

上半年“洋水果”进口额同比增长近三成

国产水果亟待提升国际竞争力

美国加州的草莓、智利的樱桃、日本的发酵豆制品、新西兰的洋葱等果蔬日前在北京举行的中国国际果蔬大会上亮相。来自新西兰、澳大利亚、日本等20个国家的代表,北京新发地市场等数十家果蔬流通商以及来自百果园、北京超市发、首航超市等百余家零售商们,直面消费升级中的全球果蔬市场,分享果蔬产业发展经验,洞悉果蔬产业未来,为全球果蔬从业者提供探索方向。

进口水果井喷式增长

“中国是一个重要的市场,澳大利亚有44%的柑橘出口到中国,并且以每年25%的速度增长。我们希望未来在中国有更多的合作。”澳大利亚柑橘协会首席执行官Jeff Scott表示:“当前,澳大利亚的柑橘已经进入中国的一二级市场,未来我们还要打开中国的三级市场,以增加更

大规模的柑橘出口到中国。”同样,包括新西兰、南非等参会国家代表纷纷表示,希望未来能够出口更多的高质量水果到中国。

数据显示,2019年上半年,中国进口水果量高达395.6万吨,进口额55.8亿美元,同比分别增长38%和29%。“中国水果市场仍属于增量市场,中国水果人均消费量还很低,2018年,我国水果人均消费量为45.3千克,预计到2024年达到93.9千克。巨大的发展空间和成长潜力促使世界各地的果蔬进入国内。”北京悠乐果科技发展有限公司总经理徐柱说。来自海南的果蔬从业者赵君全也认为,国内消费者对水果的旺盛需求没有改变,未来中国市场对进口水果的消费量仍将持续增长。

以榴莲为例,2019年上半年,中国榴莲进口创历史新高,进口量达到35.8万吨,进口货值达到9.63亿美元,同比分别大幅增长54.2%和53.1%。数据显示,

泰国榴莲占据中国市场80%以上的份额,今年上半年,出口中国总值达4.25亿美元,同比增长70%。自2003年10月1日起,中国—东盟自由贸易区合作框架下的第一个“零关税”协议生效,中泰两国取消了108种蔬菜和80种水果产品的贸易关税,16年来泰国榴莲出口中国总值增加了400多倍。而在泰国继续保持其在中国榴莲市场的主要地位之外,东南亚地区其他榴莲生产国也在努力扩大其在华份额或取得中国市场的准入资格。

如今,南北半球果蔬实现互补。在10月份到次年2月份,国内大部分地区果蔬生产处于淡季,而南半球的一些国家处于果蔬旺季,出口到中国无疑可增加当地果蔬从业者的收入,推动当地的经济。中国作为澳大利亚最大的农产品贸易伙伴,也是增长显著的主要市场之一。数据显示,2018年澳大利亚对华出口几乎翻了一番,从2.85亿美

元增加至5.61亿美元。

低价竞争向品质竞争转变

2018年,我国进口水果量超过550万吨,进口总额达到84.2亿美元,比上年增长34.5%;出口水果额71.6亿美元,比上年增长1.2%,全年水果国际贸易逆差达到12.6亿美元,我国水果进口额大于出口额。这给国内水果种植和生产商敲响了警钟。

