

产业透视

目前中国果酒产业的发展已进入快速发展期,其他酒类也相继进入调整期,果酒正逐渐受到大部分年轻群体以及热衷养生的高端群体的青睐。

百“果”齐放 百“酒”争鸣

■本报记者 王方 李晨



琳琅满目的果酒

图片来源:百度图片

联合国食品安全委员会高级专家指导委员、国家食物与营养咨询委员会委员、国家食药同源产业科技创新联盟专家咨询委员会主任委员梅方权表示,“加快发展中国食品饮料果酒产业,核心措施是加快结构升级换代。”此外,他还建议加快拓展食品饮料果酒企业经营规模,支持通过重组、并购、联合培育壮大龙头企业,以提升竞争力为重点,创立一批市场占有率高的品牌,形成一批特色优势鲜明、发展潜力大的产业集群。

突出风格 吸引消费

中国农村技术开发中心副主任、中国农业技术推广协会高新技术专业委员会理事长赵红光表示,果酒产业“从传统到现代,要加强果酒生产工艺的标准化;从饮品到健康,要在绿色、生态的理念上进行创新;从小众到大众,要在市场营销和开拓方面进行模式创新。”

在赵红光看来,果酒发展最核心的硬件就是技术和标准,“制定行业的标准,将是规范我国果酒产业发展的重要举措,会弥补我国果酒通用技术标准方面的空白,相关企业要参与到工作中来。”据介绍,发酵型果酒通用技术标准制定工作已经开展起来。“从技术层面讲,果酒产业发展第一位的是突出风格。”李华说,果酒是自然产品,其自然特性主要来源于原料。在原料优良的情况下,只有在酿造过程中避免任何添加剂和

污染物,尽量减少人为干预、在必要时进行适宜的质量控制处理,才能保证果酒独特的自然特性和风格。

李华认为,果酒的产品设计是从果园开始的,独具风格的优质果酒是“种”出来的。而在果酒产业链上,任何不必要的处理都只能降低质量,提高成本。“酿酒师只能表现质量,而不能创造质量。”

“我们对果酒的选料非常苛刻严谨。首先必须确保果品达到充分成熟的状态才进行采摘,而且对果品的大小也有严格的要求。从采摘下来到低温发酵只有两个多小时,公司研究出了一些经验和技术。”来自烟台时代葡萄酒有限公司的王晓雁介绍,鲜摘活性、低温发酵,如此使其出品的果味苹果酒的每一滴都能带给消费者原生态的感觉。

海棠果酒、无花果酒、树莓酒、柿子酒、山楂酒、木瓜酒、杏酒……果酒种类虽然丰富,但是许多消费者只闻其名,未闻其味。

中国农村技术开发中心调研室副主任、中国农村科技杂志社社长王强认为,现在产业最大的问题就是营销推广,怎么找到特色果酒的消费人群、消费场景,怎么挖掘、满足消费者的需要,甚至创造一些新的需求,值得思考。“品牌营销可能是果酒产业发展的短板。消费者对果酒的认知度还比较低,我们需要通过中国果酒品牌计划打造一批中国果酒品牌,这样才能使更多的人认识果酒、喜欢果酒、消费果酒。”赵红光说。

讲好品牌故事

近日,中国果酒品牌计划启动仪式在北京启动。首批果酒品牌计划入选企业有府谷聚金邦农产品开发公司、山东皇尊庄园山楂酒有限公司等22家。

“中国果酒品牌计划的目的是创建、夯实、发展中国果酒的品牌;核心是以诚信作为基础,以果酒的产品质量和特色为竞争力,培育消费者的信任度和认知度;内容包括品牌的定位、规划、形象、延伸等。”中国果酒产业科技创新战略联盟理事长赵宏友说,所有的果酒企业和果酒人在现阶段一定要在产品的打造和建设上,夯实中国果酒品牌这一核心要素。

不少果酒企业在产品基础上,或从原料基地入手,或从核心工艺入手,或从营销模式入手,打造了多元的果酒产业体系。

河源九里红酒业有限公司为生产优质的百香果系列产品,从源头抓起,用2年时间按标准化有机种植百香果2000亩,成为广东省乃至全国集中连片高标准种植百香果最具规模的基地之一,并带动河源地区百香果种植20万亩。

