

杭州去年茶叶总产值超30亿元 名优茶产值占88.9%

2016年,杭州全市茶叶总产量2.22万吨;茶叶总产值30.8亿元。其中,名优茶产量1.19万吨,占茶叶总产量的53.5%,比重虽然刚刚过半,但是能量惊人——名优茶产值27.4亿元,占茶叶总产值的88.9%。

这是记者从杭州市农办、杭州市农业局了解到的信息。首届中国国际茶叶博览会5月18日在杭州召开,“茶都”杭州也再一次受到世界关注。

无公害茶产量超八成 三年抽检合格率99%以上

杭州是一个“八山半水分半田”的地区,地形多样、四季分明、气候宜人、雨量充沛,自然条件十分优越,茶叶品种丰富、品质优良。

目前,杭州已建成省级现代茶树新品种示范与原种繁育中心——淳安县茶叶良种试验场,在建的西湖龙井茶科研基地也将成为高标准科研示范中心。

国家级良种“龙井茶”种、“鸠坑”种等传统有性系良种种质资源,在杭州得到有效保护。杭州选育的优质茶树品种“茂绿”通过国家审定。

杭州珍视每一棵茶树,也重视每一杯茶的质量。目前,杭州拥有无公害茶面积40.2万

亩,占全市的73.0%;产量1.98万吨,占全市茶叶总产量86.8%;其中有机茶生产面积5万亩、产量1728吨,认证企业62家。近三年来茶叶抽检合格率保持在99%以上。

此外,杭州还力争打造一个又一个规模化、园林化、集约化的名茶生产基地,全市现建有43个高标准高质量的都市农业茶叶示范园区和8个省级茶叶精品园。已建成标准化茶园4.92万亩,其中千亩以上基地15个,面积2.2万亩。

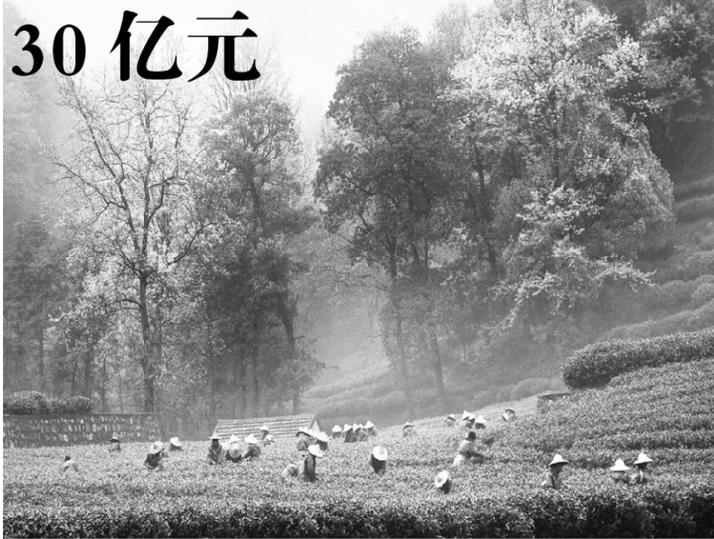
线上线下半年交易额超30亿元

在杭州,与茶叶相关的市场主体正在不断壮大。目前,杭州已经全市现有茶叶生产企业541家,其中经营规模在千万以上的39家。茶叶专业合作组织215家,其中合作社196家。

公司连基地、基地带农户的产业化经营模式形成后,不仅对整合产业资源、实施名茶战略、促进茶叶流通、维护茶农利益等方面起到了积极作用,还能成为茶产业发展的推动力量。

杭州还有大小规模的茶叶交易市场16个,年交易量1.1万吨、交易额23.1亿元。

近年来,随着茶叶电子商务的快速发展,越来越多的个体、企业加入到“茶叶电商”大



●杭州西湖龙井茶采摘

图据网络

军。据了解,2016年浙江省网上茶叶交易额达到11亿元。

带动茶文化、茶旅游等快速发展

茶产业的发展,另一方面还带动了茶文化、茶旅游、茶馆业的快速发展。

2005年,杭州被国内10家权威机构授予了“中国茶都”称号。杭州市政府每年举办的中国(杭州)国际西湖茶文化博览会、西湖龙井开茶节、全民饮茶日等茶事活动,不断弘扬品牌文化,提升品牌价值。

