国内外公开发行(原《厂长经理日报》)
邮发代号:61—85
网址:WWW.NEWSSC.NET 邮箱:CJB490@SINA.COM

中國糖酒周刊

经理日报 THE MANAGER'S DAILY
责编:王 萍 编辑:唐 勃
版式:张 彤 校对:陈 梅
2010年5月24日 星期一
协办:辽宁道光廿五酒业集团 汾酒集团
C1

在后金融危机时代，啤酒大麦行业如何抢抓机遇，加快经济发展方式转变，已成为业内关注焦点。专家认为，国产啤酒大麦的持续稳定发展必须两条腿走路。一是以技术进步和管理创新努力在二元结构的市场中做大市场份额，逐步建立一个有法规保障的产业链合作体系。二是以品牌建设和企业联盟努力开拓多层次产品消费市场，使国产啤酒大麦产业链条整体效益得到提升，实现可持续发展。

双腿并行 啤酒大麦产业化期待“王者”归来

□孙鲁威

5月9日—10日，由农业部种植业管理司委托与支持，中国作物学会大麦专业委员会、中国酿酒工业协会啤酒原料专业委员会主办，江苏省作物栽培技术指导站、盐城市农业委员会、江苏省啤酒大麦行业协会、扬州大学大麦研究所承办，江苏新京威麦芽集团有限公司等协办的2010中国啤酒大麦产业发展年会在江苏省盐城市召开。

年会期间，召开了题为“全球经济复苏与啤酒大麦生产发展”的主题论坛。农业部种植业管理司调研员万富士针对国产啤酒大麦和啤酒大麦生产及市场现状表示，加快我国啤酒大麦发展，需继续完善《优势区域啤酒大麦发展规划》，加快啤酒大麦用品种品质标准研究，构建啤酒大麦产品、生产方法改良及其麦芽制品等标准体系。论坛上，与会专家及企业代表分别就啤酒大麦生产管理、质量控制、科研育种、麦芽、啤酒、市场贸易等方面做了专题报告。

生产环节需要标准化

国产啤酒大麦是在上世纪80年代初期伴随着我国啤酒工业迅猛发展而发展起来的，其间几经波折与坎坷，走到今天这样的规模，实属不易，成为近百家中小型麦芽企业的唯一原料。但在进口大麦低价冲击下，今年生产明显萎缩，供需缺口加大，目前面临着20年来从未出现过的问题和挑战。

据中国啤酒工业协会啤酒原料专业委员会统计，2009年，全国冬、春啤酒大麦831万亩，田间产量213万吨。但这些国产啤酒大麦并没有全都加工成麦芽，一是进入麦芽企业和啤酒企业的麦芽生产公司，约占总量的48.6%；二是被经销商和粮库收购，约占总量的7.2%；三是进入饲料市场和农户自留饲料，约占总量的44.4%。我国2009年啤酒产量3950万吨，需求啤酒大麦400万吨左右，为满足原料需求，2009年进口啤酒大麦达到170多万吨，成为我国除大豆以外进口量最多的粮食作物品种。因此，目前我国啤酒大麦的种植面积并不少，但有效产量不足，能够满足企业需要的产品不足。

但国产啤酒大麦的质量控制一直是我国的软肋。长期以来，进口的优质啤酒大麦所制的麦芽与国产麦芽价格差在麦芽市场上似乎已经约定俗成。究其原因，一是国产啤酒大麦品种进入商业生产的准入门槛太低；二是国产啤酒大麦产区以小农户生产为主，难以进行标准化生产规程的推广和产前产中产后全过程的质量控制；三是中国啤酒大麦市场发展不完备又导致在流通领域中难以控制质量。

产业链内部要实施信息化建设

“啤酒大麦—麦芽和酒花制品—啤酒”这条产业链长期以来信息不对称，长期误导着啤酒原料界对供需基本面的估计与认识。啤酒和麦芽的产能均严重过剩，具体产量不透明，每个啤酒企业对麦芽和啤酒花的实际需求量难以准确地统计或估算，麦芽实际产量一直大于啤酒加工的实际需求量；而进口啤酒大麦的信息与国产啤酒大麦又不对称，国产啤酒大麦又以小农户生产为主，所以国产啤酒大麦的数量和质量也往往不透明。这些都导致了市场价格的波动性和投机性。

啤酒原料专业委员会统计认为，由于啤酒大麦与麦芽市场的不稳定甚至剧烈动荡，由于啤酒企业对麦芽需求的复杂性与不透明性，由于麦芽企业自身的各种原因，导致麦芽实际产量的难以统计，而麦芽企业的技术经济指标至今又尚未以一个行业的角色进入政府部门的统计序列，因此，我国麦芽产量情况长期以来处于模糊状态。

国内外啤酒大麦市场价格的主要影响因素一是麦芽的需求量及价格，二是啤酒大麦产量，三是啤酒大麦进口数量和价格，其中信息的时效性与对称性起着很重要的作用。国产啤酒大麦的生产者应把握好什么价位和时间出售，国产啤酒大麦的贸易商和麦芽厂应把握好在什么价位和时间收购，两者博弈的动态过程有利于国产啤酒大麦生产与市场的优化。因此，建立信息模块，把握信息对称，摒弃整个行业各个环节盲目预测和投机心态，在目前的信息化条件下是完全可以做到的。这是产业服务的一个重要切入点和增长点，必须抓紧去做。

