

资本热捧 国标仍缺

# 养生青年“一掷千金” 燕窝行业却频频翻车

“燕窝是不是智商税”“卖的燕窝是不是都是糖水”……11月,职业打假人王海发长文称辛巴直播间推荐的燕窝风味饮料其实是糖水,双方你来我往发声明、发检测结果,引发消费者对燕窝产品的讨论。这不是燕窝产品第一次翻车,同在11月,小仙炖因将2019年营业利润从-3293万元虚报至3294万元,差错率高达200%,而被北京市朝阳区统计局予以处罚。时隔一个月,在一系列“塌房子”事件下,“双12”与春节前的燕窝营销活动重启,火爆之下行业标准混乱、屡被质疑的问题仍然没有得到解决。

■新快报记者 陈思陶



■廖木兴/图

行业

## 燕窝消费低龄化趋势显著

相比四处借用视频平台会员账号的节俭行为,年轻人在养生滋补上的消费升级更快速、更“豪横”。

据央视财经《2019~2020中国青年消费报告》,青年人花钱排行榜中,“保健养生”位列第三名,仅次于教育培训和住房两大刚需。同时,平平无奇的枸杞、菊花已经不能满足年轻人对养生消费升级的需求,转而对传统高端滋补品兴趣浓厚,使燕窝消费呈现出中低龄化

趋势。从2019年某品牌燕窝销售数据看,当年双十一单日成交额1.1亿元中,80后消费者占比47.63%,90后占比30.3%,00后占比也达到6.8%。广东省燕窝产业协会报告显示,2019年,90后、00后异军突起,分别占比19.96%、18.64%,共接近四成,已经成为燕窝消费主力。

年轻群体对燕窝的热情,除受养生文化流行的影响,也有燕窝平均客单价

向下,消费门槛降低的原因。燕窝2018年平均客单价在800元-1200元之间浮动,2019年平均客单价已降至600元-900元之间。对此,广东省燕窝产业协会分析,一方面企业供应链持续优化,且品牌间竞争日趋激烈,另一方面即食与鲜炖等新的燕窝食用习惯养成,相较于高端礼品型的碗燕价格更为便宜,90后、00后便是方便即食燕窝的需求主力。

## 资本看好明星加入 燕窝出圈

相比其他传统滋补品年轻化的危机,燕窝最先出圈,成为近两年在滋补品中销售增速最快的品类。《2019年中国大健康消费发展白皮书》显示,燕窝、阿胶、养生茶饮同为滋补养生类目中的“三巨头”,其中燕窝成交额占比近三成,阿胶、人参/西洋参等成交额占比超过一成。另有天猫数据显示,今年双十一预售期间,燕窝滋补品同比增长168%;相比人参、海参等,鲜炖燕窝增长率达到300%,远超其他滋补品;滋补类目销售冠军从2016年-2019年的燕之屋到今年的小仙炖,仍在燕窝产品间流转。

燕窝更受青睐的背后,有越来越多企业和资本进入,瞄准燕窝行业。天眼查数据显示,2019年,我国燕窝相关企业注册量已达到了1989家,目前我国共有燕窝相关企业1.1万家。其中,今年双十一全网销售额达4.65亿元的燕窝品牌小仙炖成立至今共获4轮融资,投资方有周鸿祎、俞敏洪等跨界企业家,还有陈数、章子怡等女明星;燕窝品牌姜之燕也获得了天使轮融资;A股上市公司青海春天投资总额约10亿元,在关联公司西藏荣恩计划实施燕窝系列食品加工和燕窝唾液酸提取(利用)项目。

同时,燕窝在营销上也多次成为讨论焦点、热门话题。多位女性明星相继点赞某品牌鲜炖燕窝并为之站台;小红书、抖音等年轻人聚集的空间有大量网红向消费者安利燕窝产品,如小红书上,某品牌燕窝相关笔记突破1万篇,在抖音上各大明星同款燕窝的话题播放量超过6.6亿次;在时下最流行的电商直播间里,燕窝产品也是常客,一款燕窝曾在网红直播间中单场销售额达到560万元。从明星到网红全覆盖式的营销下,燕窝市场年复合增长率30%以上,并在2019年达到了300亿元。

## 接连翻车 燕窝制品仍无国标

辛巴直播间所售茗挚燕窝被指为糖水仅是开始,王海更进一步剑指所有即食燕窝都是糖水,称“即食燕窝行业根本不需要真正去添加燕窝,只要有水、糖、海藻酸钠和乳酸钙及少量唾液酸即可生产。”以小仙炖鲜炖燕窝为例,其送检结果显示,产品中90%以上的固形物为水分和未标示的海洋鱼胶原蛋白等增稠剂、稳定剂合成的果冻样凝胶,燕窝含量仅为0.6%。