茶旅游同样在杭州发展兴旺。休闲观光茶旅游(农家乐)遍布全市15个区、县(市),从业人员1.86万人,增值9.15亿元。年接待游客总量千万人次以上、实现旅游收入超10亿元。

近年来,c数量也不断增加。据不完全统计,杭州城区有各类茶楼、茶室、茶馆、茶坊、茶苑、茶吧及景区农家茶楼等2000多家,其中市内注册茶馆650余家、景区农家茶楼460余家,从业人数达到了1万多人,为茶产业增值3亿多元。(张恩 涂仕贵)

液态奶首季进口量同比下滑9.2% 巨头加码布局市场

相关数据显示,今年喝“进口奶”热情大不同!据了解,1~3月我国工业奶粉共进口27.04万吨,同比降低2.2%;其中液态奶共进口12.73万吨,同比减少9.2%。而前两个月婴幼儿配方奶粉进口3.03万吨,同比增加9.6%。此外,国内乳制品产量则呈现快速增长态势,主要产品价格相对稳定,前3个月国内乳制品产量同比上升2.9%。

记者了解到,今年乳企收奶成本压力应该不大;而在奶粉新规面前仍有外资巨头选择此时出击,加码布局中国市场。

国内奶价小跌 国际奶价波动

据了解,或是因为开春出现季节性产能过剩的原因,国内奶价一路下滑,呈现“小跌”态势,而国际奶价则涨跌都有。4月底公布的国内主产区生鲜乳价格为3.48元/公斤,较3月均价下降1.42%;而国际上,5月初恒天然全脂奶粉拍卖均价为3233美元/吨,环比增5.2%;但再往前追溯,3月美国A级脱脂奶粉均价为1783美元/吨,环比下跌11%;3月下旬大洋洲脱脂奶粉均价为2187.5美元/吨,环比降14.2%,全脂奶粉均价为2962.5美元/吨,环比降9.9%;来自欧盟产区的脱脂奶粉均价为1937.5美元/吨,环比降3.1%,全脂奶粉均价3050美元/吨,环比降1.6%。

在行业观察人士看来,从目前国内外收奶价格来看,可谓涨跌都在正常范围内,



今年对于乳企而言,收奶的成本压力应该不会大,所以大量进口大包粉“囤货”的现象或会减少。“但这并不意味着乳企开奶会变小或者能够维持不变,因为乳品竞争依然十分激烈。就乳业总体形势来说,行业增速在放缓,营销力度在增加。”

巨头加码布局中国市场

“就进口产品种类而言,不少‘网红’婴幼儿配方奶粉依然拥有忠诚度较高的消费者,所以即使配方注册新规来袭,也不妨碍企业、经销商以及消费者对品牌和产品本身的信心。”该行业观察人士表示。者获悉,

“打酱油”的年轻人: 古法酱油走“海丝”

5月17日,在福建省晋江市华丰酱油酿造厂,吴宗洲(左)向吴华清传授黄豆发酵经验。

“90后”青年吴华清出生在福建省晋江市一个制酱世家,爷爷吴宗洲早年是厦门一家酱油厂的制酱师傅,经过长期实践,吴宗洲摸索出一套传统古法酱油制作技术,经过选豆、洗豆、蒸煮、发酵等五道工序,采用传统大缸日晒发酵,一般成酱至少要一年到一年半的时间。32年前,提前退休的吴宗洲回到家乡开起了自己的酱油厂——晋江市华丰酱油酿造厂,坚持用传统古法酿制酱油。在他的感染下,长孙吴华清从小就对古法制酱充满了兴趣,并在大学时立志要将这门传统古法技艺发扬光大。3年前,吴华清从大学毕业,年事已大、腿脚不便的吴宗洲就正式将守缸制酱的接力棒传给了吴华清。吴华清跟着爷爷学边做,将老一辈制酱人对湿度、温度等感官经验量化成精确的数据。

用古法制作的酱油酱香醇厚,在国家监督专项抽查中被认定为质检合格好产品,不仅受到当地百姓认可,还通过一些在外的华侨相互介绍,卖到了菲律宾、新加坡等东南亚国家。(新华社 宋为伟 摄影报道)

湖南: 湘西名优茶受关注 精准扶贫做贡献

2017年是农业部确定的农业品牌推进年,由农业部主办的以“品茗千年 中国好茶”为主题的首届中国国际茶叶博览会,5月18日在杭州开幕,农业部部长韩长赋等出席了开幕式。

