

两可乐巨头被曝每年花巨资洗白形象

西媒称,一项研究称,世界含糖饮料两大巨头可口可乐和百事可乐每年为美国96家在推广健康饮食习惯和抗击肥胖症或糖尿病等疾病发挥重要作用的组织提供数百万美元资金。而肥胖症和糖尿病等疾病都有可能因摄入高糖而加剧。其目的就是,“改善”自身形象,削弱限制冷饮消费的法律。研究人员表示,接受资助的健康机构其实已经参与到这些公司的营销计划中,但对此却浑然不觉。

据西班牙《国家报》10月10日报道,制糖业和大型冷饮企业现在的处境和几十年前的烟草行业一样。肥胖症如瘟疫

般席卷全世界,而消费含糖饮料已经证实是元凶之一。普通的冷饮每罐含糖40克,远远超出世界卫生组织建议的每日摄入量25克。面对不断增长的冷饮消费量,很多国家都开始征收冷饮税,还有些国家明令要求在包装上印上警告,就像香烟的外包装那样。

接受资助的机构主要包括美国糖尿病协会、美国青少年糖尿病研究基金会和美国癌症协会。此外还包括美国医学会、美国红十字会和美国疾病控制中心等。在受益者当中还有著名的哈佛大学、华盛顿大学和佐治亚大学。

报道称,研究人员表示此项研究仅针对美国境内的机构,因此如果将研究范围扩大到全世界,接受这两家企业资助的机构数量可能是现在的数百倍、甚至数千倍。此项研究已经发表在《美国预防医学杂志》上。

该研究特别提出了非政府组织儿童救济协会的例子。该组织曾支持征收冷饮税,但2009年从可口可乐和百事可乐手中接受了超过500万美元资助之后,2010年开始便不再支持。儿童救济协会辩称自己是在接受了多家企业的捐助之后才不再支持的。该组织表示曾经是一个支

持征收冷饮税联盟的成员,但在自身工作重心转向儿童教育之后就退出了该联盟。

研究显示,2011年至2014年,可口可乐每年平均花费超过600万美元用于此类资助活动。而百事可乐的数据则是300万美元。美国饮料协会每年的花费则是100万美元。

报道称,可口可乐方面表示,报告中提到该公司曾提供资金援助,这么做的目的是与科研机构展开合作。可口可乐将继续提供援助。为了确保透明,可口可乐还将公开与这些机构的关系。

参考消息网2016.10.12 编译/刘丽菲

Note7 大势已去 三星如何回天

陷入“爆炸门”月余的Note7终于被判“死刑”,而三星为此付出的巨大声誉损失,将难以收场。

三星终于宣布,要求合作伙伴停止销售Note7手机,要求已经购买Note7的用户关机停用。市场普遍认为,Note7的问题可能不只是电池故障那么简单。资本市场用脚投票,三星市值一日便蒸发掉170亿美元。

同时,在国家质检总局的介入下,三星也宣布召回在中国内地售出的19万台Note7,并可全额退款。一直被诟病的三星对中国内地消费者的危机公关,没有在双标准上继续“作死”下去,得以与全球同步。

三星是全球闻名的跨国企业,是打通产业链的巨无霸,是韩国经济里“大到不能倒”的利维坦。然而一朝犯错,三星也不能例外,迅速从神坛坠入祭坛,成为被痛打的落水狗。

Note7本来形势一片大好,日渐平庸的苹果iPhone给了三星反超的机会。但是,急于推陈出新的三星在品控上栽了跟头,不仅没有超车,还滑出了赛道。早有人指出过,概念、品位和创新,只是苹果核心竞争力的A面,它的B面是对成本和品控的绝对掌握。可惜,三星在这场追逐赛中没有绷住,失去了对产品质量的控制,造成今日之焦头烂额

