



► 权威发布 | Quanwei Fabu

10月起 冷饮糕饼等食品中 食用香精实施新规

新的行业标准《食用香精标签通用要求》将于今年10月1日起正式实施。该标准特别明确了食用香精产品标签上标注的内容包括:产品名称、配料清单、净含量、生产日期、保质期、制造者名称和地址、产品标准号、许可证号以及“食品添加剂”“不可直接食用”字样等内容。

在冷饮、糕饼等各类食品中,食用香精被广泛应用,但是长期以来,我国缺少专门的法规或标准对食用香精类产品的标签标示做出明确规定,食用香精产品标签一直存在着“空

白标签”、胡乱标示等混乱现象。而执法部门经常会引用食品标签要求来管理食用香精这类特殊产品的标签,使得被执法者“喊冤”现象频频发生。现在,这部符合法律与行业实际情况的新标准的出台将在全国范围内结束食用香精产品标签标识混乱、执法监管无法律法规依据的现象,为食用香精生产企业、国内销售的食用香精进口规范标识、行业的健康发展给予法律保障,也为执法部门的合法合理监督管理提供法律依据。

(麦文伟 张虹)

梧州植物香料出口增长迅速

今年,广西梧州市特色产业出口增长势头迅猛。干姜、肉桂和八角为主的植物香料出口总值达10571万美元,同比增长40.4%。近年来,梧州市充分发挥植物香料资源丰富的优势,大力发展植物香料生产;加大招商引资力度,引进植物香料的深加工

企业,拉长产业链,提高产品档次;同时大力拓展国际市场,统计资料显示,梧州市植物香料已出口到印度、摩洛哥、英国、美国、巴西和澳大利亚等30多个国家和地区。其中,印度以2968万美元的出口额,排在出口国家首位。

(伍爱春 杨立军)

国家农业产业化重点龙头企业 国家星火计划项目 世界肉类组织成员

米饭 肉食品 下饭菜

做食品就是做良心——杜诚斌

四川得益绿色食品集团有限公司 电话:028-85335818 网址:www.scdeyi.com

中国首家芝麻香型原酒供应商
荣登上海世博会“名产名片”特刊

傅潭、傅潭春、傅潭秋月、玖道坊系列酒全国招商
公司总经理赵章报热忱欢迎全国各地客商光临选购。

河南省傅潭酒业有限公司
公司地址:河南省南乐县城北环路北
财富热线:0393-5318999 13707676148

高炉家·和谐年份酒
好酒的年份酒

品质+年份

► 行业关注 | Hangye Guanzhu

后危机时代 果汁行业以创新迎接“金秋”

一边是日显过剩的产能,另一边是主动权孱弱的出口和持续不振的内需,我国果汁行业仿佛在后危机时代正一步步走进“滞涨”,此时创新就成为了拯救行业困境的救命稻草。尤其是在产品研发、生产销售、市场营销等方面的创新,将不断满足消费者更高更新的需求,让果汁行业迎来一个收获的金秋!

□麦兜 文/图

浓缩果汁是我国果蔬加工产品中一项重要的出口商品,其中浓缩苹果汁已成为90%以上供国外市场的大宗出口农产品,除苹果汁外,浓缩橙汁近年也发展较快。

近日,“2010中国果汁大会”在西安召开。与会人士表示,企业除了加强管理,防范外部风险,也要加强产能、市场、原料三者的协调性,要特别注重用创新来破解发展中遇到的难题,也期待政府能提供政策支持。

树世界行业权威品牌

“2010中国果汁大会”有来自世界各国约15名国内外重要进口商、生产商、资深专业研究机构的代表作专题发言。主要议题包括:中国及国外果汁生产及贸易状况,新产季国内外果汁产情及价格走势,各主要国际市场果汁消费趋势,后经济危机时代对全球果汁消费的影响,果汁质量及标准讨论等,重点将突出后经济危机时代行业发展思路。

近年来,我国果汁饮料发展迅速,5年内果汁产量从635万吨增加到1448万吨,果汁饮料销售量已超过碳酸饮料,未来市场潜力巨大,农村市场仍待开发,同时,青少年将成为果汁消费的主力军。但鉴于全球气候变化等诸多不确定因素,市场恢复低于预期。

国投中鲁果汁股份有限公司总经理庞甲青表示,2010年果汁产量预测东部(山东)与去年基本持平,西部(陕西、山西)受雨雪天气影响减产5%-10%,东北(辽宁)受霜冻影响减产10%。业界人

► 产业前瞻 | Chanye QianZhan

浓缩果汁行业发展前景乐观

中投顾问发布的《2010-2015年中国果汁市场投资分析及前景预测报告》显示,受金融危机影响,浓缩果汁全球市场需求锐减,导致2009年下半年我国浓缩苹果汁的出口价格一直在低位徘徊,甚至一度跌到600美元/吨,2010年以来,出口价格逐渐上扬,上半年浓缩苹果汁的出口均价约为858美元/吨。中投顾问食品行业研究员周思然



士指出,在不断扩大国际市场份额的同时,中国果汁也需要进一步提高整体影响力。

打造浓缩果汁的世界加工厂

“到2009年,全省果园面积达到1011千公顷,总产1150万吨,其中苹果面积565千公顷,居中国第一,产量805万吨,占到中国总产量的1/3和世界总产的1/8。”陕西省果业管理局局长王振兴表示,陕西拥有世界上集中连片面积最大的苹果生产基地,全省已建成绿色水果面积200千公顷。

