# 中国食品周刊
FOOD WEEKLY

协办：中国食品工业协会花卉食品专业委员会协办　　广告热线：028-68551386　新闻热线：13908058548　电子邮箱：1722428646@qq.com

2013 年 12 月 20 日　星期五　主编：李国政　责编：杜高孝　版式：张彤




# “眨眼工夫”全国范围牛奶又猛涨

今年以来国内奶源持续紧张，有报道称我国正遭遇“史上最严重奶荒”。中商流通生产力促进中心乳业专家宋亮给予了肯定的答案：“目前的奶荒确实是近些年来最为严重的一次，我国原奶缺口在 400 多万吨，这还是最乐观的保守估计，实际情况可能还要严重。”宋亮称，正因为如此，才会出现牛奶涨价频率比往年高的情况。

这个月，家住徐汇区的刘小姐发现，家里订的光明牛奶涨价了，220 毫升瓶装鲜奶从原来的 2.7 元涨到 3.1 元，涨幅近 15%。“以前都是一两角钱一涨，这次涨得有点猛。”她说。

记者从光明乳业处了解到，这次涨价涉及旗下大部分产品，但全国不同区域、不同渠道、不同产品涨幅均不一样，综合计算，加权平均涨幅在 8%–9%。伊利、蒙牛、三元等国内主要乳企也在近期不同程度地提价，而这次距离九十月份多家乳企提价不过“眨眼工夫”。

## 涨价链条波及乳制品供应

这是全国范围的普涨，也是乳制品全线涨价。

“今年以来，原料奶收购价格同比增幅接近 50%……而且其他原辅材料，如包装材料、人工成本等也在持续上涨，企业无法通过采取精细化管理、高效生产运营等内部措施消化全部上升的成本。”这是北京三元食品股份有限公司在公告中的表述。

光明、蒙牛、伊利的涨价措辞也不出其右。

根据农业部的定点监测，自 2012 年 9 月以来，全国生鲜乳价格连续 14 个月上涨，到今年 11 月份第二周上涨至 3.96 元/公斤，同比上涨 13%以上。新华社全国农副产品和农资价格行情系统监测也显示，今年 8 月份以来，全国塑袋装纯牛奶价格呈现较为明显的上涨走势，到 11 月底，塑袋装纯牛奶均价上涨近 10%。分地区来看，近九成省区市塑袋装纯牛奶价格上涨，其中浙江、黑龙江、新疆等地涨幅居前。

从原奶收购价格开始的涨价链条，波及了乳制品供应。经常购买袋装牛奶喝的龙小姐发觉，家里附近小超市的袋装牛奶已经断货好几周，而到较远的大卖场购买的话也得赶早，营业员告诉她，近段时间袋装牛奶到货不稳定，就算有货到，量也不大，一早就会被顾客“抢完”；而高端奶供应十分充足，货架上从未断货。无奈之下，龙小姐选择购买同品牌的盒装牛奶，同样是 250 毫升的包装，盒装牛奶比袋装牛奶贵 1 元多。

## 提价能否解决消费者安全忧虑？

为什么中低端乳品买不到，而高端奶却供应稳定？奶荒是否有炒作成分，是乳企年底为了冲报表？

对此，宋亮直言，炒作冲报表一说不成立，奶荒和成本上升是不争的事实。他分析，奶源供应趋紧，原奶价格攀升，加之包装材料、物流、人工等成本上涨，导致生产成本过快增长，是乳制品价格屡涨的主因；同时，国内迅速增长的消费需求，也对乳制品价格形成有力支撑。“如果说以前的问题只是涨价，在涨价的情况下能够保证供应，那么，现在的情况是，即便涨价，还是无法完全保证供应，这也就是为什么消费者会抱怨买不到低端奶。奶源紧张，各乳企自然首先保证中高端产品的生产。”

奶源不足源于多种因素，内因是国内奶牛存栏量下降，奶牛产奶量下降。今夏我国多地遭遇异常高温，一些地区甚至出现了大旱，这在影响牧草长势和质量的同时，也影响了奶牛产奶量。另一方面，今夏肉牛价格同比高达 50%的涨幅，引得一部分散户奶农直接将奶牛投入肉牛市场，从而进一步加剧了奶源供应紧张的局面。

外因则是新西兰等地的乳制品爆出“质量门”，导致进口停止或受限，一些乳企转向国内乳源替代。“国内的奶荒甚至还推高了国际奶粉的价格，同比涨幅超过了 50%。”宋亮告诉记者，今年 10 月进口奶粉价格达到 4900 多美元/吨，而去年同期的价格在 2800 美元/吨上下。

