

# “好的不多,多的不好”困扰苹果产业

■ 张伯达 刘彤

经过多年发展,我国成为世界上苹果种植面积最大和产量最高的国家,苹果也成为我国特别是西部地区的重要农业支柱和在国际市场上最有话语权的产业之一,小小苹果也是很多贫困地区脱贫致富的重要产业。随着国际农业合作力度的不断加深,我国也成为世界上苹果及相关加工品主要出口国之一。

但是,一串串鲜亮数字背后,却是我国苹果苗木生产及研究、重大病虫害防控、品种改良、品牌建设、高端出口市场等生产、科研、销售方面的不足。在供给侧改革的大背景下,着力突破我国苹果“好的不多、多的不好”的产业短板,走出一条符合中国国情的苹果产业可持续发展之路,已迫在眉睫。

## 产量和消费量居世界第一

世界园艺学会的数据显示,目前中国已成为世界最大的苹果生产国和消费国。2016年,世界苹果总产量7600多万吨,中国达4380万吨,生产和消费规模均占全球50%以上,其中西北干旱区苹果栽培面积占全国三分之二。陕西以1100万亩、1100万吨成为中国苹果栽培面积最大、产量最多的省份。

国际园艺学会主席罗狄克·德鲁说,陕西已被联合国粮农组织认定为世界苹果最佳优生区。“现在,陕西苹果产量约占中国的四分之一和世界的七分之一。”

目前,陕西全省107个县(区)中,苹果基地县就有44个,2016年果农来自苹果的收入占75%以上。按照陕西的规划,未来5年内,陕西全省将扶持10万户贫困人口参与到苹果产



● 陕西富县羊泉镇鹿首村果农杨昌元的3.5亩果园一年收入可达20万元。辛文定 摄

业中,达到每户种植3到5亩苹果,人均收入达到1万元的目标。

陕西省果业管理局副局长范海龙说,陕西是全球最大的浓缩苹果汁生产加工基地,2016年全省企业自营出口浓缩苹果汁18.93万吨,货值13.48亿元。德鲁表示,鲜果和浓缩苹果汁是中国最有话语权的农产品和加工品品种。

白水被称为“中国苹果之乡”。白水县农业局局长王杨军说,从2014年开始,陕西部分苹果产区的收购价大幅下跌,但洛川、白水等地却出现了收购价在8元每公斤的直径80毫

米以上优质苹果货源紧张的局面,“这充分说明,优质、有机、绿色的中高端果品是永远满足不了市场需求的稀缺产品。”

## “好的不多、多的不好”亟待改变

《经济参考报》记者在陕西采访发现,当地既有每公斤售价在8到13元的优质苹果,也有1到2元左右的低端苹果;苹果增产、优果俏销,普通果品价格回落、低端苹果滞销成为近年来陕西苹果销售的典型特征,“好的不多、多的不好”是陕西乃至中国苹果的最明显

特点。

陕西省果业管理局局长高武斌说,果形端庄、色泽鲜艳、口感纯正、香甜清脆的中高端苹果占比太小。“近两年,陕西苹果鲜果出口量不到40万吨,不足产量的5%。同时,陕西苹果获得了东南亚、中东、中亚、俄罗斯等国际市场的认可,但以北美、欧洲等为代表的中高端市场份额还相对有限,全省目前也只有2000亩果园获得了出口美国的苹果检验检疫认证,陕西苹果的供给侧改革任重道远。”

因为始终坚持“好看、好吃、营养、安全”的种植理念,白水县林皋镇可仙村果农曹谢虎持续改良土壤,加装定点防霜设施,改栽矮化树种,成为远近闻名的“种果能手”。他也曾作为中国农民的代表,走上哈佛大学的讲台,传授中国有机农业发展的秘笈。“受制于不会投入、不愿投入和不敢投入,陕西绝大多数果农还处在追求产量、果品质次价低的初级阶段。”

在位于陕西省千阳县柿沟镇英明村的华圣苹果现代农业园区,记者看到,采用宽行密植方式、便于机械操作的富金、嘎啦等十几个品种的苹果树整齐排列,水肥入苗、机械到树的现代果园雏形初现。

宝鸡华圣苹果业有限责任公司副总经理王小卫说:“果树的毒菌总共有23种,国外能检测出其中的16种,而我国仅能检测出6种,组培室脱毒脱菌也实现不了,果树花叶病和苹果霉心病成为阻碍果树‘长寿’和提升果品质量的短板。病虫害科技防治水平不高、品种选育研发滞后是陕西苹果产业发展的瓶颈。”