该公司介绍,“我们与科研机构、大专院校合作,对百香果进行深度的综合开发,生产百香果酒、NFC果汁、果醋、酵素等系列饮品,用百香果的叶、壳、籽生产百香果茶、果酱、百香果油、饲料等产品。”

山西西府海棠酒业有限公司创始人高跃科特别重视果酒的文化内涵,“西府海棠花特别漂亮,果又是长寿树,现在存有800多年的古树。我们把黄河大峡谷400多棵古树全部保护起来,注册了商标就是西府海棠千年树,让中国的千年海棠酿出酒来。”

他介绍,每年为了宣传果酒,公司打造了3个文化节。每年4月中旬要开展西府海棠文化节,有摄影大赛;农历七月初七打造七夕海棠情人节,有文艺演出等;秋季搞西府海棠的采摘节。用文化搭台、经济唱戏,有效宣传了海棠果红的文化。

重庆市酉阳蒸谷米文化馆负责人丁伟把果酒与餐饮相结合,将自身定位为一名专注果酒文化的餐饮人。江湖、武侠、怀旧、自嘲是其品牌文化,他们从年龄、层次、品位、频率、需求对消费者群体进行精准定位。

“所有产品都是为酒服务的,什么产品跟果酒相配,我们就研发什么样的产品。”丁伟说,我们不是果酒的生产商,但是我们愿意做果酒的搬运工,打造果酒餐饮品牌。

健康时代的机遇

“现代农业应以满足营养健康需求为目的,以市场需求为导向。其本质就是发展农产品加工业。未来30年是我国农产品加工业发展的黄金期、战略机遇期、关键期。”国家食物营养与健康技术创新战略联盟理事长、中国农业科学院农产品加工研究所所长戴小枫表示。

果酒产业是一条关系着产地选择、栽培模式、酿造工艺、果酒管理全产业链的新型农业业态。有学者测算,2020年中国人均GDP将跨越1万美元进入营养健康的时代。伴随着消费升级,个性化、生态化的营养需求也将在果酒产业中展现出来。

事实上,我国是一个酒类消费文化源远流长的国家,主要消费是白酒,但因白酒客观存在的特点,当前出现了向营养型酒、理性与健康消费需求转变的倾向,人们希望寻找到营养价值更高、口感更佳的酒类产品。果酒应时而生。

河北祥瑞瑞树莓酒业有限公司总经理杨筑在生产经营果酒的实践中发现,目前中国果酒产业的发展已进入快速发展期,其他酒类也相继进入调整期,果酒正逐渐受到大部分年轻群体以及热衷养生的高端群体的青睐。“要说果酒产业的发展,中国是全球最具潜力的国家。”中国果酒产业科技创新战略联盟首席专家、西北农林科技大学葡萄酒学院终身名誉院长李华表示。仅从原料来说,我国各地拥有各类适合做酒的原料,可将其充分利用起来,变成独一无二、不可复制的果酒。如何推动果酒产业可持续发展?在李华看来,必须满足生产高质量的果酒、尊重人和环境、保证果酒长期的经济效益等三方面的要求,“也就是首先利用自然调节机制和资源,取代任何不利于环境的手段,长期保证高质量果酒的产业系统”。

简讯

2017全国农资科技博览会在南京召开

本报讯 2017全国农资科技博览会暨全国品牌农产品交易会日前在南京市召开。来自全国供销社系统、中国科学院有关机构和院所,全国肥料、农药、种子等农资生产商、经销商代表,大型农业产业化龙头企业、农民专业合作社、家庭农场等新型农业经营主体代表等1000多人参加了本届博览会。

本届博览会以“推进农业供给侧结构性改革、培育农业农村发展新动能”为主题,开辟农业产业化龙头企业、农民专业合作社等新型农业经营主体集中采购优质农资商品及服务、销售优质农产品的新渠道,进一步加强农业产业化要素对接、市场拓展,全方位开展农业及农产品项目发布、农产品展示和投资与贸易洽谈。