乳企提价也反映了乳企的议价能力很强，价格上涨，销售不减。对于乳制品来说，食品安全是比价格更敏感的因素，如果涨价能够解决消费者对于产品质量的忧虑，那么，消费者未必不愿意买单。毕竟三聚氰胺事件的发生就与成本价格之间的“冲突”有一定关系。

据宋亮估计，按照乳业市场调节规律，从生鲜乳价格上涨周期、全球原奶产量、2012 年牧场建设数量、2012 年奶牛进口数量这四项行业指标来看，到明年二季度，国内奶荒现象可能会得到初步缓解。“这次的奶荒来得比较突然，预计政府会在奶牛养殖等方面出台一些扶持政策，加之一些前两年新建的牧场在 2014 年陆续能够投产，奶荒周期有望很快度过。”

那么待奶荒缓解，价格是否有望回落？宋亮坦言，价格从来都是易涨难跌，即便奶荒有所缓解，国内乳企的生产成本还是高企，牛奶降价的可能性不大。

## 改革政策利好乳企？

涨价也好，奶荒也罢，对于乳企来说，业绩才是硬道理。我们目前看到的状况是，上市乳企股价飘红；听到的消息是，单独二孩等新政都被归为乳企政策利好。

今年以来，光明乳业的股价已经翻了一番多；伊利股份股价自年初创下历史新高后，更是再接再厉又上涨约六成。

有分析师称，在食品饮料板块，以往受关注、被热炒的莫过于白酒股，而现在轮到乳业股了。据预测，各地有关单独二孩的具体落实细则将在 2014 年初出台，单独二孩生育高潮将在 2014 年出现并持续数年。据此判断，目前已有大量资金流入奶牛养殖领域，加大奶牛养殖投入，原奶产量回升可期。

与此同时，农村土地流转政策也被认为与乳业有关联度。分析认为，为落实改革精神，国内部分地区已经出台关于建立农村土地流转机制的试行办法，鼓励承包经营权在公开市场上向专业大户、家庭农场、农民合作社、农民企业流转。宋亮认为，如果土地可以实现流转，那意味着制约奶牛养殖的主要瓶颈得以突破，未来围绕家庭牧场、合作社，有望掀起一波奶牛养殖高潮。

利好归利好，竞争加剧也是国内乳企必须直面的。宋亮表示，目前虽然国外乳企在国内主要销售常温奶，市场占有率并不高，在全年 1000 万吨的消费量中，国外奶仅占 18 万–20 万吨，但能观察到的趋势是，国外奶的销售增长很快，“预计 5 年后，国外乳企在国内市场上会占据比较可观的份额”。而且，与乳业发达国家比，国内加工企业仍在加工、包装等技术，食品安全标准，企业管理等方面存在较大差距，再加上国内企业尚未摆脱食品安全的种种质疑，因此，外资企业仍站在市场台阶的上层位置。宋亮判断：“国内企业与国外企业存在安全信任和成本比拼的差距，成本差距短期难以缩小，信任差距暂时还难逾越，未来国外乳企的圈地速度或会加快。”

（陆绮雯）

# 醒了　“无所不泡”的四川泡菜要申遗

日前，韩国泡菜文化申遗成功，不少四川人开始疑惑，四川泡菜历史悠久、品种丰富，为什么就不能申请？对此，社会学家袁庭栋认为，广大四川同胞应该团结起来，共同为申遗努力，而成都川菜博物馆副馆长张辉强则表示，四川泡菜确有申遗打算。

## 独特配方品种丰富 为四川泡菜最大特点

“四川泡菜最有特色的地方，在于它的泡制方法和种类。”张辉强介绍，用传统的泡制方法，抑制泡菜里菌类的生长，使之保持平衡。不管是泡制一天还是几十年，都能泡出可口的味儿。而说到四川泡菜种类，张辉强仅用了 4 个字来概括——“无所不泡”，肉、水果蔬菜等只要能想到的都可以成为原料。

随后，他接着介绍，在四川比较有名的一种泡菜叫“洗澡泡菜”，因为泡制方法，将泡缸里大量的乳酸菌保持平衡状态，所以泡制一天便能食用。相比韩国泡菜的泡制方法，四川泡菜会运用了瓦制器皿、埋土隔绝空气、水密封隔绝空气等不同方法，有的来自民间，有的是现代工艺。

## 四川泡菜没申遗原因是 意识淡薄

当问到四川泡菜为何没有申请非物质文化遗产时，张辉强说：“这和大家的意识有很大关系。在四川，泡菜随处可见，但对文化的传承意识，我们是缺少的。”而对于四川泡菜是否有申请非物质文化遗产的打算，张辉强信心满满地回答，“当然有！我们最应该做的，就是呼吁大家进行一个反思，我们虽然有很好的资源，但并没有将资源充分利用，这是每个人都应该思考的。”