陕西苹果的仓储和物流冷链能力建设也严重滞后。一些果农反映,由于及时入库率低,苹果常温堆放有时多达10天,苦痘病、虎皮病

等果品病种集中发生是常有的事情。受制于企业选果设备落后,霉心病已成为影响陕西高端苹果销售的突出问题和打造高端苹果口碑的隐患。

## 从产地优势转向产业优势

业内人士表示,目前,陕西苹果到了由产地优势向产业优势转型、由数量扩张型向质量效益型转变的重要关口。应适时利用近几年果品价格出现下跌的机遇,从品种调整、树种改良等多方面入手,彻底解决陕西“好苹果买不到、烂苹果卖不掉”的尴尬局面。

西北农林科技大学园艺学院教授赵政阳说,劳动力成本上升将是陕西乃至全国苹果产业发展的瓶颈,果园机械化、耕作省力化是未来生产优质、高端水果的必由之路。应将高效节水灌溉、小农水等项目向重点果区布局,改善高效果业“毛细血管”,指导果农通过果园种草、枝条粉碎发酵等措施广辟肥源,提高土壤有机质,做到水肥一体化。

范海龙说,应以国际市场绿色、有机品种和质优价高苹果为目标,支持家庭农场和专业大户,实施一定规模的精细化种果,提升果品品质。同时,要提升出口能力、挖掘增值潜力,构建精深化、系列化、多元化果品加工体系,改变单纯依靠原料出口的局面。

高武斌说,供给侧改革的必然结果,就是苹果必然要实现从过去的商品率到优品率再到品牌率的转变。因此,应以市场需求为导向,以内在品质为支撑,严格品牌质量标准,整合资源、统一标识,持续打造“陕果”品牌,使陕西乃至中国苹果成为与新西兰猕猴桃和智利车厘子一样的世界知名农产品品牌。

# 中国肉牛产业如何“牛”起来: 产业转型是关键

■ 白锋哲 吕珂昕

## 美国进口牛肉冲击有限

数据显示,美国进口牛肉并没有人们预想的那么便宜。从中粮“我买网”“天天果园”等销售平台可以看到,美国牛肉价格并不亲民,一斤至少百元以上,而并非之前风传的“一斤十元”。

据国家质检总局公告,中国此次允许进口的美国牛肉需满足多重条件,包括月龄、可追溯养殖记录、不得检出中国法律法规禁止的非天然产生的兽药、促生长剂、饲料添加剂和其他化合物等。再加上各种税及通关代理等费用,价格优势并不突出。此外,首批上线开售的美国牛肉是“冷鲜”而非冷冻的肉品,必须空运加全程冷链才能保证。这些因素都造成美国牛肉质优价更高的现实。

另据业内人士分析,从长期来看,受运输周期和距离影响,美国出口中国的牛肉多数只能以冻肉形式存储,这并不符合中国人偏爱冷鲜肉的消费习惯。并且,重新放开美国牛肉进口,不会贸然提升进口规模,因此,美国牛肉造成的竞争将主要在澳大利亚、巴西等出口国之间展开。

伴随中国肉牛产业整整走过20年的从业者,内蒙古科尔沁牛业股份有限公司董事长李和认为,放开美国牛肉进口对中国市场冲击并没有想象中那么大。“中国牛肉市场经历过好几个世界级牛肉大国的进口冲击波,无论澳大利亚还是巴西牛肉,都没对中国牛肉产业带来颠覆性影响,美国牛肉的到来也没那么可怕。”

“全球化市场对任何国家都非常重要,没有国家愿意被孤立出这个市场,贸易往来对双方都有好处。”不久前,“第二届全国肉牛生产应用技术与产业经济研讨会”在北京召开,参会的美国威斯康星大学麦迪逊分校动物科学学院教授Daniel M. Schaefer博士在回答记者提问时说:“大家都需要从其他国家进口产品,这样消费者能够买到更便宜或质量更好的产品,同时也都希望自己的产业发展得更好,以便得到进入别国市场的机会。拿进口牛肉来说,出口国如果国内肉牛产量过剩,出口会改变过剩局面,增加额外收益;进口国则可以改善国内供给,增加消费选择。”

中国已成为全球牛肉消费增长最快的地区,也是全球第二大牛肉进口国。数据显示,中国人均牛肉消费水平从上世纪80年代初期只有0.1-0.2公斤,增长到了现在的5.5公斤;2003年牛肉进口总额仅为1500万美元,到2016年已达到约26亿美元,进口量达到57.98万吨。业内人士普遍认为,中国牛肉市场增长空间巨大,随着牛肉消费从少数民族为主转为全民性消费、从区域性消费转为全国性消费、从季节性消费变为全年性消费,未来几年有望继续保持增长势头。

