

普洱茶市场:毛茶、成品价格倒挂

毛茶价同比上涨三四成 茶叶市场整体行情仍在低位

由于天气原因,今年普洱茶原材料大幅减产,记者在近日举行的广州茶博会了解到,普洱茶毛茶(即毛料、原料)价格与去年同期相比上涨 35%~40%,高端原材料价格涨幅在 50%左右,然而茶叶市场整体行情仍在低位,毛茶与成品茶价格出现倒挂。与此同时,茶叶市场个别中期茶(即 10 年之前生产的普洱茶)品种价格出现 50%左右的涨幅。

据透露,目前资金出现集中趋势,使市场出现局部性行情,业内人士认为 2017 年的普洱茶市场或存结构性机会。

市场:新人盲目入市风险大

有业内人士用“怪圈”形容目前的普洱茶市场。合和昌茶业董事长钟广林坦言,这是行业从未成熟到成熟的必然过程。不过,普洱茶行业也像“围城”一样,有的人想出去,有的人还在争着进入。“有的企业现在骑虎难下。”一个业内人士透露,如果没有从早期就开始布局、积累,现在“转身”很难。以某个旧品牌茶厂为例,早期产品被小部分人控制,产品知名度不高、存货太多,跟不上市场的步伐,消费者和投资者都对其失去了信心。

与此同时,却有一批新人“勇猛”斥资入市。钟广林对此有些担心:“现在是行业的低谷,本来是进入的时机,但不少新人并不了解普洱茶行业,也不了解某个品牌,就盲目投入,未来风险巨大。”

分析:行业未有并购趋势

包括钟广林和资深人士翁传仪在内的业内人士都同意今年的普洱茶市场将有结构性行情,个别厂家、个别品牌的某些品种有机会,但普洱茶市场“差钱”的情况还是非常令人担忧。“如果市场继续站稳,可能陆续有更多被市场认可的品牌将获得上升机会。”翁传仪认为,这种机会不会那么快出现,因为需要大量资金。

普洱茶行业会不会用收购、并购的方式来解决资金问题?翁传仪认为目前可能性不大,因为大多数茶企还不够强大,品牌成熟度还不够。钟广林则认为,在行业成熟到一定程度时一定会出现并购和收购。他透露,曾不止一个企业向他表示希望被收购,但他认为它们的经营模式跟不上自己发展的步伐,“在我看来,现在还不如扩大、发展自己。”他坦言

这几年自己对茶厂的产能进行了控制,去年的生产总量约为前年的 60%~70%,而今年将回复到正常的水平。

现象 1:毛料、成品市场价格倒挂

“普洱茶原材料今年大幅减产 60%左右,有的古树茶连采摘的机会都没有。”钟广林向记者透露他在云南产区亲见的情况,“毛茶价格平均涨幅 35%~40%, 高端原材料涨幅 50%。”

有当地的茶农认为,价格变化与采购游客暴增一倍有关:“不少自驾而来的游客一次性购买二三十万元毛茶。”这位茶农认为,这种现象导致普洱茶门槛不断降低,对行业可能有负面影响。

翁传仪提出,原材料涨价时,市场却现价格倒挂,一是高价原材料制成的产品卖不起价,二是部分厂家十年八年前的产品,价格还不如今年生产的新茶叶。

一个业内人士告诉记者,如今产品的价格跟出厂价和包装都有关系,比如一样的产品,竹篮包装和纸箱包装的价格差别很大。

现象 2:供求严重失衡,行情低迷

打造县级规模最大早熟鲜食葡萄生产基地

云南宾川:冬季到高原来吃葡萄

每年冬季,正是我国北方大部分地区千里冰封的季节,而在云南省大理白族自治州宾川县,却是瓜果飘香、葡萄成熟的景象。近年来,宾川县葡萄产业迅速崛起,初步呈现出区域化布局、规模化种植、专业化生产、多元化流通、社会化服务的产业化经营格局。