无独有偶，著名巴蜀文化学者、社会学家袁庭栋说：“四川泡菜应该要申请非物质文化遗产。因为我们有很好的技术、文化、特色等，但遗憾的是没充分的利用起来。”在袁庭栋看来，现在最重要的，是“中国人要团结起来，朝着一个方向努力，四川同胞也如此，团结起来把我们的四川泡菜做大做强。”

## 你是泡菜高手？ 你最爱吃的泡菜是什么？

都说高手在民间，你们知道四川泡菜如何泡制更有味儿吗？对于酸萝卜、酸豇豆，还是西芹、生姜，哪一样泡菜是你的最爱呢？

“我家的洗澡泡菜，泡了四个小时，就可以吃了。”市民陈女士称，自己老家在遂宁，从爷爷辈就开始弄泡菜，用坛泡，加入芹菜、胡萝卜、莴笋、洋葱，“任何你想要泡的菜，都可以加入。”

“最重要的是，一定要加野山椒和冰糖。”陈女士坦言，这样弄出来的太好吃了，鲜嫩脆香辣，很爽口，现在自家弄出来的泡菜，早就从配角变成了每次餐桌的主角，“泡菜的时候，有一点一定要注意，就是泡了之后，一定不能用有油的筷子去碰到泡菜水。”

**▼相关链接**

## 曾经声名远扬的“田大妈泡菜”

田玉文，这个曾被誉为“泡菜大王”的人，她的创业故事曾备受关注。从投资 3 万元开泡菜小作坊开始，仅仅 6 年，田玉文的泡菜厂年销售额就高达 4000 多万元，她创立的“蓉新”牌泡菜畅销全国。

1982 年，30 岁的田玉文在新津县新平镇刘家碾租房开饭馆。在当时的改革开放大潮中，小学 3 年级文化的田玉文看到了一个新的产业——蔬菜加工。她了解到加工泡菜本小利大，于是花钱拜师学习了腌制泡菜的技术。

1989 年田玉文用 3 万元钱在刘家碾租了几间房子，买回几口可以装 1000 多斤蔬菜的大瓷缸加工泡菜，摆起了泡菜销售摊子。很快，脆、嫩、香的田大妈泡菜得到了附近居民的青睐，连几公里外的县城居民也纷纷前往购买。几年下来，田玉文靠卖泡菜掘得第一桶金，积累了上百万元资金。

1992 年，田玉文注册成立了成都市新津县蔬菜腌腊制品有限公司，生产“蓉新”牌泡菜。产品一上市，很快就因适合成都人的口味而走俏，销量超过了新繁泡菜，逐步销往国内市场；在东北一带，“蓉新”泡菜一度占据当地泡菜 90%以上的销售份额。

1995 年，田玉文的“蓉新”牌泡菜年销售额达到 4000 万元，相继开发出系列产品 100 多个。这是田玉文企业发展最辉煌的时期，但后却因非法吸收公众存款罪和虚报注册资本罪被判处有期徒刑 11 年。

**中韩泡菜差异**

泡菜是韩国人不可或缺的一种食物，虽都叫泡菜，但其种类却多如牛毛。有大白菜泡菜、大萝卜泡菜、韩国特有的小萝卜泡菜、打包泡菜、汤汁儿泡菜、大葱泡菜、苦泡菜，此外还有鱼虾类经发酵而成的鱼虾酱等。

在制作方式上，韩国泡菜与四川泡菜也不尽相同。韩国泡菜以腌渍为主，各种辅料被揉搓在主料上，其精华在于各类腌渍调料十分丰富，口味复合，这与我国北方腌酱菜的原理一样，只是选料有所不同。而四川泡菜讲究浸泡，是真正意义上的“泡菜”。

韩国泡菜自 1300 年前由中国传入后，已逐渐由各家各户手工自制发展为现代化工业化大规模生产，与四川泡菜的一家一风味不同，这样的生产技术为泡菜制定了一个统一的、科学的工艺标准，保证了泡菜的质量。相比之下，中国泡菜则地域性过强，不重视品牌。

（赵雨欣　李丹　吴冰清）

**一周要闻**

## 逾三成供港澳蛋品 将佩“电子身份证”

记者从湖北出入境检验检疫局获悉，中国蛋品出口第一大省湖北省将试点推广出口蛋品电子标签溯源管理系统，为每批出口蛋品佩“电子身份证”。

湖北每年蛋品出口达 3.5 万吨，约覆盖内地供港澳蛋品的三分之一。

据悉，湖北是中国首个将此系统应用到蛋企的省份。采用电子溯源管理后，每箱出口蛋品包装箱上将贴上采用射频识别技术的“电子身份证”，检验通关时通过手持移动识别终端扫描，即可对出口蛋品的生产企业、养殖场等信息进行追踪。