局面。

金钱的损失可以再赚回来,但品牌的损失却不可逆。打江山容易坐江山难,塑造品牌需要几十年,但毁掉品牌可能只需要几十天。Note7之后,三星的新品手机都会被置于聚光灯和显微镜下,稍有疏忽和瑕疵,都会被成倍放大,而三星也无法再承受一个Note7的事故了。在全球致力于打造高品质声誉的三星,一旦被消费者认为它在品质上并不可靠,三星也就回天无力了。

市场是公平的,它可以让一个小公司迅速崛起,也可以让一个大企业迅速跌停。谁也无法垄断市场,你只能更好、更快、更小心。《北京商报》2016.10.12 文/韩哲

全国三百城卖地收入已近两万亿

据中国经济网记者了解,1-9月全国300城共成交土地15585宗,较去年减少7%,成交面积57508万平方米,同比减少2%。在收金方面大幅增长,总额达到19262亿元,同比大增40%。其中,住宅用地出让金总额15021亿元,同比增加56%。仅前三季度的“卖地收入”就已超去年全年收金,二线城“地王诞生”领跑全国。

中指院报告认为,2016年1-9月,全国300城市地价呈普遍上涨态势,尤以二线城市表现突出,带动出让金同比增加四成。南京、上海、苏州、杭州四大热点

城市收入破千亿,无锡收入同比涨幅高达470%,位居全国第一。一线城市中仅上海突破千亿。

纵观前三季度各大房企拿地热情高涨,高溢价已成为一二线城市土拍常态,平均溢价率也在不断冲高。数据显示,1-9月全国300个城市土地平均溢价率49%,较去年同期上升35个百分点;其中住宅类用地(含住宅用地及包含住宅用地的综合性用地)平均溢价率63%,较去年同期上升45个百分点。

面对房地产市场的“失控”,近期22城

密集发布楼市调控新政,10月9日迎来了调控背景下的首次土地竞拍,北京、成都各有一幅宅地均以高价成交。其中成都宅地溢价率191.67%,北京自住商品房地块经47轮报价,溢价率39.74%,楼面价2.08万元/平方米,已接近2.3万元/平方米(含全装修成本)的销售限价。据CRIC报告分析,这两幅地虽只是个案,但代表意义不可忽视,企业在一线城市的规模诉求依旧强烈,对强二线城市的价格上涨预期也保持坚定,四季度地市降温艰难。

中国经济网2016.10.12文/宋雅静

行业“新规”提高洋奶粉准入门槛

被业界称为“史上最严”的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》已于今年10月1日起正式实施,《办法》对婴幼儿配方乳粉的配方注册作出了相关规定,设立了注册门槛,旨在以政策制度倒逼企业提升产品质量保障能力。《办法》同样适用于进口婴幼儿配方乳粉,也预示着“洋奶粉”准入门槛将进一步提高。

天津检验检疫局工作人员介绍,“《办法》主要在三个方面针对进口婴幼儿配方乳粉明确了要求。”

一是限定配方数量。每个企业原则上不得超过3个配方系列9种产品配方。这可以有效地避免进口奶粉市场出现配方过多、过滥的乱象,防止消费者被误导。

二是实施配方注册管理。申请进口婴幼儿配方乳粉产品配方注册,除提交生产工艺说明、产品检验报告等申请证明文件外,还需要提供国家出入境检验检疫部门进口婴幼儿配方乳粉境外生产企业注册的证明材料等3个证明材料才能获得配方注册资格。只有符合中国相关法律法规和食品安全国家标准的奶粉方可允许进口。

三是规范标签与说明书内容。产品配料表中应标明乳制品原料的动物性来源等内容,营养成分表应当按照婴幼儿配方乳粉食品安全国家标准规定的营养素顺序列出,并按照能量、蛋白质等类别分类列出;声称生乳、原料乳粉等原料来源的,应当如实标明具体来源地或者来

源国,不得使用“进口奶源”“源自国外牧场”“生态牧场”“进口原料”等模糊信息;标签和说明书不得含有涉及疾病预防、治疗、保健功能的内容,不得含有虚假、夸大、违反科学原则或者绝对化的内容。避免不法商家利用模糊字眼欺骗消费者,保障消费者的知情权。