政府扶持产业健康发展

位于大理州东部的宾川县,因地处金沙江南岸干热河谷地带,有着“天然温室”“热区宝地”的独特环境。近年来,面对气候和市场变化,在当地政府积极引导和扶持下,一个全国县级规模最大的早熟鲜食葡萄生产基地强势崛起。

宾川县作为远近闻名的葡萄种植之乡,拥有近 20 万亩葡萄种植面积,年产优质鲜食葡萄 40 余万吨,全县农村经济总收入的“半壁江山”来自葡萄产值,被誉为“高原葡萄城,南国吐鲁番”,成为名副其实的“中国葡萄之乡”。

宾川葡萄的崛起,首先得益于独特的生长环境,这里的红提葡萄要比全国主产区提早 40 天左右成熟上市,填补了全球红提葡萄 6 月下旬至 8 月上旬的市场空白。其次,宾川葡萄“果大均匀、整齐度好、色泽鲜艳、固形物含量高、糖分充足、营养丰富、耐贮藏运输、商品性好”等优点,也是深受广大消费者青睐的原因。

近年来,宾川县以市场为导向,发挥热区资源优势,葡萄产业在宾川高原特色农业产业发展中迅速崛起,总产值 40 亿元。

为了做大做强葡萄产业,宾川县财政每年安排专项资金,通过惠农强农项目进行扶持。县农业部门根据当地的气候条件,先后引进葡萄新品种 100 余个进行观察和试验示范,筛选出夏黑、优无核、维多利亚、红提、克瑞森、火焰无核等一批优良品种,引导农户调整葡萄品种结构,大力发展早熟无核、大粒、品质好、耐贮藏的良种。目前,全县已基本形成早熟、中熟、晚熟合理搭配的品种结构。呈现出“区域化布局、标准化种植、规模化生产、多元化加工流通、社会化服务”的产业化经营格局。同时,宾川县努力夯实水、电、路、田等基础设施,初步架构了“好水利、好电力、好交通、好田地”格局,为农民发展葡萄产业奠定坚实基础。

为了让葡萄产业健康发展,宾川县在全县各个乡镇成立农产品质量安全监管站,监管农业化学投入品、有效杜绝使用剧毒剧毒高残留农药;从 2013 年起,宾川就建成了农产品质量安全可追溯系统和农产品质量安全管理系统,让全县 10 个乡镇、89 个村委会、81387 家水果种植户及 21 家企业生产情况“一目了然”,保障农产品“高效、优质、生态、安全”,实现了葡萄产品质量安全可追溯。全



一个茶叶经销商坦言,普洱茶市场整体行情低迷,主要源于普遍的压货现象。翁传仪透露,云南产区的产能庞大,“对普通茶品而言,普洱茶和红茶的鲜叶原料是一样的,只是制作工艺不同,当普洱茶行情好的时候,红茶厂家也一拥而上改生产普洱茶。”然而,市场增长速度远不及产能扩大的速度,市场不可避免地出现供求失衡。有业内人士认为,广东的供求失衡现象比较明显。

该茶叶经销商透露,有一些 2007 年生产的普洱茶因为几乎无人购买,导致厂家至今无法回本,部分老品牌厂家每况愈下。

现象 3:个别品种现局部性行情

今年 4 月前,市场出现过一小波“局部性行情”,目前主要集中在某个大品牌的个别中期茶品种上,市场价格有 50%左右的涨幅。

翁传仪认为,这是市场底部盘整、日渐扎实后出现的“个股机会”。他告诉记者,普洱茶行业自前几年开始下行,到去年原材料市场价格平稳,市场基本止跌企稳。不过他认为,今年的小行情持续性不是太强:“虽然资金有集中趋势,但规模还不算大,令大部分商家、藏家仍保持较保守的观望态度。” (林琳)



