

中国低度白酒占市场一半份额

在近日举行的“2017 中国低度白酒发展高峰论坛”上，与会专家透露，目前 50 度以下的降度白酒和低度白酒已经占白酒消费市场的 90% 以上，低度白酒的市场份额在不到 40 年间增长近 50 倍。不过，中国低度白酒面临如何应对消费市场升级、白酒消费市场年轻化的问题。

低度白酒市场需被再认识

中国酒业协会副理事长、秘书长宋玉书提出，中国白酒呈现低度化趋势。据他透露的数据，

中国 50 度以下的降度白酒和低度白酒已占白酒消费市场的 90% 以上，42 度白酒占白酒消费量的 50% 左右。而在上世纪 80 年代以前，低度白酒占白酒市场的份额不到 1%；1980—1985 年间，份额不到 10%；在 1985 年后，其份额不断攀升。

据了解，国际上很多国家对烈酒的酒度有所限制，欧美国家烈酒的酒度在 40 度以下，日韩的烈酒酒度在 25 度以下，而在国际白酒分类中，中国白酒被包含在浓度小于 80% 的基酒中。“从国际贸易口径上，食用酒精和中国白酒被当成了一回事，这真的是

很滑稽。”宋玉书称。

事实上，中国早在上世纪 90 年代就形成了现行的白酒标准，把低度白酒规定为乙醇含量 40 度以下。宋玉书透露，新的浓香型标准很快就会颁布，或将把这个低度白酒的标准定到酒精含量 45% 以下。宋玉书认为，目前市场上的优质低度白酒是稀缺资源中的稀缺，低度白酒市场需要被再认识。

白酒市场近日利好连连。7 月 27 日晚间，贵州茅台发布半年报显示，今年 1—6 月，贵州茅台公司共生产茅台酒及系列酒基酒 42198.18 吨；实现归属于母公

司所有者的净利润 112.51 亿元，同比增长 27.81%。水井坊近日公布的半年报显示，今年上半年，水井坊实现营收 8.4 亿元，同比增长 70.62%，归属股东净利润 1.14 亿元，同比增长 25.66%。

面临消费升级和年轻化

“强势品牌回暖现象明显。”有业内人士如此表示。知行力酒类战略营销托管咨询董事长梁超认为，高、中、低度白酒各有其市场需求、占比不同，不同市场的需求也有所不同，据他调查的结果，河北省市场主流度数在

42 度左右，山东省市场主流度数是 30~38 度之间，甘肃省、青海省等西北市场以 52 度为主，贵州酱酒的主流度数是 53 度，广东、浙江的主流度数是 33 度，而低度白酒仅是中国白酒发展方向之一。

不过，中国食品产业评论员朱丹蓬认为，中国低度酒的发展必须面对消费市场升级和白酒市场年轻化两个趋势，“中国白酒低度酒正在发力，但要解决对接年轻消费者、达到高频次购买率的问题。”他认为，这是低度酒乃至白酒都面临的问题。
(中经网)

网络外卖“非餐”市场增速显现

7 月 31 日，外卖平台饿了么宣布与即时物流平台点我达达成合作，并完成第一阶段在全国 50 多个重要城市的众包配送服务对接，共同推动本地生活服务的发展。在各大网餐平台商户拓展已经趋于饱和的背景下，加紧建设即时配送网络，有望进一步激活“非餐”领域市场。

早在今年 4 月，饿了么 CEO 张旭豪就曾表示，饿了么的非餐饮交易额已经占到平台整体的 10%。这充分表明，用户对餐饮以外消费品的即时配送需求不仅真实存在，而且潜力巨大。未来，饿了么将发力消费品即时配送市场。

而据饿了么早些时候发布数据，截至 2016 年 8 月，平台商超品类交易额同比增长 11 倍，商家数同比增长 6 倍，两项数据均在正餐以外的“新品类”中位列第一，且高

于平台整体水平。

美团点评集团相关负责人表示，截至今年 6 月，美团外卖日最高单量达到 1255 万单，交易额突破 5 亿。而在日平均 1200 万订单中，有超过 30 万单是非餐饮订单。另据《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2016 年 12 月，我国网上外卖用户规模达到 2.09 亿，年增长率为 83.7%，占网民比例达到 28.5%。对此，有媒体报道称，从发展阶段来看，在线外卖平台已进入比拼品质、服务和产业渗透能力阶段，并为未来市场全品类配送，从技术、商业模式及多元化的服务上做足准备。

据了解，不止饿了么，美团外卖、百度外卖也早已开始布局非餐饮品类，商超、生鲜、鲜花蛋糕等高频次购买产品成为首选的布局领域。

与外卖平台积极布局商超相

比，面对成本上升而扩张缓慢的传统商超，也开始积极拥抱互联网。媒体报道称，商超巨头沃尔玛与京东到家宣布将展会更多合作。据统计，今年 3 月份至今，全国共有 12 个城市的 50 多家沃尔玛新入驻了京东到家，这使得沃尔玛和京东到家的合作已经扩展到了包括北上广深在内的全国 18 个主要城市 134 家门店。

而在近年中因快速扩张而陷入同质化竞争的便利店，也在各大外卖平台开始寻求突破。对于外卖“非餐”市场的快速发展，有业内人士表示，当前即时配送品类仍以外卖餐饮为主，尽管商超、鲜花蛋糕等品类的配送量也在快速增长，但基数还较小，能否成为餐饮配送之外另外一块巨大的市场，取决于品类的消费频率和配送习惯的养成。

(中国网)