实行电子溯源管理后，出口蛋品检验和通关速度将节省 1 至 3 天时间，并将有效杜绝在产地到口岸运输途中人为调包、收购非备案养殖场蛋品出口等行为。

湖北检验检疫局相关负责人表示，这不仅大幅提升蛋品生产供应链的信息透明度，而且未来将有助于对问题蛋品的实时溯源、精确判定和快速召回。今后这一技术有望运用到其他农产品中。

## 广东凉茶企业资源抢夺加剧

2014 年的凉茶市场大战尚未到来，广东多家凉茶企业的营销资源抢夺正在进行。记者获悉，不仅本土凉茶企业邓老凉茶与中国探月工程中心签署了战略合作协议，另两大行业巨头——王老吉和加多宝对明年电视领域黄金资源的争夺也进入了白热化：前者投入近亿元，后者投入近 10 亿元。

据了解，目前中国凉茶市场容量已达到约 300 亿元的规模，成为我国饮料行业中占据重要地位的支柱产业。随着行业蛋糕越做越大，凉茶业竞争越来越激烈，尤其在营销推广方面，黄金资源争夺进入白热化。记者获悉，邓老凉茶在线下加快拓展传统零售、餐饮渠道同时，还在线上大力开发电商平台，与天猫、淘宝等电商巨头建立合作关系。而王老吉最近则耗资 5500 万元，抢下明年央视《新闻联播》后标版第四单元正一位置，并续签央视《开门大吉》独家冠名权，同时获得世界杯期间央视广告时段。加多宝也以 5996 万元获得央视独家冠名《开讲啦》、以 8600 万元夺得央视“新闻联播后 10 秒标版”第一时间单元第一播出位，以 5509 万元获得 2014 年世界杯赛事直播赛中广告位，以及联合洋河中标“2014 春晚的特约项目”等。业内认为，为争夺央视、浙江卫视等电视传播中的黄金资源，双方投入巨大。

## 台湾一食用油掺假 厂商被判刑 16 年

台湾彰化地方法院 12 月 16 日判处以掺混、假冒的方式出售多款食用油的大统长基公司负责人高振利 16 年徒刑，对大统长基处以罚金 5000 万元（新台币）。

综合岛内媒体报道，包括橄榄油在内的多项大统长基油品，在 10 月被卫生单位及检调查出混充、伪冒。彰化地检署查出，高振利从 2007 年起涉嫌在橄榄油等 8 大类油品内混掺棉籽油、铜叶绿素、低价油品，混充贩售，依 8 项诈欺罪起诉。

今年 8 月底，卫生福利主管部门收到民众检举，指大统长基油品多用廉价食用油混充。检调单位调查后发现，业者在号称纯度 100%橄榄油产品中添加廉价棉籽油，还以食品禁用的铜叶绿素染色。

随后，大统长基油品风波在岛内愈演愈烈。另一家公司富味乡，也被查出油品标示不实，引发岛内食用油危机。

## “高端水”利润率约为 普通水 6–7 倍　需要统一标准

在普通瓶装水厮杀惨烈的今天，各方资本抢占高端水市场，看中的还是其丰厚利润。有研究报告显示，国内矿泉水的平均利润率仅为 3.85%，而高端矿泉水的利润率大概为普通水的 6–7 倍。

专家介绍，只要水源达标，处理技术合乎标准，1 元的普通矿泉水与 10 元左右的高价矿泉水并无显著区别。实际上，何为“高端水”亦尚无标准。据记者了解，2009 年 10 月 1 日起矿泉水行业新规实施，但对“高端水”这一新兴的细分领域没有明确的判断标准，这也意味着“高端水”市场无法判定哪些产地的矿泉水是优质的，也无法界定优质矿泉水内矿物质、微量元素的含量标准。

现实中，“高端水”只能猛打概念牌，“疗养型矿泉水”、“奢侈收藏型水”等概念乱花渐欲迷人眼。同时，卖家也在努力传达这样的理念：高端水是高品质生活、身份的象征。卖家为了多卖“高端水”而采取各种营销手段，本属市场行为，无可厚非，但是，这要以不夸大宣传、不影响消费者健康为前提。

要解开老百姓心中的“高端水”之惑，需建立“高端水”市场的统一标准。

（编者整理）

联系电话：0830—5600777；13708284797