●5月5日,港股上市的休闲食品企业周黑鸭推出夏季新品“聚一虾”,周黑鸭创始人、董事会主席周富裕现场发布新品。

门槛低吸引大量资本涌入

网红小龙虾净利高达 80%

亚马逊雨林一只蝴蝶翅膀的偶尔振动,两周后能引起美国得克萨斯州的一场龙卷风,而弥漫在北京街头的小龙虾热潮,则不仅让湖北潜江小龙虾养殖户收入倍增,也改变着水产养殖户们的世界观,一些养殖户甚至舍弃螃蟹改养小龙虾。门槛低、利润高这两个显著特征使得大量资本涌入小龙虾行业,全然无视每年行业大洗牌的残酷事实。

周黑鸭入局小龙虾

经历过激烈厮杀的小龙虾市场已是一片红海,但每年的大洗牌依然无碍大量资本涌入小龙虾行业。最新在小龙虾行业掀起波澜的是卤味界 BAT 之一的周黑鸭。5 月初,周黑鸭推出了自己的小龙虾品牌——“聚一虾”,宣布进军小龙虾市场,出于对小龙虾休闲市场的看好,这个消息一周内给周黑鸭股价带来了至少 15%的涨幅。

尽管周黑鸭方面表示入局小龙虾行业已酝酿了两年时间,但消费者对周黑鸭的小龙虾产品评价却并不乐观。聚一虾上市一个月以来,京东、天猫的用户吐槽主要集中在价格太贵、肉质太柴上,“肉质稍硬”。以京东为例,180gx2 规格的售价是 69.9 元,折合售价是 97 元/斤,这个单价远超外卖小龙虾,比肩饭店堂食价格,但是在口感上却达不到小龙虾店现煮现烧的口感。小龙虾产品的好评率远低于周黑鸭的其他品类产品,对这家鸭脖界利润最高的企业而言,小龙虾的千亿市场前景固然美妙,面临的挑战同样也不小。

小龙虾利润率比肩火锅

周黑鸭高层曾表示,做小龙虾最大的难点是品质要稳定。而引得周黑鸭不惜打造一条小龙虾专属供应链也要进入小龙虾行业的原因,正是小龙虾行业的超高利润。

以餐饮行业为例,小龙虾净利润高达 40%左右。一名餐饮业内人士指出,小龙虾的进货价通常在 30 元到 32 元,都是八九块钱一只的大虾,加工后的售价在 60 元/斤左右。这样算来,饭店的毛利率将近 100%。刨去人工、房租、水电等费用,净利润也高达 40%左右。外卖小龙虾的利润则更高。不需要门店租金成本,从采购到制作方式都比较简单,很容易复制和批量化生产,可以大大降低成本。

中国食品产业评论员朱丹蓬指出,跃升为餐饮界网红的小龙虾已经拥有了完整的产业链,净利润率可达 80%,成为餐饮行业可以和火锅比肩的高利润产品。

除了利润高以外,更重要的是单价高,

小龙虾的消费额水准较高,一份 2 斤的冰镇小龙虾卖 122 元,食客往往一次会吃两三份,再配上饮料,客单价较高。美团点评数据研究院去年发布的一项调查表明,在全国 3 万亿元的餐饮市场中,小龙虾市场规模超过千亿元,上海、北京等一线城市小龙虾专营店人均消费达到 90 元。

洗牌速度远超其他行业

“小龙虾没有太多技术含量,投入也低,十几万就可以开个小餐馆”,一名餐饮业内人士指出,小龙虾制作起来较为简单,这也吸引了各路人马投身到开小龙虾专营店中来。小龙虾行业有个规律,赚四个月、平四个月、亏四个月。小龙虾行业高潮之短暂让很多新入局的从业者始料未及,相关数据显示,自 2013 年开始,小龙虾店每个月的倒闭率都在 15%以上。

人力成本、店面租金、活虾成本水涨船高,使得小龙虾专营店一片红海,而客单均价高、配送成本低,则带来小龙虾外卖市场的井喷,大虾来了等各大外卖品牌纷纷抢滩小龙虾市场,不过这些小龙虾 O2O 品牌的热闹更多集中在表面,数据显示,目前小龙虾 80%的消费依然来自于店内消费。即使在资本青睐的小龙虾 O2O 领域,退出者依然不少。北京晨报记者了解到,2016 年曾以小龙虾引流某生鲜电商在今年悄然下线了小龙虾业务。