随着陕西果业的快速发展,以苹果浓缩汁为主的果品加工业得到了快速发展,目前,陕西省共有浓缩苹果汁生产企业20家,浓缩果汁年生产能力达到2550吨/小时,成为中国最大的浓缩果汁生产基地,2009年陕西浓缩苹果汁生产量50万吨,占全国浓缩苹果汁产量的77.4%,出口量46.75万吨,占全国浓缩苹果汁出口量的一半和全球贸易量的1/3,创汇3.89亿美元,占全国同行业创汇总额的半壁江山。陕西浓缩苹果

汁已远销欧盟、北美、非洲、大洋洲、东亚及东盟等地区。

“我们希望能够通过此次大会,了解市场需求,提供更好的果汁产品,陕西果汁企业与国内外同行积极探寻建立长效合作机制。”王振兴表示,2010中国果汁大会的召开,无疑为陕西果汁业的发展提供了交流与发展的平台。

值得关注的是,陕西是我国苹果的主产区,国投中鲁果汁股份有限公司、陕西海升果业发展股份有限公司、烟台安德利果汁股份有限公司、陕西恒兴果汁饮料有限公司、陕西通达果汁集团有限公司等国内浓缩果汁五大巨头其中有3家将陕西作为主要生产基地。全省分布在各县市的大小工厂更是多达30多个,是名副其实的浓缩苹果汁世界加工中心。

创新是应对危机之法宝

“虽然我国已经成为仅次于美国的世界第二大饮料生产国,其中果汁类饮料保持了每年超过100万吨的增长速度。但与此同时,我国人均年果汁消费

量为1000克,仅是西欧的1/40,不到美国的1/20。”业内人士不无遗憾地表示。

更为严重的是,我国果汁企业在价格和质量上已越来越不具备国际市场竞争能力。一企业负责人表示:“我们果汁出口价格变化波动太大,出口价最高的时候可以达到每吨2000美元,最低的时候才600美元,而国外卖给我们的果汁基本稳定在每吨1400美元,而且质量上绝对没有问题。”这位负责人还称,由于国外同类企业在技术上有优势,“他们的生产成本比我们还要低,而且非常稳定。”

“美日欧是我浓缩果汁出口的三大主要市场,目前美国市场尚且稳定,但是欧洲市场情况堪忧。”庞甲青说,由于受去年人民币对欧元汇率大幅升值及欧盟果业大幅增产的影响,导致欧洲当地库存量大,原料价格下降,中国供应商的竞争能力被削弱,去年我国浓缩苹果汁对欧出口量下降了约50%。

此外,我国果汁企业间的恶性竞争导致全行业利润不断下滑也是业内人士普遍担心的一个问题。另外,内需不足加上内耗严重,使得国内果汁企业对外依赖度渐高。专家表示,国家应该加大对果汁行业的扶持力度,这个行业关系到千千万万的果农。这个和玉米、大豆是同等重要的,国家应该考虑把果汁加工确认为农产品加工业。

目前,中国果汁饮料市场的竞争已日趋白热化,要想在市场竞争中取得领先地位,必须在产品的研发、生产销售、市场营销等方面不断创新。“创新是当前果汁饮料行业发展的重要法宝,创新在本质上就是不断满足消费者更高更新的需求。”一企业代表称。

【小资料】

中国果汁大会自2006年以来,每年9月举办一次。历经5年的精心培育和发

展,中国果汁大会不断走向成熟,已经成为亚洲乃至全世界果汁业中规模最大、影响力最强的重要品牌会议。

中投顾问研究总监张砚霖也指出,我国浓缩果汁的发展仍然存在许多问题,如国内需求不足,出口主动权孱弱,日益严重的产能过剩现象等,但随着国内果汁饮料市场的拓展及国外市场需求的回暖,我国浓缩果汁行业发展前景仍然被看好。目前我国浓缩果汁企业之间仍然存在不少恶性竞争,这就要求企业之间能够抱团作战,加强我国浓缩果汁行业的出口话语权。

(惠聪)

我国啤酒产量已连续8年稳居世界第一

近年来,我国酒类行业总体呈现产销两旺的发展态势,2002年至2009年,啤酒产量连续8年稳居世界第一位。



记者从商务部近日在遵义召开的酒类流通随附单电子化试点工作会上了解到,2009年,我国规模以上企业饮料酒总产量达5189万千升,同比增长6.27%,其中啤酒产量4236万千升,同比增长7.11%,连续8年居世界第一。

据了解,2009年,我国白酒产量达707万千升,同比增长23.8%;葡萄酒产量75万千升,

同比增长28%。2010年上半年,我国白酒、啤酒、葡萄酒总产量为2580.1万千升,同比增长8.4%,销售总产值2015亿元,同比增长25.7%。酒类行业总体呈现产销两旺的发展态势。

商务部市场运行调节司司长王炳南说,加入WTO以来,受进口酒关税下调、国外酒商日益重视中国市场的影响,我国酒类行业进出口总额稳步扩大。据统计,2004年至2009年,我国酒

贵州建设白酒品牌基地

记者日前获悉,贵州从2010年起将安排不少于3000万元专项资金,重点建设黔北、黔中、黔南三大“贵州白酒”品牌基地,其中贵州茅台所处的黔北地区是贵州最重要的白酒产区。

据了解,为加快贵州白酒业振兴,做大做强贵州白酒产业,贵州省人民政府近期印发了《贵州白酒品牌基地建设方案》,将集中打造三大“贵州白酒”品牌基地;从2010年起,贵州省还将从全

省技术改造资金和省中小企业发展资金中安排不少于3000万元专项资金,用于“贵州白酒”品牌的基地建设、推广、市场开拓、形象打造等各项工作。

(钟钰)