

# “好水”活动持续进行 市民投票热情不减反增

安卿超

“枣庄好水”评选活动开展已三周时间，市民参与的热情持续升温。每天工作人员会接到几十通电话，收到数十封信件，网络投票一次次刷新。在投票之余，不少市民给我们提到生活中遇到的水问题。一位刘女士说，她们小区安置的直饮水机，街坊四邻都是喝直饮水机里的水，最近，不知怎的，每次烧水，壶底留有黄色的残渣，一看这情况，家人也不敢喝了。

还有市民反映，有的桶装水的桶已经破旧不堪，却仍旧“奋战”工作着。会不会滋生细菌，影响水质？

这些问题都是贴近人们的生活，也是市民所关心的健康问题。我们也是咨询了专业人士进行解答。

从事多年饮用水行业的王先生回答，一般来说，由于RO膜的自身性能的保证，直饮水机的出水水质都是不错的，完全可以直接饮用。但在日常使用时，需要注意其滤芯是否规律性的更换，周边的卫生情况如



何，若出现壶底有异样残渣，需要联系物业对直饮水机进行维护及修理，看看是否有需要更换的零件。

对于第二位市民反映的问题，我们也曾向市民回答过此类问题。据悉，一个水桶大约在使用60次之后就应该淘汰，然而一些企业为了减少成本的开支，仍然让本该淘汰的废旧桶“奋斗在一线”，而这种桶往往容易滋生细菌，进一步加大桶装水的污染。除此之外，塑料长时间使用后就会老化，产

生不利于身体健康的化学物质，这些物质溶入水中，就会对人体造成危害。

也有不少市民对喝过的“好水”称赞不已，家住市中区文化东路的田先生说，家里面一直喝枣庄日报社天然碧水厂的水，口感挺不错的，价格也较合适，尤其是泡茶，不改变水的原滋原味。

“我不喜欢专喝同一家的水，喜欢多尝试几家，再筛选最好喝的水更换着买，我把几家喜欢的水分享给大家，‘傻子’、

‘抱犊山泉’、‘江北水坊’的水都不错，不论是泡茶喝，还是煮粥吃，都挺好的。”家住新城区的周女士说。

除了市民议论纷纷，众多业内人士也有话说。业内人士赵先生说：枣庄的饮用水企业近百家，但哪些企业是值得信赖的？哪些水品牌是消费者热衷的？哪些水质是有保障的？其实许多消费者并不清楚，而枣庄日报社举办此活动，就是对行业的净化与引导，企业可以以此树立行业标杆。还有资深专家声称，这次评“枣庄好水”的活动，将加速枣庄水行业的品牌化、规范化、透明化，优胜劣汰，创造一个健康安全的饮水环境，让每个市民买的放心，喝的安心。

活动仍在火热进行中。后各事宜也即将提上日程。为了方便市民参与活动，工作人员开始制定好水卡片，让大家更直接地看到自己选取的水品牌。还没有投票的市民需要抓紧时间了，为保障安全用水，时刻准备着。

# 行业重组加剧竞争 乳业股受累全线下挫

6月15日,据香港经济日报报道,婴幼儿配方奶粉行业重组方案13日正式出台,唯乳业股不升反跌,蒙牛(02319)更惨被第二日成为表现最差蓝筹。

分析指,政策非惊喜,但受惠政策,行业领导者市占率将提升。

乳业股昨全线下跌,蒙牛跌2.7%,收报35.5元;雅士利(01230)跌幅最大,跌5.2%,收报2.9元。

方案鼓励兼并重组,目标到2015年底,形成约10年间销售额超20亿元人民币的大型企业,前十大企业市占率达65%;到2018年底,该比率将超过80%。另外,政府还将提供税收优惠及财政支持。

海通国际消费品行业分析师王勇指,市场对相关政策已有预期,加上整个消费品行业近期偏软,因此消息对股价影响有限。但他预计,落后产能被淘汰后,空出的市场份额将由大型企业填补,



因此行业领导者的市场份额将提升。

王勇预计,新政策可能令行业在短期内竞争加剧。他解释,落后企业在被淘汰前,可能加快生产,赚最后一笔钱,令行业供应过剩。

有外资行分析员认为,乳业股表现疲弱是受近期全球奶粉价格下跌拖累。他预计,今年首季开始,国产及进口奶粉均开始降价,并预计今年下半年奶粉价格仍将继续偏软。

# “特种兵”进驻枣庄

苏萨食品国际集团股份有限公司成立于2003年，是一家总部位于香港，集投资管理；水产品进出口贸易；饮料产品研发、生产、销售为一体的大型股份制企业。

“苏萨”一词源于东南亚异域风情浓郁的泰国文化，在泰语中表达为“新鲜的”、“最好的”、“最美的”意思，表达了苏萨国际永远追求卓越，力求完美的经营理念。

因广东良好的投资环境和地理优势，应当地政府的邀请，苏萨国际先后于2005年和2006年在广东佛山建立了两家出口饮料生产基地。2007年，由于受国际金融风暴和人民币升值的影响，集团调整了投资结构和方向，在立足水产品进出口贸易的基础上，将投资发展的重心逐步向国内饮料市场转移，于2008年初成立了国内饮料营销中心—湛江市苏萨食品有限公司，并于2009年新建了广东珠海、中山东凤两家饮料生产基地，苏萨国际由此吹响了全面进军国内饮料市场的号角。

目前，集团下辖香港苏萨、湛江苏萨两家国际、国内贸易公司和位于佛山

南海、佛山三水、珠海斗门、中山东凤的四家饮料生产基地。主营业务有：水产品进出口贸易；饮料产品研发、生产、销售；投资管理；军需供应。旗下拥有“SUSA”、“特种兵”、“军备酷”、“AK47”、“植物奶牛”、“苏萨竹盐”、“能量密码”七大品牌，目前主要推广品牌为出口产品使用的“SUSA”和国内市场使用的“特种兵”两大品牌。

湛江苏萨成立伊始，便提出了“和谐和睦，共建共享；成人达己，成己利人”的企业宗旨，用心构建网络，用真诚搭建平台，通过协作双赢提高了核心竞争力，拓展了网络。2011年销售额达到了喜人的9700多万元，并在全国170多个城市建立了230多家稳定的销售网络，成绩斐然，令人骄傲！

2012年，苏萨并没有停住前进的步伐！随着“特种兵”商标在国家商标总局获准注册，公司对所有产品进行了全新的整合升级，以“特种兵”品牌为龙头，通过“包装+品质”双创新的独有模式，推出了全新包装的“AK47”功能饮料系列、“植物奶牛”蛋白饮料系列、“生榨”水果原浆系列、“能量密码”能量饮

料系列、“养生凉茶”草本植物饮料系列5大系列几十个品种、规格。过硬的产品品质、丰富的产品品项、独特的外观包装，迅速成为饮料行业新的标杆和发

展方向，也为苏萨的再一次腾飞奠定了坚实的基础！

在引领饮品产业创新与变革的道路上，苏萨将勇往直前，永不止步！

