



中国糖酒周刊

经理日报

THE MANAGER'S DAILY

责编: 王萍 编辑: 唐勃

版式: 陈松 校对: 陈梅

2010年8月16日 星期一

协办: 中国贵州茅台酒厂有限责任公司

清真食品: 食品业高速增长的生力军



□ 马勇 何慧媛 王博

记者从近日于青海西宁召开的2010中国青海国际清真食品及用品展览会上获悉,近年来,我国清真食品产业年均保持10%以上的增速。以“饮食惟良、必慎必择、严格卫生、讲究营养、注重保健”为特点自成体系的清真食品正在成为我国食品产业领域高速增长的生力军。

来自于不同种族和宗教信仰的消费者对于清真食品具有很高的需求,清真食品成为全球食品产业中一个重要领域。目前,全球每年的清真食品贸易额达2万亿美元。

种类丰富 具有原材料优势

我国信奉伊斯兰教的少数民族有10个,穆斯林人口有2000多万。长期以来,我国穆斯林群众创造了丰富灿烂的饮食文化。中国的清真食品生产历史悠久,距今已有1200多年。

在长期的社会发展中,中国传统清真食品得到了极大发展。据食品专家统计,我国现有传统清真菜肴约5000种,小吃近千种。改革开放以来,

我国清真食品业有了很大发展,已经形成了粮、油、肉类、乳品、糕点、制糖、罐头、糖果、调味品、豆制品、淀粉、制盐、蛋制品、添加剂、酵母、制茶、儿童食品、保健食品、果蔬加工、速冻食品、冻干食品等清真食品门类。

地域特色鲜明 具有国际交流基础

2000多万穆斯林人口分散在我国各地,又使得清真食品的地域特色显著,多元化趋势明显。西北地区是中国穆斯林群众聚居区,其穆斯林人口占到了中国穆斯林总人口的80%以上。中国清真食品的发展尤以青海、宁夏、新疆等地为盛。

青海省位于西北地区中心,具有丰富的青藏高原动植物资源,清真食品和用品一直是支柱产业,发展也较快。依托区位优势和产业基础,青海省已连续四年举办中国(青海)国际清真食品及用品展览会(这是目前由唯一由中国举办的国际性清真食品用品展览会),展示参展商的产品和服务,同时也为买家与卖家、生产商和品牌持有者、技术方和投资者提供一个交流的平台,推动青海省清真食品的国际

我国清真食品原材料资源丰富。青藏高原、内蒙古草原等盛产品质优良之牛羊肉。目前,我国羊的饲养量、出栏量、羊肉产量均居世界第一位;牛肉年产量近500万吨,出口居世界第三位。经加工的清真食品在食品行业占有不可或缺的重要地位。

合作。刚刚结束的2010年青海国际清真食品及用品展览会吸引了,吸引了22个国家和地区、国内24个省区市的700多家企业参展,最终合同协议资金达4亿美元。

作为全国最大的回族聚居区,宁夏的清真食品也形成了一定的产业集群和规模效应,并与马来西亚、泰国等国家的清真认证机构达成了相互认证协议。目前共有清真食品、穆斯林用品生产经营企业近万家,清真食品年工业产值2009年已达70多亿元,清真食品产业占到宁夏食品产业的80%,形成了300余项专利。

改革开放特别是西部大开发以来,总体来说,我国清真食品餐饮、生产加工、销售经营企业增长迅速,成为民族经济的重要组成部分,对民族地区的经济和社会发展起到了重要的促进作用,初步形成了“各级政府高度重视,优惠政策效果显著;食品种类日益丰富,产业体系初步形成;产业规模不断扩大,综合效益逐年提高;管理规范不断完善,市场竞争公平有序”的清真食品生产良好局面。

当前,我国正在研究制定《清真食品管理条例(草案)》,将清真食品生产和供应纳入法制管理范围。清真食

维护少数民族群众的合法权益提供了重要的法律保障。尽管发展态势良好,但是中国贸促会会长万季飞指出,目前全球清真食品贸易总额超过2万亿美元,但中国清真食品出口额尚不足1亿美元。这不仅反映出未来我国清真食品产业在全球具有广阔的市场机遇和空间,