本届博览会现场共分设全国优质农资产品展区、全国农民专业合作社特色农产品展区、中国智慧农业展区三大主题展区,集中展示了我国农资和农业生产流通的新技术、农民专业合作社发展的新成果、农资企业的新服务。(方舍)

第四届“张交会”在张掖举办

本报讯 近日,以“绿色生态、合作共赢、开放开发”为主题的第四届丝绸之路国际生态产业博览会暨绿色有机农产品(张掖)交易会举办。“张交会”旨在构建一个集信息交流、展示展销、投资洽谈、专题研讨于一体的立体化交易交流的载体和平台。

据介绍,通过前三届展会的经验积累,“张交会”已经初步实现了打造西部省市关于生态农业、畜牧业等多层面多维度交流合作平台的目标,形成了“张交会”特有的展会品牌。

本届“张交会”大力推广“丝绸之路线国家和地区在生态有机农业、药材和生态旅游方面的深度合作。来自哈萨克斯坦、秘鲁等24个国家和地区的农业、投资发展部、使领馆及农业畜牧业企业人员,以及来自国内旅游、大型外贸批发、商超采购等领域的投资者,开发商千余人参会。(高孟)

首批1518家 新农合跨省就医定点医疗机构开通

本报讯 近日,国家卫生计生委相关负责

人表示,将强化宣传引导,加强督促检查,进一步扩大新农合跨省异地就医定点医疗机构范围,提升异地就医结算管理服务水平。

为加快化解异地就医报销民生“痛点”,今年2月,在国家卫计委指导下,10省份参与签约新农合跨省就医联网结算服务框架协议,明确参合省份内参合患者经规范转诊至协议中31个省区市的定点联网医疗机构就医,可逐步享受出院窗口直接结算服务。

据介绍,根据患者流向和结算需求筛选,全国开通首批1518家跨省就医定点医疗机构。数据显示,今年1—8月,全国共实现新农合省内异地就医直接结算191.4万人次,新农合跨省就医联网结算18235人次、结算金额1.4亿元。(方舍)

国家农村产业技术创新战略联盟 理事长联席会议在太原召开

本报讯 第五届国家农村产业技术创新战略联盟理事长联席会议日前在山西省太原市召开,来自全国农业产业技术创新领域的近百名联盟代表出席会议。

“我国农业科技贡献率由2010年的52%提高到2015年的56%,良种在粮食增产中的贡献率达到了43%以上,主要农作物耕种收综合机械化水平达到了65%。”会上,科技部农村司巡视员王喆介绍了当前农业产业和农业科技发展情况。他建议,联盟要进一步发挥协同优势,充分发挥联盟智库作用和技术辐射带动作用,不断深化和推进以企业为主体产学研相结合的技术创新体系建设,着力解决产业发展中关键技术瓶颈问题,积极为农业产业发展提供技术支持。

据悉,去年一年,该联盟在育种、培育、农产品深加工、农业装备、产业服务等领域取得了210余项有影响力的创新成果,30余项新技术获得省部级科学技术奖;申请国内专利、软件著作权、新品种登记权等360余件,全年发表科技论文600余篇;在水稻、玉米、高粱、马铃薯、油菜、茶、花卉、畜禽、鱼虾等领域研发新产品、新品种160余个,制订技术标准、技术规程190余项;建立示范生产线与示范基地近500个;全年共开展农作物栽培技术培训、畜牧渔业养殖技术培训,农业相关知识普及等活动上千次,培训基层科技人员和农户10000余人次。(程春生)

农经新视角

农产品上行之路亟待打通

电商的发展改变了人们的思维方式和生产方式,像京东、淘宝、1号店等电商平台的辉煌业绩为人称赞。近日,中国网商协会会长范识宇在2017促进“三农”创新发展高峰论坛上介绍,目前农村电商仍然有很多的痛点,与工业品下乡相比,农产品上行所面临的问题相当突出。