受全面二孩政策和中澳自贸协定生效等因素的影响,天津口岸婴幼儿配方乳粉进口量呈现激增的趋势。新政的实施无疑会将不符合中国标准和政策规定的“洋品牌”拒之门外,虽然可能会对奶粉进口量造成一定影响,但却能在源头上保障进口奶粉舌尖上的安全。

《天津日报》2016.10.12 文/门心洁

的螃蟹同样进入降价模式。多位批发商称,国庆节后的螃蟹消费会逐步转淡。

业内人士介绍,往年螃蟹身价明显下跌一般会在10月中旬显现,今年这种情况提前一周,或与螃蟹上市期越来越早,以及本地优质螃蟹即将大批量入市有关。

武汉现代农业教育中心食品专家彭火炬称,目前零售市场上仍以江苏等地的外来螃蟹为主,省内已出水的螃蟹主要来自沔阳湖、洪湖、仙桃等地,10月中旬会大量上市。此外,武汉本地的螃蟹也正在最后冲刺成熟出水。

荆楚网2016.10.10 文/曹磊 周小平



德国举办巨型南瓜赛 巨型“瓜王”亮相

当地时间2016年10月9日,德国路德维希堡举行巨型南瓜欧洲锦标赛。

中国新闻网2016.10.10

深改组称养老市场全面放开降低门槛

10月11日,中央全面深化改革领导小组第二十八次会议审议通过了《关于全面放开养老服务市场提升养老服务质量的若干意见》,提出降低准入门槛,引导社会资本进入养老服务业。

会议指出,养老服务业既是关系亿万群众福祉的民生事业,也是具有巨大发展潜力的朝阳产业。要紧紧围绕老年群体多层次、多样化的服务需求,降低准入门槛,引导社会资本进入养老服务业,推动公办养老机构改革,提升居家社区和农村养老服务水平,推进养老服务业制度、标准、设施、人才队伍建设,繁荣养老市场,提升服务质量,让广大老年人享受优质养老服务。

截至2015年底,我国60周岁以上老年人口已达2.22亿,约占总人口的16.1%;65周岁以上老年人1.43亿,约占总人口10.5%。人口老龄化的加深,使老年人的养老服务需求急剧增长,养老问题日益成为影响国计民生的重大战略问题。

据了解,目前我国已初步形成了以居家为基础、社区为依托、机构为补充、医养结合的多层次养老服务体系。随着养老服务市场的全面放开,老年人多元化的养老服务需求将进一步得到满足。

来自全国老龄工作委员会的数据显示,目前我国养老服务市场消费需求在3万亿元以上,2050年左右将达到5万亿元。养老服务业涵盖老年人衣食住行、生活照料、用品生产、医疗服务、文化健身娱乐等多个领域,涉及面广、产业链长,一个潜力极大的新兴产业正在形成。

《经济参考报》2016.10.12 文/李唐宁

“十一”过后大闸蟹价格大跳水

十一黄金周刚过,长假时的餐桌热品大闸蟹就开始“掉价”了。记者近日走访多处市场发现,相较于节日期间,螃蟹市场价最高跌幅达到五成,中小规格的外地螃蟹最低5元就能买一只。

记者在武汉市汉阳王家湾附近一家生鲜市场看到,这里的螃蟹全都论个卖,2.5两的母蟹和3两的公蟹都是8元一只,2两的母蟹6元一只,2.5两的公蟹只要5元一只。

“这螃蟹价降得太快了,前几天过节

在这里买,最少都是10元一只。”从水产区走过的刘先生说,他在中秋节买同样规格的螃蟹,100元只能买4只,算下来每只25元,而现在只要8元一只,只有原来价钱的三分之一。

螃蟹商贩魏师傅告诉记者,中秋节前螃蟹刚上市,价格卖得高,到国庆黄金周时就平和了些,但中小规格螃蟹也都在每只10元到15元,“黄金周过完,最低5元一只就能买到”。

记者又来到汉口华南海鲜市场,这里