品产业与畜牧业、屠宰业等产业的生产关联度不断增强,产业链不断延伸,已成为中国新兴产业中的一支重要力量。

新兴企业不断涌现

国家民委副主任罗黎明等权威人士认为我国清真食品产业呈现以下发展特点:首先,企业数量稳步增加。在我国清真食品传统市场青海、新疆、宁夏、甘肃等地的清真食品产业得到长足发展的同时,陕西、河南、山东、江苏、河北及京、津、沪等省市的清真食品企业发展迅速,数量逐年增加。

据统计,目前全国2400多个市县中,97.3%的市县有清真食品和用品产业。饮食、副食、食品经营户12万多户,其中专门生产、经营清真食品的企业有6000多家。

其次是清真食品企业经营规模不断扩大。逐步形成了一批具有一定规模和竞争优势的清真食品龙头企业,他们中既有像伊盛斋、鸿起顺、洪长兴、老孙家等这样的老字号企业,也有像伊利、麦趣尔、皓月、草原兴发等一批新兴企业。

吉林皓月集团业务拓展部部长李国峰介绍,皓月集团现已是中国乃至亚洲最大的牛肉屠宰加工基地,拥有国际先进、专业的屠宰加工技术,并且该技术已经成为我国的行业标准。

皓月集团现在每年生产2亿公斤优质牛肉,出口量占到全国的1/2。皓月集团生产的高端牛肉,最贵的一公斤可以卖到900元以上。李国峰表示,未来五年皓月还会继续加大投入,增加生产规模,进一步拓展国际、国内高端市场份额。

也反映出我国清真食品产业在国际认可度、品牌价值、产业链、附加值和研发创新等方面的不足和差距。在国内保持高速发展的同时,如何更有效地拓展国际市场成为我国清真食品产业的“当务之急”,这也是我国清真食品能否实现产业规模与水平全面提升的真正考验。(新华网)

巴山蜀水酿美酒 军中美酒独一枝

——记正在崛起的成都军星酒业有限公司(下)

□ 特约记者 余春雪

独特新颖的军酒风味

军星系列产品以其高质量、高品质的鲜明形象,迅速占领了军内、国内市场,成为军内、国内畅销产品,走进了千家万户。它除了高质量、高品质之外,还具备酒液无色,清冽透明,酒液虽然高达60度,但沾唇触舌,无强烈刺激性,只觉酒味醇厚,酒体柔和甘美,落喉净爽,回味舒适悠长。军星酒在大曲酒中以酒味全面著称,香气悠久,入口甘绵,入喉净爽,各味谐调,恰到好处。饮后无刺激感,不上头。开瓶时,喷香扑鼻,入口后,满口溢香,饮用时,四座飘香,饮后,余香无穷。正是因为集诸多优点于一身,才形成了军酒独特的风味。

难怪作家、诗人等品了军星酒后,感慨万千,诗兴大发,即兴挥毫泼墨:“借天地灵气,摄日月光华,取五谷芳魂,采岷江浪花。精酿美酒醉万邦,壮我中华。”军官们品了军星酒,更是豪情四溢:“军酒知音音,滴滴盛满情。举杯酬壮志,畅饮添豪情。玉液血中涌,琼浆五脏存。练成英雄胆,铸就民族魂。”

军酒独具特色的包装设计,也是消费者垂青的一大亮点。吴董是一位从军30多年的退役军官,立过赫赫战功,而如今这些经历都成了他再战商海的利器——子弹、炮弹、手雷、军用水壶都成了军星酒业的产品包装。望着那一瓶瓶形似手雷、子弹的军酒,我们仿佛回到那战火硝烟的岁月!