此次,由湖南省农委统一组织湖南名优茶品牌参展,湘西州州委常委、副州长孙法军率湘西茶企参加此次展会,古丈毛尖“黛勾黛丫”“英妹子”“妙古金”、黄金茶等两大系列的六个品牌亮相博览会。湖南省农委“神韵大湘西,生态潇湘茶”的主题馆,“古丈毛尖”和“黄金茶”占了两区。

18日上午,农业部部长韩长赋一行巡馆,来到大湘西展区,看到民族特色浓郁的苗族土家族服饰的湘西企业来参展,很高兴。韩长赋2012年曾到过古丈牛角山村,此次再见到牛角山茶业,问起村里的脱贫情况。苗家姑娘玲芝说,通过茶叶品牌带动,全村都脱贫了!

孙法军是农业部第十一批湘西定点扶贫工作组的负责人,他介绍,湘西茶叶的品质很好,但品牌知名度还不够高,一片小茶叶承载着湘西百姓脱贫致富的梦想,加大品牌的建设,让湘西的生态优势转化为品牌优势,让湘西的文化魅力转化为品牌魅力,更好地为湘西精准扶贫做出贡献,是我们进一步努力的方向。

这次参展的湘西自治州六家公司的茶叶建设基地达3万多亩,带动了1772户、约6000人的建档立卡贫困户,茶叶品牌的价值在扶贫效果上得到凸显。(向丽娟 周楚怡)

●长楹天街永辉超市,端午节前粽子已经摆上摊位。

端午粽子 争相“讨好”年轻人

端午临近,粽子市场又火热了起来。护国寺小吃的豆沙粽子、三里河同和居的小枣粽子、曲园酒楼的腊肉粽子……这些闻名京城的老字号香粽提前热卖,护国寺单店粽子日销量已经突破1000个,北京稻香村更是“火力全开”每天制粽达到12万个。

线上平台的粽子礼盒更热销。为了“讨好”年轻消费者,今年连休闲食品电商也纷纷加入,针对年轻人推出创新包装的礼盒产品。

“咸粽”销量遥遥领先

每到端午节,定会引发“甜粽”、“咸粽”两大派别吃货们的争论。

从今年电商平台的销量排行来看,“咸粽”遥遥领先。截至5月22日,在淘宝网销量排名前五的粽子中,分别是五芳斋、荣庆和、真真老老、稻香村这四大品牌,且均为鲜肉粽礼盒产品。

在五芳斋天猫店中,一款售价75.9元的鲜肉粽礼盒月销量达到23.34万件。而另一老品牌荣庆和天猫店中,售价18.9元的鲜肉粽也达到了19万件的月销量。

为赢取年轻消费者的青睐,一些老品牌颇费心思。继去年与迪士尼合作推出老鼠、唐老鸭粽子后,五芳斋今年又推出星球大战版礼盒粽,在外观上选取热门的星球大战机器人包装,售价高达238元/盒,从其天猫店评论来看,还是有不少星战粉丝购买。不过消费者说,“只是为了机器人包装而买的粽子。”

良品铺子、百草味、三只松鼠等休闲零食电商也纷纷加入粽子市场,推出一系列粽子礼盒产品。不过,从价格区间与销量情况来看,比传统老字号低出不少,如良品铺子、百草味均主打39.9元礼盒粽,而三只松鼠则推出12.9元(两只)的小包装产品,月销量区间在1.17万至7.6万之间。

老字号香粽现场制售火

相比侧重于年轻人的电商平台,今年的线下市场依旧火爆。

“现煮现卖的粽子特别受欢迎,一天能卖出300多个。”曲园酒楼马东梅经理说,现场制售的香粽都是当天泡米,当天早上由店里师傅加班加点生产,腊肉等原料为了保证正宗的湘味都是从湖南进的。

老字号护国寺小吃缸瓦市店目前每天的粽子销量已在1000多个,店长预计到端午节前一两天,日销量有望突破3000个左右,而今年护国寺小吃60家连锁店的粽子产量将超过往年。

作为京城规模最大的包子连锁企业的庆丰包子铺,今年带来了金丝蜜枣、玫瑰豆沙、蛋黄肉、香菇卤肉等6种口味的香粽。同时,庆丰包子铺还登陆百度外卖推出“满减”优惠,消费者足不出户就能尝到现场制售的新鲜粽子。