同时,燕窝品牌存在代工生产、冒用资质、卫生状况堪忧等争议。天眼查显示,国内21%的燕窝相关企业曾出现过经营异常,另有100多家燕窝相关企业曾受到过行政处罚或有严重违法行为。即使宣称自建工厂的小仙炖,也在今年618大促前夕陷入与瓶身上的被委托方佳明佳公司的纠纷中,佳明佳称自己从未帮小仙炖生产过燕窝,其网页配图的工厂是被P图

的佳明佳公司厂房,目前双方的诉讼仍未裁定。

在品牌、企业问题外更为主要的问题是,燕窝的营养价值也被质疑不如牛奶、鸡蛋。对此,全国城市农贸中心联合会燕窝市场专业委员会回应称,评价燕窝营养的标准不在于蛋白质,而是唾液酸,以一碗燕窝150g为例,如固形物含量超过25%,则唾液酸含量约0.14g。但据《中国食物成分表》,唾液酸并非燕窝独有,50g红皮鸡蛋中含有唾液酸1.5g,250ml冲调奶中含0.06g,250ml鲜牛奶则有0.03g,而即食燕窝3%的干燕窝加97%的冰糖水还会使唾液酸含量进一步打折。对燕窝中含多种营养成分更具美容养颜效果的说法,广州中医药大学第一附属医院专家告诉记者,一来燕窝的功效并非立竿见影,二来效果大小因人而异,部分消费者可能对燕窝过敏而导致皮肤状态变差,

建议理性看待燕窝功效,在没有不良反应且经济承受能力范围内可进行适度的燕窝消费。

对于即食燕窝品牌接连被曝问题,食品产业分析师朱丹蓬认为,燕窝行业标准不一的乱象亟待解决。中国药文化研究会发布于今年12月6日开始实施的《鲜炖燕窝》团体标准,要求燕窝原料需检验合格并符合国家食品安全标准,原料应不变色、不霉变、无异味。在朱丹蓬看来,团体标准并非企业需要强制执行的标准,同时,该标准对于燕窝的具体用料和分级并没有确切、全面的规定。

明确行业标准也将为燕窝市场的良性发展和消费者权益带来利好。记者了解到,去年11月份,“燕窝及其制品”食品安全国家标准启动会在广东召开,但截至目前“燕窝及其制品”的食品安全国家标准仍未出台。

## 广州将全面禁止生产销售 含塑料微珠日化产品

**新快报讯** 据广州市发展改革委,广州市生态环境局印发的《广州市推进塑料污染治理工作方案》显示,2021年起,禁止在广州市生产和销售一次性发泡塑料餐具、一次性塑料棉签;禁止生产含塑料微珠的日化产品;2023年起,禁止在广州市销售含塑料微珠的日化产品。

根据《相关塑料制品禁限管理细化标准(2020年版)》要求,含塑料微珠的日化产品包括为起到磨砂、去角质、清洁等作用,有意添加粒径小于5毫米的固体塑料颗粒的淋洗类化妆品(如沐浴剂、洁面乳、磨砂膏、洗发水等)和牙膏、牙粉。该方案还鼓励生产企业采用可降解材料包装,鼓励日化、饮料企业推广应用高于推荐性标准相关技术要求的团体标准,推动塑料硬包装“减轻、减薄和瘦身”。

(陈思陶)

## 瑞幸与美国证交会和解 将支付罚款1.8亿美元

**新快报讯** 针对瑞幸咖啡财务造假事件,今年10月12日,市场监管总局宣布,对瑞幸咖啡(中国)有限公司和瑞幸咖啡(北京)作出行政处罚,罚款人民币200万元整。近日,美国证券交易委员会(SEC)在纽约南区的地方法院提起诉讼,指控瑞幸咖啡违反美国联邦证券法的反欺诈、上报、账簿和记录以及内部控制条款。

瑞幸咖啡并未承认或否认这些指控,随后,瑞幸咖啡在官方微博发布公告,称其与SEC就部分前员工涉嫌财务造假事件达成和解,和解协议内容包括支付1.8亿美元(约合人民币11.75亿元)的罚款等,这项和解协议需得到法院批准才能生效。瑞幸咖啡声明称,目前公司和门店运营稳定、经营正常。同时,瑞幸咖啡将持续配合监管,将合规工作视为重中之重。

(陈思陶)