而小龙虾 O2O 的门槛过低则引发了对食品安全隐患的担忧。有业内人士指出,做一个小龙虾 O2O 品牌只需要搭建一个微信公号这么简单,最快 10 分钟就可以实现“开店”。据了解,商家通过微信公号号的二次开发或者借助第三方平台开发系统,可以轻松建立一个微信公众号订餐系统,用户关注商家微信公众号后,即可在线浏览菜单、下单、付款。

过低的门槛、超高的利润使得小龙虾产业大热背后乱象层出。目前,小龙虾产业依然存在供应链复杂,且清洗加工环节成本较大等难题。朱丹蓬表示,市场上的小龙虾产品质量仍然参差不齐,目前小龙虾供应链仍较分散,缺乏统一的生产规范和标准,导致行业内产品质量良莠不齐。“关于小龙虾食品卫生安全事件时有发生,小龙虾产业链亟待规范。”

这个千亿级单品的背后,每年都有大量小龙虾店铺退出市场,同时也有各路资本和产业杀入其中。操作简单、容易复制使得各路人马蜂拥至小龙虾行业,不过产业流程效率低下,食品安全问题频发则使得这个行业的洗牌速度远超其他行业。(陈琼)



●2016 年 6 月宾川葡萄文化旅游节现场



●宾川葡萄

县形成了“一乡一业,一村一品”的发展格局,全县共培育葡萄专业村 10 余个,葡萄种植面积在 10 亩以上的大户有 400 余户。在葡萄产业带动下,社会化服务进程不断加快,产业链不断延伸,基本形成了种植、生产、包装、贮藏保鲜、运输、酿酒、销售、出口等产业化经营格局。同时,带动了相关产业和行业的发展,产生了较好的经济、社会和生态效益。

“互联网+”打通销售最后一公里

宾川县委、县政府积极出面为果农“牵线搭桥”当“红娘”,支持销售企业、合作社、经纪人与全国主要大中城市农产品批发市场和水果经销商建立合作关系,宾川葡萄已直供沃尔玛、华润万家、家乐福等大型连锁超市。

2015 年以来,宾川县紧扣时代脉搏,顺应“互联网+”发展趋势,抢抓机遇,先后争取了阿里巴巴农村电子商务“千县万村”试点县建设、全国电子商务进农村综合示范县建设和全国信息进村入户试点县建设,积极探索适合宾川县农村电子商务发展的新路径。有效推动了“网货下乡、农产品进城”双向流通,促进了电子商务与传统产业融合发展,在全省率先实现葡萄“农超对接”。

2015 年 2 月,宾川成为阿里巴巴农村淘

“世界苹果中心”落户西咸空港新城

5 月 31 日,“世界苹果中心”签约仪式在陕西西咸新区空港新城举行,这是陕西自贸区获批以来西咸新区首个与浙商合作落地的“互联网+产业”项目。该项目将整合陕西乃至全国资源优势,围绕“一带一路”打造千亿级交易平台。

陕西作为苹果大省,其苹果产量占全国的 1/4、全球的 1/7。“世界苹果中心”项目将重点围绕“一带一路”农副产品交易、苹果云、数字贸易、飞地园区、金融、仓储、城市候机楼、苹果博物馆、陕西会客厅等,在陕西打造千亿级“世界苹果中心”。

响力将不断提升,奠定世界苹果的定价权和话语权。

据介绍,未来,“世界苹果中心”项目还将逐步辐射到水果产业、循环农业、农资、农超以及农业创新,探索多品类、多季节差异的农产品交易模式,推动陕西省产业升级,带动陕西特色农业走向全球。同时,空港新城将通过丝路商会与丝路沿线 71 个国家、地区积极对接,推进“一带一路”沿线国家商会和农产品在此设立办公机构,促进农产品商贸互通,实现人流、物流、资金流、信息流的整合,助推陕西实现“追赶超越”。(肖力伟 胡明宝)