

茶业产销失衡竞争激烈 “茶旅融合”或推行业发展

近年来,随着茶叶学科研究愈发深入以及健康饮茶的科学普及,中国茶产业发展迅速,生产规模快速增长,茶叶消费量也呈逐年上升趋势。其中,不少地区纷纷布局茶产业,打响茶品牌,做大茶产业。

但同时,在消费升级的大背景下,茶产业的产销不平衡问题也一直备受关注。当下,我国茶产业整体上产大于销,导致茶产业市场竞争十分激烈。

3月18日,在第三届国际(宜宾)茶业年会上,中国茶叶学会理事长江用文表示,茶业

发展确实面临相关问题,很多地方在探索“茶旅融合”,因此要努力提升产品附加值,适应更多消费者。

产销不平衡更加明显

中国茶叶流通协会发布的《2018年中国茶叶产销形势报告》(以下简称《报告》)显示,2018年中国茶业总体保持了稳中有进的态势,全国18个主要产茶省(自治区、直辖市)茶园面积同比增加123万亩,增长率为2.9%。

《报告》指出,近年来,部分企业库存加大,全国茶产量逐年增加,产能过剩问题日益明显。此外,根据农业部门估计,2018年未开采茶园达900多万亩,未来两到三年集中进入丰产期,市场将面临压力。

实际上,从2014年开始,我国茶叶消费增长始终低于产量增长,茶叶库存不断增加,茶业面临着产能过剩的问题。就此,一位茶行业资深专家表示,2018年茶叶产量进一步加大,“产销不平衡越来越明显,要引起重视”。

江用文指出,从消费总量来看,尽管2018年较2017年有增长,但行业确实也存在着一定程度上的产销不平衡,行业劳动力紧缺,缺乏全国性品牌。茶产业有个特点就是,如果春茶销售情况不好,农民对于夏茶、秋茶的采摘和生产积极性就会受到影响。“茶业依旧会有产量,但是农民卖不出去,就不一定会去采。”

在江用文看来,很多产茶区都重视茶产业的发展,重视规模的扩大,同时也应注意潜在的风险。未来的消费是会保持增长趋势的,但就目前而言,消费的速度还不足以覆盖生产的速度。

因此,江用文建议,要注重提升茶叶本身的附加值,业界和企业都应思考如何扩大饮茶消费人群。“现在很多年轻人缺乏喝茶的习惯,因此要研究他们的消费习惯,在消费升级、供给侧结构性改革的背景下,不少传统茶企在努力将传统茶叶制作推向更加精品化,另外还通过不断创新业态,挖掘行业发展新热点。”江用文称。

宜宾推“茶旅融合”

面对茶叶发展新形势,地方、企业该如何破局?

宜宾市有着3000多年的种茶史。2018年,宜宾茶园总面积达118.7万亩,居四川省第一,干茶总产量达7.1万吨,茶叶综合产值达165.2亿元,两者居全省第二。作为四川茶叶主产区、全国最大的早茶生产基地,宜宾早茶及宜宾茶具有一定知名度。

数据显示,2018年宜宾茶叶出口创汇突破1100万美元大关,同比增长85.5%。宜宾提出,力争到2021年,宜宾实现全市茶园总面积130万亩、干茶年产量10万吨,茶叶年综合产值达300亿元以上的目标。

而在《宜宾市茶产业发展十年总体规划(2016-2025)》中更明确提出,到2025年,宜宾茶叶实际投产面积稳定在100万亩左右,干茶年产量10万吨左右,茶产业年综合产值(现价)达到400亿元。

事实上,为加快茶产业快速发展,不少地方当下正探索“茶旅融合”发展的创新模式。宜宾正在探索并使用的“公司+农合+茶农+旅游”四位联动发展模式,是近几年来宜宾茶产业发展探索的新路。

在江用文看来,宜宾茶产业与旅游产业的结合,确实是一条能够有效增加农民收入的途径,这样一来就有更多的收入流到农民手中。“通过旅游,茶农不仅能够增加旅客在吃住这一块的收入,同时也能拉动销量,价格方面比卖给企业的附加值更高。”

一位与会的行业人士表示,茶叶文化与乡村旅游结合,推出茶乡旅游线路,一方面消费者可以切身体验茶文化,了解制作过程、加工厂区,还可以亲身采茶制茶,通过互动深化对茶产业认识,促进茶产业三产融合发展。

(每日经济新闻)



国内首个乳品工艺定额标准出炉

伊利再造中国乳业国际竞争“制高点”

3月18日,内蒙古自治区住房和城乡建设厅等机构在京举办了《内蒙古自治区乳品工业管道及设备安装预算定额》标准发布会,该标准作为国内首个乳品工艺定额标准,填补了行业计价空白。

“2018年6月,内蒙古伊利实业集团股份有限公司向内蒙古自治区住房和城乡建设厅书面申请编制本《定额》,考虑到乳品工业管道及设备安装工程执行现行安装定额与实际产生较大差异。为合理确定乳品工业管道及设备安装工程造价,提高国有投资效率,我们决定启动编制工作。”谈及该《定额》的编制缘由,内蒙古自治区住房和城乡建设厅副厅长揭新民如是表示。