摆脱二元结构要走品牌化道路

我国啤酒大麦市场的二元结构使国产啤酒大麦面临生存与发展的严重挑战。自上世纪90年代初期以来，我国啤酒大麦市场一直处于二元结构，即进口大麦与国产大麦在此消彼长的波动状态中竞争，从而使价格在年际间甚至一年内的不同时段剧烈波动，影响了农民的生产积极性和国产啤酒大麦生产的稳定发展。因此，必须确立国产为主、进口为辅的产业发展基本方针，加快建设我国稳定的啤酒大麦产业链。

中国目前的麦芽产能大于啤酒企业的实际需求约110%以上。有关业内人士认为，在质量合格和价格合理的前提下，未来几年中国麦芽的年产量应控制在280-300万吨之间，假定国产大麦和进口大麦各用50%，则共需国产啤酒大麦340万吨左右。但实际上用不了，随着我国啤酒工业的技术进步和啤酒麦汁浓度的低度化，每千升啤酒的麦芽使用量已由2000年以前的120公斤降至60公斤。近5年来，中国啤酒产量的年递增率为8%，但麦芽总用量的年递增率仅为0.6%。可见，中国的啤酒大麦和啤酒产品正在形成自己的特点，企业完全可以通过品牌化建设，走出一条中国啤酒产业发展之路。

面对当前危局，“信心比金子还重要”。在进口啤酒大麦的价格和质量可能继续占有优势的情况下，国产啤酒大麦亟须振奋精神与斗志，盛装归来。

小资料

啤酒大麦

大麦按用途分，可分为啤酒大麦、饲用大麦、食用大麦(含食品加工)三种类型。啤酒大麦籽粒具有色泽光亮，皮薄色浅，发芽率高的优点。

中国酿酒工业协会啤酒原料分会秘书长、北京农学院教授白普一指出，2010年，中国啤酒大麦品种的播种面积为567万亩，而2009年啤酒大麦播种面积831万亩；按正常天气，2010年商品啤酒大麦的可供应量预计为110万吨以内，约占到2009年商品啤酒大麦的可供应量的1/2。

建立三大体系 展开七大整顿

深圳发布食品安全监管白皮书

5月12日，广东省深圳市食品安全委员会发布了今年的深圳市食品安全监管责任白皮书，今年该市将进一步加大对重点品种、重点行业和重要区域的食品安全整顿力度，着力解决影响深圳市食品安全的重大问题和突出隐患，严厉打击制售假冒伪劣和有毒有害食品的违法犯罪行为，使全市食品安全形势进一步好转。

建立食品安全三大体系

今年，深圳市将探索建立食品安全风险监测和风险评估体系，提高食品安全风险预警能力。全市将对调味品、糕点、油炸食品、蔬菜、食用油、豆制品、畜肉、粮食、冷冻饮品、果汁饮料、即食食品、水产品、乳制品、腊味、蛋及蛋制品、禽肉、茶叶17类食品中的污染物污染状况和有害因素进行监测，评估全市食品安全现状和风险程度，及时发现食品安全隐患，进行风险预警，降低深圳市的食源性疾病发病率，为食品安全监督管理和制修订食品安全标准提供科学依据。

该市在今年还将完善食品安全应急体系，修订《深圳市重特大食品安全事故应急预案》，开展食品安全事故应急培训，建立市、区、街道三级应急救援网络。

展开七大食品安全整顿

今年，深圳市将做好违法添加非食用物质和滥用食品添加剂、农产品质量安全、食品生产和进出口环节、食品流通环节、餐饮消费环节、禽畜屠宰和保健食品的七大集中整顿工作。加大对食品制假售假、超范围经营、私屠滥宰、违法加工销售使用地沟油等各类食品安全违法案件的打击力度，加强行政执法与刑事司法的衔接，依法严厉惩处一批违法犯罪分子。

此外，今年深圳市在加大食品各个环节抽检和监管的同时，还将推出一些新的举措，如实施农产品标识管理制度，探索全市检疫合格证明电子出证工作；完善食品生产企业电子监管信息系统；加快餐具集中消毒监管立法工作；完善进口食品的追溯和召回制度等。

16家定点屠宰场年内全部关闭

在农产品基地建设工程方面，截至去年年底，全市共确认公布了7批613个农产品生产基地，基地农产品约占深圳市场同类产品消费量的60%。今年，深圳市将加强生产基地后续管理，切实做好供应深圳市初级农产品基地遴选工作。

在生猪定点屠宰与肉品流通体制改革工程方面，去年12月31日，位于光明新区的一号大型现代化生猪定点屠宰场正式开业，已达到日屠宰600头且100%自营的生产量。今年将力争二号大型现代化生猪定点屠宰场于年底前竣工投产。同时，今年年内，现有16家定点屠宰场将全部关闭。 （申深）