## 中国肉牛产业挑战重重

虽然中国肉牛产业并未受到较大冲击,

编者按

最近一段时间,中国牛肉市场颇不平静。美国牛肉来袭,在消费者、经营者、生产者心里都掀起了不同程度的波澜,价格、品质、产业冲击等成为热议话题。那么,美国牛肉14年后解禁再入华,会给中国市场和肉牛产业带来什么影响?中国肉牛产业现状如何?面临什么挑战?面对激烈市场竞争,该如何转型升级绿色发展?记者进行了追踪采访。

但是肉牛从业者还是普遍感觉到了压力。“我国在肉牛生产体系方面与国外的差距非常明显,效率太低。”李和说,“去年我在美国参观了一个牛场,15万头牛只有28个人管理,我现在有7个万头牛场,一个万头牛场需要60个人,而这已经是国内最领先的了。”

陕西秦宝牧业发展有限公司定位于中高端牛肉供应,董事长史文利说:“这些年我们一直在探讨肉牛养殖效益为什么低下?最后得出结论,一是缺乏有效的品质管理体系,二是缺乏科学化的繁育体系。”

人们很容易忽略的一个事实是,中国肉牛产业既是传统行业,又是新兴产业。中国的养牛业历史悠久,但长期以来以役用为主,肉牛业从改革开放到现在,才走过30多年历程,而真正把肉牛当作产业发展,满打满算也只有20年时间。

“我国肉牛产业发展起步晚、底子薄,生产方式总体落后。”中加肉牛产业合作联盟理事长王智才谈到,肉牛产业一直是畜牧业的短板。肉牛在畜牧业规模化标准养殖中的比例是最低的,分散养殖仍占有主导地位,年出栏50头以上的肉牛场只占总量的28.5%。与美国、加拿大等肉牛业发达的国家相比,无论是产业的集中度、养殖规模、人均养殖头数、饲料转化效率、技术应用和管理方面,中国肉牛产业都存在明显差距。在美国、加拿大排名前5的肉牛育肥企业占本国出栏总量的25%,围栏育肥场的人均饲养量为1200头,每公斤增重饲料干物质消耗为5.5公斤,而我国相应指标只有0.5%、80头、7公斤。“这与我国肉牛产业生产效率低、技术水平低、应用技术不足有关。”

“观念上的转变至关重要。我们不少从业者还是传统思想,认为养牛嘛,很简单,其实不然。”中国农业大学肉牛研究中心主任孟庆翔教授说,“人才的观念也需要转变。我们大学培养出来的人才不愿去养牛,更愿意呆在城市里,这一点跟国外不一样,国外常常祖辈辈几代人都从事这一个行业,人家培养的博士硕士都能够在牛场里干。人才培养也是我们产业转型中很重要的环节。”

## 加强合作促进产业转型升级

当前,中国正深入推进农业供给侧结构性改革,加上进口牛肉的倒逼,双重作用之下,中国肉牛产业必须加速转型升级、绿色发展的步伐。发达国家的肉牛产业多数已经实现了现代化,观念技术方面遥遥领先,因此,加强国际间产业合作,学习国外先进技术经验,快速提升国际竞争力尤为必要。

史文利谈到,在引入澳大利亚的肉牛管理及繁育等先进技术并进行转化后,秦宝牧业迎来了快速稳健发展阶段。李和认为,中国亟需建立从饲料、带犊母牛、育肥牛,到屠宰加工、牛肉消费的整个肉牛生产体系,“可以借鉴北美、南美、欧洲、澳大利亚的模式,总结他们的经验教训,当然我们不能完全照搬,具体实施要形成中国自己的特色。”

一个月前,由中国农业大学肉牛研究中心与加拿大肉牛业发展协会(CB BC)联合发起的中国—加拿大肉牛产业合作联盟在北京成立,致力于推动两国在肉牛科研、人才培养、技术交流、贸易等方面的合作交流。中加肉牛产业合作联盟常务副理事长、加拿大肉牛业发展协会主席Garner Deobald博士接受采访时介绍,建立联盟是中加两国互相学习的好机会,要搭建好这个交流肉牛产业技术和经验的平台。加拿大肉牛产业有一些优势:生产方面,如何提高产量等经验可供中国借鉴;品种方面,加拿大被认为是全球肉牛品种方面的佼佼者,可以帮助中国培育出更多健康肉牛品种,通过优选品种生产质量更好、更安全的牛肉;还有牛肉市场价值评估系统的技术等,可以帮助中国加快产业转型升级。

澳大利亚默多克大学肉品营养学教授David Pethick博士建议,中国肉牛产业应该参考国际标准,在饲养、分割、销售各环节,尽快制订中国自己的标准。他详细介绍了澳大利亚肉品品质评价系统MSA设立的依据、应用及反馈,认为这种面向消费者建立的评价机制,适合中国牛肉市场,有利于中国肉牛产业的规范发展。他提到,他的研究团队已经与中国农业大学科研团队合作完成了一个“不同方法烹饪羊肉的食用品质对比”项目,邀请该校学生和社区附近1480名消费者来参加品尝试验,测试MSA系统在中国消费者中的适用性,结果令人满意。随后,这项试验将用于牛肉食用品质评价上,相信也会得到同样满意的效果。