30多年前,范识宇大学毕业论文写的就是“剪刀差”问题。现在讲“剪刀差”,就是农民怎么样去买工业品和怎么样卖农产品。在范识宇看来,农村电商发展的初衷其实就是通过电商网络实现上下通达,也就是解决农民买难、卖也难的问题。

当前,一方面需要让工业品下乡,另一方面需要让农产品进城,通过网络推销农产品带动农民致富,实现良性的流通,但现在工业品的下行已经不是什么困难。

数据显示,2015年农村网购市场规模达到3530亿元,2016年达到4823亿元,同比增长36%,预计2017年全年将突破6000亿元。再据商务部的统计数据,到2016年第三季度末,全国已经建成农村电商服务网点35万个,目前全国共有约70万个行政村,说明内地农村电商覆盖率已经达到了50%。

但是农产品进城仍是一个痛点,比起工业品下乡是不平衡的。农产品上行所面临的问题相当突出,主要表现在农产品同质化严重,物流建设、金融支持、基础设施建设滞后,农村网商人才缺乏,商业监督问题层出不穷等。

鉴于以上农村消费的独特特征,以及农产品上行遇到的难点,范识宇认为现在可在几个方面做一工作。首先,要化解产销对接的难题。比如,阿里巴巴的优势是运用大数据将用户的需求和农户的生产精准对接。农村淘宝采用两端精准的办法,一端针对客户的需求提前订出,也就是订单农业的方式,进行有针对性的引导,锁定消费需求;另一端根据扶贫区域的对象,整合政府的资源,引导农户根据数据的结果进行生产。

其次,要化解保质运输的难题。京东通过冷链物流化解这个难题的做法是,在全国11个城市建立了多温层的冷库。目前这种多温层



冷库物流覆盖北京、上海、广州将近40个大中城市。在这些城市中,京东做到生鲜产品当日或者次日冷链物流送达,覆盖超过300多个大中城市。

再次,要化解体验式消费的难题。由于在线销售无法看到某位农村小伙的农产品,对于比较在乎品质、注重质量的消费者来说,很难吸引自己购买。为了解决这个问题,农村互联网平台村乐的做是,给1300多万名农民会员每人一个网络个人空间,和消费者分享农产品的种植、养殖的全过程。比如,卖苹果的可以每天分享苹果生长的进度,卖笨鸡蛋的可以每天分享鸡是如何在山上吃虫子的,养鱼的可以让消费者看到捕鱼的全过程等。

此外,要化解人才的难题。比如,农村淘宝自去年初推出了“百万英才”项目,建立了农村青年电商的人才库,目前他们已培养输出6万名农村淘宝村小二和农村电商的带头人,以及30万名农村电商从业人员。

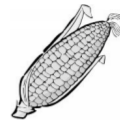
最后,要化解技术难题。比如,慧达通不断优化IT系统,支持农村的“夫妻店”管理,最大限度地简化城里人使用的电商平台后台的复杂性,用大白话呈现功能。店面管理工具里面有一个模块叫“谁欠我的钱”,很通俗。

总的来说,农村电商需要电商企业、传统商贸企业、物流企业多方面的协同,它是一项复杂的系统工程,同时也是一项民生工程。因此,政府、行业组织和企业应当明确分工,各司其职,协同发力,才能更好推动农村电商的发展。(本报记者秦志伟根据范识宇发言整理)

农情指数

9月12日,农业部在中国农业信息网发布《中国农产品供需形势分析(2017年9月)》。农业部市场预警专家委员会对玉米、大豆、棉花、食用植物油、食糖等5个产品的供需形势结合数据进行了分析和解读。

农产品供需形势 9月分析报告发布



玉米

本月估计,2016/17年度,中国玉米进口量将达到200万吨,比上月估计数增加100万吨,主要原因:一是临储拍卖玉米无法充分满足市场对优质玉米的需求;二是农产品增值税从13%降至11%,进口成本下降。年度结余量增加100万吨,其他估计数保持不变。

本月预测,2017/18年度,中国玉米播种面积35496千公顷,与上月预测数持平;玉米单产每公顷5986公斤,比上月预测数增加50公斤,调增的主要原因是玉米主产区光温水匹配较好,利于产量形成。预计玉米产量将达到2.12亿吨,比上月预测增加178万吨;玉米消费量2.15亿吨,与上月预测持平;年度结余变化减少至89万吨。