徐柱表示,国内水果产业化、规模化不足造成高边际成本,降低了我国果蔬产品在国际市场的竞争力。

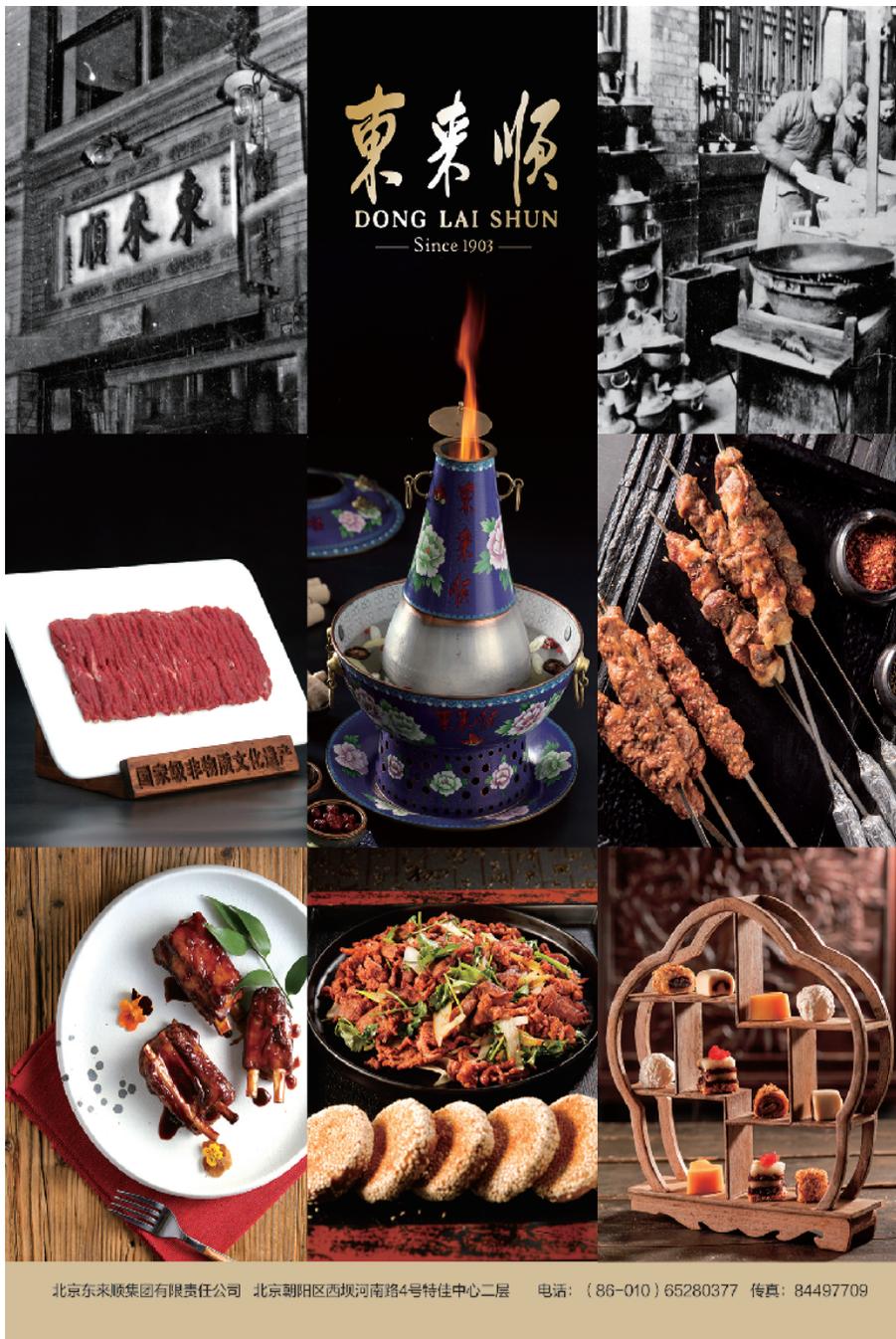
水果包装水平的不足和加工技术较低也是制约中国水果出口的重要原因。当前,我国注册的水果包装厂达到1209家,但大部分只是进行简单的包装,缺乏科学的采后技术处理。目前,国内仅有1%左右的果品经过清洗、打蜡、分级、包装后投放市场。此外,果品产地预冷、冷藏