以军旅主题文化为题材命名的军星酒,将军旅文化和军品特征紧密结合,充分展示出“军”之元素,“军”之风采,具有鲜明的品牌个性,浓郁的军人情结,独特的文化内涵。自古军民鱼水深,军星酒将继续传播“军爱民,民拥军”的佳话。

精明干练、诚信的军星团队

公司董事长吴鹏50开外,祖籍

云南,生得浓眉方脸,目光炯炯有神,释放出智慧的光芒,具有敏锐的洞察力。为人坦率,做事执着。从走马上任伊始,就把全部心血投入到办好酒厂的事业中,经常亲临一线学习,研究和职工同吃同住,督促检查生产、包装过程的每一个环节。正因为有了董事长的亲历亲为,才铸就了卓越的军中美酒。

“我劝天公重抖擞,不拘一格降人才。”是吴董的用人之道。他“讲文凭,不惟文凭论,重真才实学。”经过吴董火眼金睛考试过的军星团队的成员,大部分来自曾经参加过边疆自卫反击战,在保卫和平、抢险救灾战斗中多次立功受奖的转业、复员及自主择业军官和士官,这个集体是一支能征善战的经营团队,刚毅、顽强、敢说、敢干。这也是一支战斗在部队不同岗位多年的军队转业干部战士共同铸就的品牌,他们以军人特有的“真诚”与“执着”为基石,以爱我军魂为纽带,以壮我军威为宗旨,为这个时代注入了能代表“军人情怀”的酒文化元素。

在吴鹏看来,精心酿出高质量的军中美酒只是万里长征走完了第一步,凭他多年在市场上拼搏的经验,他认定诚信是军星酒业的生命线、生存线、发展线,是企业的灵魂。

俗话说,有什么样的将帅带出什么样的兵,军星人在吴董的带领下,不仅做人讲诚信,做事讲诚信。从生产、销售到管理的每一个环节都做到认真真、脚踏实地。自始至终,决不弄虚作假,以次充好。军星酒凭借过硬的质量,先后荣获“中国名酒”、“优质白酒精品”、“首届中国食品博览会解放军金奖”等称号,享有“军中名酒”、“军中美酒”的美誉。

诚信于品质,心诚于天下。军星人正以一颗赤诚的心,倾力实现“军中无戏言,军酒放心喝”的庄严承诺。我们企盼:四海之内,处处皆有军人踪影;杯盏之中,滴滴饱含军酒深情。

延伸阅读

我国清真食企:效益提高 管理加强 但国际市场份额偏低

据国家民委掌握的情况显示,近年来,我国清真企业综合效益逐年提高,部分清真食品企业已成为本地的骨干企业,在交纳税收、吸纳就业、参与社会公益事业等方面都做出了积极贡献。据统计,“十一五”期间我国民族特需商品定点生产企业中清真食品生产企业产值为3046.7亿元,上缴的

增值税额为86亿元。

与此同时,清真食品生产经营管理全面加强。全国已有16个省、自治区和直辖市,18个省会城市和副省级城市出台了有关清真食品管理的法规或文件。这些法规和文件对清真食品生产经营企业的市场准入条件做了明确规定,为规范清真食品产业的发展,

维护少数民族群众的合法权益提供了重要的法律保障。

尽管发展态势良好,但是中国贸促会会长万季飞指出,目前全球清真食品贸易总额超过2万亿美元,但中国清真食品出口额尚不足1亿美元。这不仅反映出未来我国清真食品产业在全球具有广阔的市场机遇和空间,

也反映出我国清真食品产业在国际认可度、品牌价值、产业链、附加值和研发创新等方面的不足和差距。

在国内保持高速发展的同时,如何更有效地拓展国际市场成为我国清真食品产业的“当务之急”,这也是我国清真食品能否实现产业规模与水平全面提升的真正考验。(新华网)



日前,日本冈山县十八盛酒造株式会社董事长石合敬三到访了大连市进行视察,并在当地日本人经营的料理店中举办了品酒会,计划进一步加大在中国的投资。

据环球时报报道,目前日本不少中小型企业销售额均受到金融危机影

域外风情|YuWaiFengQing

日本酿酒业再拓中国市场求生

响,其中,造酒厂更是因为目前烧酒等传统日本酒的受欢迎程度已大不如从前,不少造酒企业不得不选择进入中国市场,抓住最后的“生存机会”。

位于仓敷市的十八盛酒造株式会社是一家江户时代创业的老店,主要销售日本清酒和烧酒等。去年5月24日,十八盛酒造株式会社在中国辽宁省营口市设立的直营店“十八盛屋”正式开业,而日本国内的市场也相应缩小。

