加速走上集约化增长的道路。”
根据AC尼尔森最新调查数据显示,蒙牛收购君乐宝之后,蒙牛酸奶市场份额上升至30%以上,彻底拉开与其他品牌的差距,进一步巩固其在中国乳业的领军优势,特别是低温乳品的领先地位。
中国社会科学院经济所研究员詹小洪认为:“中国乳业总体发展规模应该由粗放型向质量效益型转变。蒙牛与君乐宝的合作可以说是恰逢其时,是当事人实现双赢的战

略举措。既有利于实现双方的合作共赢,也为中国乳业进入品牌整合时代提供了很好的范本。蒙牛对君乐宝的整合会推动我国整个乳业加速走上集约化增长的道路。”
“蒙牛和君乐宝在产品创新和科研力量上都具备相当的实力,双方的合作互补有助于大幅提升整个行业的技术水平,提升我国食品产业在全球的自主竞争优势。从政策上看,国家其实也鼓励并购合作,预计今后将会出现更多蒙牛和君乐宝这样的企业合作,从而以‘1+1>2’的品牌效应加快中国食品工业的国际发展道路。”内蒙古农业大学食品科学与工程学院院长靳焱大为看好此次合作。
随着酸奶市场逐渐成为乳业“必争之地”,蒙牛和君乐宝在品牌、技术等方面的互补则有利于为消费者开发更多高附加值,满足不同消费需求的低温乳品,在稳固国内市场的同时积极拓展国际市场,加速



蒙牛总裁杨文俊与君乐宝总裁签署战略合作协议。

民族品牌的全球化战略。
蒙牛总裁杨文俊也对两地企业合作的未来充满信心,他认为蒙牛并购君乐宝具备“三赢”效应。一是与行业共赢,有利于通过资本整合加快民族品牌做大做强,和谐竞争;二是与消费者共赢,双方奶源、研发等资源的共享,将为消费者提供更多、更高品质的产品;三是与产业链共赢,双方的整合将进一步夯实牧场奶源基础,促进京津冀乳业产业链的发展。