北京稻香村相关负责人介绍,今年北京稻香村粽子于4月20日就上市了,比往年提前了两周。随着端午节逐渐临近,食品厂的工作状态处于超负荷状态,每天手工生产制作粽子达12万个之多,以满足市场供应需求。据了解,为保证粽子的质量,其原料食材由专门团队去全国精选,而且需要专业挑料组至少三次挑拣才能被选用。(王远征 文/图)

双汇美式产品闪耀食博会 助力中国食品名城走向世界

5月16日,第十五届中国(漯河)食品博览会在“中国食品名城”河南漯河市召开。来自匈牙利、波兰、印尼、马来西亚等“一带一路”沿线国家的二十多家境外企业,国内27个省、自治区、直辖市的近千家企业参展,产品涵盖13大类6000多个品种。

本次食博会,总部位于当地的全球肉类食品企业双汇展位引人注目,双汇展出的产品有六大类,150多个品种,其中包括美式西式产品、肉制品、生鲜品、调味品、冰鲜鸡、清真产品等。

在双汇展示的一百多种产品中,Smithfield美式产品格外引人注目,从包装、到口味,都尽显“国际范儿”。美式培根,以原生态的整块猪腹肉切片加工,肉质天然,口味纯正;美式香肠,爽脆多汁,肉香浓郁;美式火腿,口感细腻,鲜嫩软滑。

双汇发展副总裁杜俊甫表示,引进世界品牌Smithfield和利用欧美先进技术、设备,使用优质进口猪肉原料生产的高品质低温肉制品,是双汇调结构、促转型、满足消费升级的主力新品。

“中国是世界上最大的肉类生产国和消费国,是全球最具活力的肉类市场,美式产品原料以及工艺都来自美国,同时我们也结合中国饮食习惯,例如中国人不太喜欢培根比较咸,我们也会改变口味。”史密斯菲尔德公司首席创新官威尔接受记者采访时表示。

我国是肉类生产大国,同时也是肉类消费大国。我国肉类总产量居世界第一位,是全球肉类生产、加工和贸易体系的重要组成部分。面对当前我国食品产业出现的资源



●双汇发展副总裁杜俊甫接受新华网采访



●史密斯菲尔德公司首席创新官威尔接受新华网采访

环境约束增强、消费结构升级等情况,科技创新、产品创新正成为当下食品产业竞争的根基和企业发展的核心驱动力。

杜俊甫认为,西式肉制品在中国有广大发展前景,首先在中国的外国人越来越多;其次,西式肉制品得到年轻一代白领消费层逐步认可;此外,双汇发展西式产品有得天独厚的条件,因为母公司万洲国际,在美国、欧洲都有公司,可以输入先进技术,中

美欧合作共同为西式产品创造良好的技术支撑和管理支撑。

杜俊甫还表示,当前肉业产业集中度低,供给侧量价波动大,结构性矛盾突出。双汇要借助当前供给侧改革的机遇,加快结构调整,创新转型,推动企业持续健康快速发展:

一是坚持中西方饮食文化融合,调整产品结构,把欧美畅销的高档产品引进中国市场,把具有中国特色、适合全球消费的中式产品推向国际市场,提升产品竞争力。

二是坚持工业化和信息化融合,调整产业结构,用国际上最先进的工业化、自动化、信息化、智能化装备肉类加工业,优化流程、提高劳效、降低成本、保证质量,提高制造业的竞争力。

三是加快实业与互联网的融合,发展生鲜电商互联网新业态,带动屠宰和肉制品两大主业发展壮大。

四是加快实业与金融业的融合,运作好双汇财务公司,为双汇融资和发展金融业务创造条件。

五是扩大国际贸易,利用漯河进口肉类口岸优势,整合全球资源,实施“大外贸”,做大做强国际贸易,在新常态下实现双汇的新发展,为漯河的发展做出新的贡献。

从2003年第一届食博会开始到现在,双汇连续参展十五届,每一届都是主要参展商。据工作人员透露,本次博览会,双汇邀请国内客商45名,邀请世界500强企业领袖、美国最大猪肉食品企业史密斯菲尔德公司首席创新官和欧洲所属公司代表莅临食博会,提升食博会影响力,更好地把食博会推向世界。(郭良)