据了解,伊利工作人员进行深入分析后发现,乳品工艺属于轻工业,使用的材料、机械设备均为轻型设备,其材料、机械的消耗量较远低于正常工业管道的消耗量。如继续参照现行的工程计价依据,将在实际项目实施中产生不必要的浪费。由此,《定额》于2018年6月开始筹编,并于同年12月审定通过。

此次《定额》的推广实施将减少乳企在产业链生产中,因为标准不统一而造成的高成本和品质损耗,最终让每一份牛奶以更高效率更安全更新鲜的方式到达消费者的手上。

标准决定品质,标准决定竞

争力,标准是国际经济竞争的“制高点”。此次参与制定的国内首个乳品工艺定额标准,是伊利在供给侧改革中的积极输出。作为乳业领军者,伊利专门成立了标准化研究部门,积极参与行业相关的4个基础标准、3个营养强化剂质量规格标准及1个生产经营规范制修订及跟踪工作,全力推动中国乳制品行业标准提升。此次标准的落地,也使伊利标准再一次上升为行业通用标准。

“粗略估算,执行本定额后每年可节约投资15%左右,提高了资金的使用效益;同时减少了纠纷,结算工作有了依据,维护了社会稳定,做到了经济效益和社会效益双赢。”揭新民说,《定额》首次采用中英文对照,伊利等特大型乳品企业正准备在印度尼西亚等地建厂,有利于《定额》的推行和投资方定价权力的主张,为推动企业走出去有了技术支撑,符合“一带一路”建设标准先行的理念。

对此,伊利集团副总裁徐克表示,作为中国乳品行业的龙头企业,伊利多年来一直在探索参与行业标准化建设的优良路径。在推进行业标准化建设的过程中,伊利积累了宝贵的成果和经验,未来将继续整合全球资源,布局全产业链发展,持续引领行业标准化体系发展完善,为消费者提供更多优质乳品。

快讯

布局新高端 洋河推新品苏酒头排酒

3月19日,洋河股份举行了苏酒头排酒上市发布会。据悉,苏酒头排酒是由苏酒集团的特色工艺酿造而成的,出产自双沟酒业的明代老窖池,产量不大,生产成本也较高。洋河股份董事长王耀表示,苏酒头排酒代表了“洋河品质”的新高度。

中国酒业协会理事长王延才表示,当前白酒行业正

迎来重大的战略机遇,用品质说话是行业的必然选择。“2019年是洋河的品质大年,前些天,王耀董事长提出的‘品质革命’的观点,我深有同感,站在中国酒业协会的角度,可以说产业越繁荣,越理解品质的重要。”

经过五年的深度调整,白酒行业越来越追求从高速增长向高质量的发展,很多企

业甚至将2019年命名为“高质量发展的元年”。对此,王耀表示,未来,洋河将进一步聚焦资源,创新思维,以拉动“品质革命”攻坚战。

“企业转型本质是核心竞争力的重构。”财经作家吴晓波指出,“在行业发展的进程中,只有不断重构自己的核心竞争力,才能推动更多优质产品持续涌现。”

华润啤酒去年营收318.67亿元

本报讯 3月20日,华润啤酒(控股)有限公司宣布其截至2018年12月31日已审核之全年业绩。集团于2018年的综合营业额为人民币318.67亿元,按年增长7.2%。

华润啤酒首席执行官侯孝海表示,2018年,集团围绕“创新发展、转型升级、有质量增长”三大管理主题扎实推进,落实精益销售、品牌重塑、营运变革、互联网营销、组织再造、产能优化、渠道改造、信息化升级、企业文化重塑等一系列重大战略举措,有效抓紧市场机遇。这为集团赢取未来重要一战,奠下稳健基石。

年内,集团对部分产品适度调整价格,加上中高档啤酒销量增长4.8%,产品结构进一步提升,使整体平均销售价格按年上升12.3%。惟受东北市场容量下滑及竞争的影响,加上局部市场因为产品涨价造成销量减少,集团于2018年的啤酒销量按年下降4.5%至约11285000千升。

据悉,集团于2018年完成了“勇闯天涯 superX”和“匠心营造”的新品上市。其中,“勇闯天涯 superX”作为集团品牌重塑的首支核心产品,精确瞄准年轻消费人群,发力互联网营销,通过“新潮发布会+IP化推

广+代言人粉丝经济+场景营销”,突破传统啤酒新品的营销方法。不仅实现了“勇闯天涯 superX”的成功上市,也为整个“雪花 Snow”品牌的价值感提升与焕新提供了强大动力。

在落实高端化战略方面,集团已于2018年11月5日与Heineken集团就收购Heineken中国业务签订了股份购买主协议、就集团在中国大陆、香港和澳门内独占使用Heineken®品牌签订了商标许可协议,以及就集团与Heineken集团之间的长期战略合作关系签订了框架协议。