二线品牌发力

清香型白酒高端化乃大势所趋

二线品牌开始加大对中高端产品市场的抢占力度。如山西汾酒准备把广东市场作为全面进军全国市场的突破口，今年计划在广东完成7000万元的销售目标，明年提升至1.2亿元。

今年第一季度，贵州茅台、五粮液等一线白酒品牌业绩均低于市场预期。大量二线品牌开始趁势走红，呈现高速增长态势。

数据显示，二线白酒品牌水井坊在一季度的销售增幅达52.23%，多出去年同期近1.5亿元；泸州老窖(000568)一季度的中低档酒收入增加60%，毛利上涨了10%；洋河股份(002304)一季度实现净利润7.214亿元，同比增长98.68%；山西汾酒则实现销售收入10.33亿元，同比增长68.41%，每股收益0.60元。

在一线品牌销售略显滞涨的大背景下，二线品牌开始加大对中高端产品市场的抢占力度。近日，山西汾酒在广州首次举办大规模的产品品鉴会。“广东市场每年有100亿元到150亿元的消费能力，与浓香型、酱香型白酒不同，清香型白酒代表的汾酒，与广东本地的饮食习惯最为接近，但今年1~4月在广东的销售额也只有3000万元，市场提升空间巨大。”汾酒董事长李秋喜透露，山西汾酒准备把广东市场作为全面进军全国市场的突破口，今年计划在广东完成7000万元的销售目标，明年提升至1.2亿元。

业内人士分析，国外酒类目前已完成了“香型”消费及以香型为基础的价位多样化消费的选择过程，国内酒类消费也将逐步从“价位、品牌”消费向“香型”选择方向转变。由于国内浓香型、酱香型品类的高端化已逐步完成，未来清香型品类的高端化趋势将逐步形成。

李秋喜坦言，作为四大名酒之一，汾酒高端产品目前的市场价格表现与其品质质量并不相符。“汾酒的价位应该与茅台、五粮液处于同一水平。”他说，汾酒今后将加大价格调整的力度，同时将目前以中低端产品为主的结构调整为以中高端为主。

据悉，汾酒集团日前已和山西吕梁市政府签订战略协议，正式启动杏花村酒业集中发展区项目。计划用3年的时间，新建5平方公里园区，投资50亿元，新增酒产量10万吨，在2015年销售额达100亿元，到2020年销售额突破200亿元。 （赖伟行）

▶行业讯风 | Hangyexunfeng

四川省33户白酒企业跻身全国百强

5月19日，四川省食品工业协会发布最新数据显示，按工业总产值排序，今年1-4月，四川省五粮液、泸州老窖、郎酒等33户白酒企业进入全国白酒行业100强，比2009年底净增7户。其中，“六朵金花”全部进入20强。排位上，五粮液集团继续稳居第一，泸州老窖首次超过茅台排位第二，郎酒由去年底的第七跃居第五。据了解，四川白酒行业呈现出以下特点：

领头企业带动明显。1-4月，六大名酒企业共实现工业总产值218.14亿元，同比增长23.17%，占全省白酒工业比重达到65.14%。其中，水井坊增长82.41%，郎酒增长75.05%，泸州老窖增长41.04%。地方名酒快速发展。1-4月，全省共有27户地方名酒企业工业总产值进入全国白酒工业100强，其中丰谷、仙潭、江口醇等企业位列前50强。**产量大幅增长。**1-4月，全省规模以上白酒企业产量达65.60万吨，占全国白酒总产量的24.20%。**出口形势喜人。**1-4月，全省规模以上白酒企业实现出口交货值4.38亿元，占全国比重达84.39%，同比增长62.79%。其中，五粮液集团实现出口交货值4.26亿元，是全国白酒行业最大的出口企业。

（闻川）

第三届豫菜品牌大赛将在漯河举行

备受关注的“第八届中国(漯河)食品博览会”刚于5月18日结束，中国食品名城、河南省漯河市又将迎来行业盛会：第三届豫菜品牌大赛将于5月27日在漯河举行，同时举办河南省第五届烹饪技能大赛和河南省第二届面食面点专项技术比赛。

据了解，本次大赛分为团体赛和个人锦标赛两个部分，并分为预赛和总决赛两个阶段进行。团体赛包括豫菜经典筵席赛、河南地方风味筵席赛、豫菜品牌示范店传统豫菜筵席赛、筵席面食面点技法组合赛；个人锦标赛包括传统豫菜代表作品赛、创新豫菜代表作品赛、文化主题筵席设计赛等。河南全省上万家餐饮企业的5000多名各类技术人员各显其能，通过一个多月的预赛和选拔赛的角逐，目前已经确定参加各项团体赛决赛的代表队60余家。参加传统和创新豫菜，传统及创新面食、面点等8个项目总决赛的个人锦标赛选手达520余人。

（董 菲 马冠华）

傅潭芝麻香 中原第一家

本公司为您提供优质芝麻香酒和傅潭系列产品，傅潭芝麻香酒经国家食品质量监督检验中心多次检验，各项指标全部达到优级标准，并通过河南省质量鉴定。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：濮阳市南乐县城北环路北
财富热线：0393-5318999 13707676148