运输链的建立以及果品冷藏库的建设与果品生产不相适应,制约着我国果蔬出口。

赵君全表示,国内苹果出口企业品牌价值不明显,以低价争取客户订单为主,企业利润微薄。另外行业机械化程度不高,人工成本居高不下。整体来看,目前苹果出口企业数量众多,其中不乏一些投机者,直接影响了整个行业的规范性。“中国苹果出口必须从低价竞争向品质竞争转变,苹果出口企业必须向规范化、规模化发展,同时加强出口苹果的包装改进升级,降低包装成本以及顺应包装环保的潮流。总之,品牌化、规模化发展是提高出口企业核心竞争力的关键所在”。

有业内人士表示,应及时研发新技术、更换水果品种、在包装上做新尝试,结合消费者需求,打造国际品牌,提高国内水果品牌的世界竞争力。

(食品伙伴网)



北京东来顺集团有限责任公司 北京朝阳区西坝河南路4号特佳中心二层 电话:(86-010)65280377 传真:84497709

中秋假期京城餐饮市场红火

本报讯 中秋节期间,北京餐饮企业推出寓意团圆、亲情的菜品及秋季养生菜肴,吊足消费者胃口。北京市商务局9月15日公布的数据显示,仅一家外卖网上订餐平台假日三天餐饮交易额已超过6亿元,同比增长16%,尤其是夜间餐饮、休闲娱乐等消费总订单量同比增长26%。

当日,北京市商务局表示,2019年中秋节期间,北京市场上猪肉、果品、蔬菜、鸡蛋、粮油等生活必需品货源充足,供应平稳。

中秋佳节,亲朋围

坐一起吃上一桌团圆饭是许多市民的不二之选。根据北京市商务局公布的数据,烤肉宛、烤肉季等京城老字号企业中秋期间单日最高销售烤肉1700多斤,老西安泡馍每天销售1000碗以上。

据某网上订餐平台大数据显示,节日期间餐饮交易额超过6亿元,同比增长16%。其中,小吃快餐类最受宠,交易笔数超过365万单,占比54.5%,成为消费者首选;面包甜点、烧烤和火锅增长迅速,交易额分别同比增长34.5%、26.2%和25.6%。

值得一提的是,众多商家延长营业时间,为中秋节的夜经济增添亮色。据某网上订餐平台大数据显示,节日期间,夜间餐饮、休闲娱乐等消费总订单量同比增长26%,居中国一线城市首位。

今年中秋节,京城的月饼品种争“香”斗“颜”。老字号稻香村主打提浆官饼、翻毛月饼等非遗技艺制作的京式月饼;网红品牌推出燕窝、藜麦、小龙虾等新馅料月饼。数据显示,节日期间,北京市月饼和大闸蟹等礼品销售同比增长62.4%。

上周食用农产品价格小幅上涨

本报讯 据商务部网站消息,商务部监测,上周(9月9日至15日)全国食用农产品市场价格比前一周上涨1%,生产资料市场价格比前一周上涨0.3%。

食用农产品市场方面,30种蔬菜平均批发价格为每公斤4.06元,比前一周下降1.5%,其中黄瓜、生菜、南瓜价格分别下降6.3%、5.3%和5.1%。6种水果平均批发

价格为每公斤7.33元,下降3.2%,其中梨、苹果、葡萄、柑橘、香蕉价格分别下降4.9%、4.4%、3.6%、1.6%和0.5%,西瓜价格与前一周持平。

肉类批发价格不同幅度上涨,其中猪肉、牛肉、羊肉批发价格分别为每公斤36.54元、64.54元和62.03元,分别上涨4.1%、2.2%和1%。禽产品批发价格小幅上涨,其中鸡蛋、白条鸡价格分别

为每公斤11.54元和19.14元,分别上涨2.4%和2.5%。

水产品批发价格略有下降,其中鲫鱼、鲢鱼、草鱼价格分别下降1.3%、1.1%和0.2%。粮食批发价格总体平稳,其中大米价格与前一周持平,面粉价格上涨0.3%。食用油批发价格小幅上涨,其中豆油、花生油、菜籽油价格分别上涨0.3%、0.2%和0.1%。