部委信息

农产品批发价格 200 指数上升 0.33 个点

本报讯 据农业部监测，8 月 2 日，农产品批发价格 200 指数为 96.33，比前一天上升 0.33 个点，“菜篮子”产品批发价格 200 指数为 95.54，比前一天上升 0.39 个点。

全国农产品批发市场猪肉平均价格为 19.83 元/公斤，比前一天上升 0.4%；牛肉 52.43 元/公斤，比前一天下降 1.0%；羊肉 46.22 元/公斤，比前一天上升 0.3%；鸡蛋 6.78 元/公斤，比前一天上升 0.9%；白条鸡 13.24 元/公斤，比前一天下降 2.3%。重点监测的 28 种蔬菜平均价格为 3.85 元/公斤，比前一天上升 1.4%；重点监测的 7 种水果平均价格为 5.06 元/公斤，比前一天上升 0.9%；鲫鱼平均价格为 17.72 元/公斤，比前一天下降 0.6%；鲤鱼 11.37 元/公斤，比前一天下降 0.6%；白鲢鱼 7.10 元/公斤，比前一天上升 3.7%；大带鱼 35.76 元/公斤，比前一天下降

2.7%。

国内鲜活农产品批发市场重点监测的 60 个品种中，与前一天相比价格升幅前五名的是：豆角、西葫芦、芹菜、白鲢鱼和莴笋，幅度

分别为 5.3%、4.5%、4.1%、3.7% 和 2.9%；价格降幅前五名的是：大带鱼、白条鸡、土豆、大黄花鱼和白萝卜，幅度分别为 2.7%、2.3%、1.4%、1.1% 和 1.0%。

北京市 8 月 2 日部分蔬菜批发市场价格行情

单位(元/公斤)					
品种	最高价	最低价	品种	最高价	最低价
大白菜	1.5	1.2	莴笋	1.9	1.0
油菜	5.0	3.6	莲藕	4.8	4.0
小白菜	8.0	6.0	绿豆芽	2.0	1.6
韭菜	4.0	3.2	黄豆芽	1.8	1.4
蒜苗	7.0	2.6	菜花	3.0	2.4
白萝卜	1.0	0.6	西红柿	4.0	1.4
土豆	1.7	1.2	尖椒	2.2	1.2
胡萝卜	1.8	1.0	茄子	2.4	1.4
大蒜	7.0	5.4	苦瓜	3.0	2.0

市场动态

多重原因致西瓜价格大跌 7 月均价同比低 12.3%

“每年入夏后，西瓜价格都会出现季节性下跌，但今年走势与往年有些不同。”中国农业科学院农业信息研究所研究员赵俊晔说。以北京新发地普通京欣西瓜为例，去年 5 月底至 6 月上旬，价格下滑，但之后到 7 月底回升。

北京新发地农副产品批发市场统计部经理刘通介绍，今年新发地普通京欣西瓜每斤批发价 6 月 15 日跌破 1 元，7 月 10 日以来基本徘徊在 0.55 元至 0.8 元之间。据悉，河南、安徽一些产地西瓜每斤批发价已经跌破 0.2 元，宁夏、山东的硒砂瓜单价也跌到了 0.2 元至 0.4 元之间。

农业部监测数据显示，今年 1 月份至 7 月份，全国西瓜整体价格呈高开低走态势。1 月份和 2 月份，西瓜价格最高上摸到每斤 2.8 元，为 2015 年以来最高月度价，之后一路走低。6 月下旬以来，全国西瓜快速下跌，从 6 月中下旬每斤 1.5 元，快速跌至 7 月中旬 0.9 元。7 月份均价比去年同期低了 12.3%。

6 月份以来，全国西瓜价格为何持续大跌？赵俊晔认为，既有季节性原因，也有露地种植面积扩大、主产区产量高、上市时间重叠、降雨影响西瓜质量和销售等原因。

每年夏季是露地西瓜上市期，去年露地西瓜供应偏紧，导致 6 月底到 7 月上旬价格偏高。不少瓜农以为露地西瓜行情不错，今年大幅增加了种植面积。抽样调查数据显示，今年上半年全国露地西瓜种植面积比去年增加了 10% 以上。加上天气条件基本适宜，上半年全国西瓜普遍增产，山东、东北、河南西瓜单产提高了 10% 至 15%。6 月底以来，各主产区集中上市，短时间内西瓜供给迅速增加，导致价格下跌。

瓜贱伤农，令人痛心。赵俊晔建议各主产区加强监测，及时掌握西瓜面积、产量、上市期、销售等信息，尽可能建立产销信息发布的权威渠道，为生产、流通、营销、消费各方提供可靠的全方位信息，帮助瓜农避免盲目扩种。另外，有关部门要帮助瓜农拓宽销售渠道，积极利用电商平台扩大销售半径，推进产销对接和订单种植。

“每年西瓜大量上市时，社会上都会出现‘打针西瓜’‘激素西瓜’等谣言，混淆视听，抑制消费。新闻媒体要站出来，还西瓜以清白，正确引导消费。”赵俊晔觉得，目前我国西瓜知名品牌还是太少，建议主产区加强品牌建设，通过规模化、标准化、品牌化发展，提高知名度，掌握定价权。再就是主产区可以尝试推出西瓜价格保险或收入保险，在西瓜价格跌破成本时，为农民提供一定的保障。

一个好消息是，由于产地价已经接近采摘成本，西瓜价继续下跌的可能性并不大，后市将趋于平稳。不过，鉴于目前山东、河南、宁夏、甘肃等主产区西瓜还处于大量上市期，到 8 月中下旬之前，全国西瓜供应相对充足，短期内价格恐难大幅反弹。赵俊晔认为，8 月底以后，随着主产区西瓜下市，供应量减少，全国西瓜价格将显著回升。
(新华网)