“我国肉牛产业长期以来是一个封闭的产业,主体是农民、家庭农场、养殖场,但是反观国际上的肉牛产业,特别是美国、加拿大,年饲养和出栏几万头甚至十几万头的规模化肉牛企业比比皆是,这也是我国肉牛业需要考虑借鉴的主流发展模式。”多年科研实践让孟庆翔感到,加强合作交流非常必要,“我们不仅要进口牛肉,还要引进技术,引进智力和人才,甚至资金,国外企业可以到中国来发展,我们的企业也可以借助‘一带一路’平台和机制到国外去发展,实现产业共赢、产品互通。”



● 伊利集团副总裁徐克发表演讲

## 伊利“共享健康”理念 重塑全球乳业新价值观

7月10日,由全球乳业论坛组织(Global Dairy Platform,简称GDP)主办的第四届亚太乳业峰会在内蒙古召开。会上,伊利集团副总裁徐克与全球乳业同仁就乳业发展挑战与机遇展开深入探讨。徐克表示,由于地区发展不平衡、营养意识存差异等因素,健康水平及标准也存在差距。在这样的背景下,伊利集团董事长潘刚提出了“让世界共享健康”这一理念。而要实现这个梦想,就要由企业从各方面切实推动行业发展。伊利这一理念及做法获得了与会嘉宾的高度认可。

近年来,中国消费升级进入深化阶段,消费者对于高品质产品和服务的追求尤为突出。徐克表示,伊利视消费升级为契机,始终坚守“伊利即品质”的企业信条,并将企业信条贯彻落实到日常工作之中。伊利积极整合全球优质资源,通过与瑞士通用公证行、英国劳氏和天祥集团等三大国际质量巨头合作,升级了全球一流的质量管理体系。此外,伊利还将质量管理战略升级为“质量领先3210战略”,聚焦“全球最优品质”,保障零食品安全事件,构建了国际领先的全球质量管理体系,

为提供高品质的产品提供了坚实保障。

徐克在发言中提到,在全球化的大背景下,要实现董事长潘刚提出的“让世界共享健康”理念,就需要企业有全球化的视野,和所有利益相关方合作共赢。伊利通过“集聚优质资源、打造品质标杆”的实践,在国际市场上树立了中国品牌的良好形象。伊利的“全球共享”既包括“引进来”,也包括“给出去”;既包括为全球消费者提供健康食品,也包括分享伊利的先进经验和价值观。例如,伊利在新西兰建立大洋洲乳业生产基地时,发现当地工厂标准远低于国内标准。为此,伊利把一整套伊利工厂运行标准带到当地,培训当地员工,帮助当地提升了质量管理水平,赢得了当地民众的高度认可。这说明,中国乳企有能力、有信心为全球乳业的可持续发展贡献更多力量。

乳业资深专家陈瑜认为,潘刚提出“让世界共享健康”这一理念为中国乳业发展注入了新动能,它不仅是乳企转型升级的驱动力,更是持续增强中国乳业国际竞争力的重要支撑。(幸华)

## 石羊邦淇 15万吨食用油深加工项目建成投产

6月27日,在位于渭南高新区的陕西石羊邦淇食品有限公司,一桶桶成品食用油从包装线下线入库,整条生产线从压榨到检验,再到包装下线入库,秩序井然。

去年6月,陕西石羊集团正式入驻渭南高新区,在原“八鱼油脂”厂房及设备的基础上,投入近亿元进行全面改造,对生产设备进行标准升级。项目开工以来,高新区明确项目建设责任,调配资源,全力赶进度,抓质量,今年6月,15万吨食用油深加工项目正式建成投产。

“该项目建筑面积2800平方米,于2016年10月破土动工,总投资3000余万元,今年6月份正式投产。”陕西石羊邦淇食品有限公司生产副总张杰告诉记者。

除了精炼车间外,15万吨食用油深加工项目还包括2万吨浓香菜籽油生产线建设,该项目全面对小包装油生产线进行改造,实现了灌装、加盖、贴标、装箱、码垛的全自动化,生产效率进一步提升,实现了从原材料菜籽到成品灌装的全密闭式生产,产品质量稳定,市场反馈较好。同时,整个厂区经过改造还达到了日处理污水150吨的能力。

“我们旨在将渭南邦淇打造成‘渭南市食品标杆企业’和‘观光旅游企业’,让更多的消费者走进工厂,参观、体验、感受,为广大消费者提供高质量的食用油产品,用心打造老百姓的放心餐桌。”陕西石羊邦淇食品有限公司总经理宋彦峰说道。(梁友)