大豆

本月估计,2016/17年度,大豆进口量9287万吨,较上月预测数调增132万吨,尽管环保检查对国内禁养、限养地区养殖业产生一定影响,但本年度生猪养殖仍处于较好的盈利水平,规模化养殖企业加快在北方地区布局,旺盛的饲料需求拉动大豆进口量增加;大豆压榨消费量9176万吨,较上月预测数调增67万吨;进口大豆到岸税后均价每吨3350~3550元,中间值较上月预测数上调100元,本年度国际大豆市场供需两旺,大豆进口成本较上年度增加。

本月预测,2017/18年度,全国大豆播种面积8108千公顷,较上月预测数调减88千公顷,主要原因是针对主产区的调度显示新季大豆播种面积低于此前预期;全国大豆单产每公顷1810公斤,较上月预测数调增13公斤;大豆总产量1468万吨,较上月预测数调减5万吨;大豆进口量9450万吨,较上月预测数调增134万吨,随着国内生猪养殖新增产能陆续释放,预计豆粕需求继续增加,大豆进口动能还有进一步增长潜力,但新年度国产大豆增产及临储大豆去库存等因素将会有效增加供给,预计大豆进口增速将逐步放缓。



棉花

本月估计,2016/17年度,中国棉花消费量调增20万吨至809万吨,进口量调增5万吨至110万吨,期末库存调减15万吨至894万吨。年度国内3128B级棉花均价每吨15710元,Cotlook A指数均价每磅82.77美分。

本月预测,2017/18年度,中国棉花播种面积为3293千公顷,单产为每公顷1602公斤,总产量为528万吨,均与上月预测持平。棉花进口量预测为100万吨,消费量预测为815万吨,期末棉花库存降至706万吨。新年度国内棉花市场将平稳运行,3128B级棉花均价预测保持在每吨14500~16500元区间。国际棉花供需格局宽松,预测2017/18年度Cotlook A指数均价在每磅70~85美分区间运行。



食用植物油

本月估计,2016/17年度,中国食用植物油产量2727万吨,较上月估计值调增21万吨。其中,豆油产量1617万吨,较上月估计值调增21万吨。中国食用植物油进口量576万吨,较上月调增4万吨。其中,受国际市场豆油棕榈油价差偏低影响,棕榈油进口需求受到抑制,进口量低于此前预期,估计值较上月调减5万吨;豆油进口量调增4万吨;菜籽油进口量调增5万吨。中国食用植物油消费量、出口量以及食用植物油价格区间不进行调整。

本月预测,2017/18年度,中国食用植物油产量2749万吨,比上月预测值调增21万吨。其中,豆油产量1626万吨,较上月预测值调增21万吨。9月份以来,春油菜、胡麻、向日葵、花生等油料作物陆续进入收获期,气象条件总体较好,利于收获,单产预测值与前期一致,本月不对油料作物产量进行调整,菜籽油、葵花籽油、花生油等产量预测值维持不变。

中国食用植物油进口量620万吨,消费量3186万吨,与上月预测值持平。受花生种植面积连续两年增加、花生油产量增加影响,2017/18年度花生油价格每吨下调500元,价格区间调整为每吨14000~15000元。



食糖

当前,2016/17年度食糖产销即将结束。截至2017年8月底,全国累计销糖788万吨,比上年同期增加61万吨;累计销糖率84.8%,比上年同期加快1.3个百分点。本月估计,2016/17年度国际食糖平均价格每磅16~19美分,上限比上月调低2美分,主要原因是巴西食糖生产顺利,国际食糖供应充足使得国际糖价承压。

8月份,广西甘蔗长势总体较好,云南甘蔗长势基本正常,内蒙古地区甜菜生长已进入糖分积累期,新疆甜菜进入到叶从快速生长期。综合判断,当前糖料作物生长总体正常,局部地区出现的不良天气和病虫害对糖料作物总体生长形势的影响有待进一步观察。(王方整理)