石合敬三表示,该公司的目标客人除了中国人外,还包括从今年4月份开始在中国工作的日本人。大连市是中国东北部的中心城市,并且有5000人以上的日本人在当地居住,十八盛酒造株式会社与市内的五六家小酒馆以及日本料理店进行合作,向顾客提供日本清酒等。但是“十八盛酒”的竞争对手中有不少日本清酒酿造行业的同行,其中还有中国当地的厂家,形势不容乐观。

“十八盛酒”出产的清酒自江户时代开始就以其口感清爽柔和著称。“十八盛酒”清酒在酿造过程中使用了具有日本古代稻米基因“红酒曲”和用冈山县特产葡萄榨出葡萄汁,酒入口中清香绵柔,颇受女性喜爱。

参加品酒会的不仅有当地的日本人、中国人,还有不少喜欢清酒的欧美人士。石合敬三表示,将根据中国的爱好进行调整,希望酿造出符合当地人口味的酒。(凌铃)

饮用量5升的水平。日本葡萄酒饮用量未能再现突破可由多个因素解释,最真说服力的原因是,葡萄酒一直受到本地酒精饮料如日本烧酒及清酒的竞争影响,从而增长速度放缓。而在中国,传统酒精饮料,如白酒及黄酒,亦可能影响到葡萄酒饮用量的增幅。

3、中国将成为顶级声望的精品酒重要市场。时至今日,亚洲占据公司总交易量在1/4至1/3,主要据点为

纯正血统 正宗军酒

Http://www.cdjunxing.com

成都军星酒业有限公司 地址:四川省崇州市锦江

电话:028--82398177 028--82396368

传真:028--82396077

中国或将迎来葡萄酒“黄金十年”

□ 李志延

从2010年开始,中国将有可能迎来未来葡萄酒市场上的黄金十年。

何以见得?几乎所有葡萄酒爱好者都开始将注意力集中到中国内地和香港——这两个未来十年将会飞速发展的葡萄酒市场。

种种迹象都在暗示这个黄金十年的来临。香港已经超越伦敦成为全球领先的葡萄酒拍卖中心,2010年底

极有可能取代纽约,成为全球顶级的葡萄酒拍卖点,2010年前半年拍卖额已达514万美元,预计于年底可达1000万美元。日前于香港举行的Vinexpo国际酒展空前成功,参展的酒庄及买家数目破历年纪录,使不少波尔多葡萄酒厂商对市场重拾信心。

针对2020年中国葡萄酒市场,笔者亦做出了自己的预测与大家分享:

1、纵使经济前景尚未明朗,香港及内地的葡萄酒饮用量将于未来10年逐步增加。上等及次级葡萄酒的饮用量将因本地酒庄积极的营销及分销策略逐步增长,这已是不争的事实。顾客群则将集中于数目日增的中上阶层,主要为20岁至40岁对西洋文化持开放态度的顾客。

2、中国的葡萄酒饮用量将在人均饮用量达2升至3升的水平见顶。从日本目前的情形看,仍未达到人均

饮用量5升的水平。日本葡萄酒饮用量未能再现突破可由多个因素解释,最真说服力的原因是,葡萄酒一直受到本地酒精饮料如日本烧酒及清酒的竞争影响,从而增长速度放缓。而在中国,传统酒精饮料,如白酒及黄酒,亦可能影响到葡萄酒饮用量的增幅。

3、中国将成为顶级声望的精品酒重要市场。时至今日,亚洲占据公司总交易量在1/4至1/3,主要据点为

香港及内地。高质量威士忌及科涅克白兰地的销量在香港及内地销量一直稳健,带动整体酒业的发展。另外,多方证据显示,内地和香港市场愈见重要。

4、葡萄酒将成为大部分中国人能负担的商品。葡萄酒与日常饮用酒的需求将各自发展,其分歧将愈见极端化。

5、每日饮用的酒品将以本地生产的为主。在今时今日的中国,主

要饮用的酒品大多为本地酒。有鉴于中国本土酒庄持续扩展及酿酒技术的改良,消费能力较低的市场,细分市场将有所增长,价廉质优的酒品将占据市场主体。

6、餐饮文化的改变增加酒品饮用量。西餐厅的数目在中国内地及香港将会越来越多,与此带动的葡萄酒消费将渐渐被接受,成为餐饮文化不可或缺的一环。