

我国水果产业有哪些重要变化趋势?

近日,2020中国农业展望大会在京召开,发布了《中国农业展望报告(2020-2029)》。这份《报告》信息量很大,很有影响力。《报告》预测水果出口年均增长5.9%。这个结论,可能需要斟酌。

据海关统计数据,2009年,我国水果出口数量为525万吨,此后,一直在500万吨上下波动,但从没有超过525万吨,2019年为492万吨。10年期间,不仅没有增加,还减少了6%。所以,未来10年间,很难想象会有什么特殊情况出现,让我国水果出口每年增加5.9%。

《报告》同时预测水果进口年增加9.4%,这应该大体符合实际走势。2009-2019年,我国水果进口从231万吨增加到729万吨,平均年增长率超过12%。我国已经从水果的传统净出口国成为净进口国。

我国的水果统计,分为两大类:园林水果(包括柑橘、苹果、梨、葡萄、红枣、香蕉等)和瓜果类(包括西瓜、甜瓜、草莓等)。2018年,园林水果产量为17565万吨,瓜果类水果产量为8123万吨。

改革开放以来,水果产业的发展情况,堪称独特。水果是市场开放最早、市场自由化

程度最高的农产品,也是几乎没有享受到任何国家特殊支持政策的农产品;与此同时,又是增产幅度最大的农产品。1978-2018年,我国园林水果的产量增长了25倍多。瓜果类水果的统计,开始于1996年,到2018年,增加了1.3倍。

一方面,国内生产大增;另一方面,进口数量也大增。这说明了一个重要的事实:我国水果消费需求一直在大幅度增加。国家统计局部门的最新调查,也证实了这一点:2013-2018年,我国人均鲜瓜果消费数量,从37.8公斤增加到47.4公斤,年增长率超过4%。

我国的水果生产,不仅在数量上大幅度增长,质量上显著提升,并且在品种结构和区域结构上,也发生了重要变化。

园林水果生产方面,现在产量最多的是柑橘,2018年为4183万吨,比1978年增加了107倍,占园林水果的24%。从生产区域看,广西最引人注目,扩张速度很快:10年前只有265万吨,与其他主产省份不相上下,而现在为836万吨,远远超过所有其他省份。其他主产省份依次为湖南、湖北、广东、四川、江西,产量分别在500~400万吨上下。

苹果产量,2018年为3923万吨,占园林水果生产的22%,退居第二位;而1978年为35%,是遥遥领先的首位。从生产区域看,陕西居于首位,为1009万吨。陕西苹果的发展情况,与广西柑橘高度相似:1978-2018年间,增加了101倍;占全国的比重,由4%上升到26%。传统的第一苹果大省山东下降到第二位,为952万吨,占比由1978年的37%,降低到现在的24%。其后为:河南403万吨,山西377万吨。

梨的产量,2018年为1608万吨,占园林水果的9%,而1978年高达23%。梨的产量增长,在所有水果中最低,40年中仅增长10倍。梨的地位大大降低,主要原因是品质改善不够明显,一直属于水果中的低端产品。梨的生产区域较广,河北是最主要产区,为330万吨,占全国的21%。其余主产省份为辽宁、河南、安徽、新疆、山东、陕西等,产量分别在130~100万之间。

葡萄产量,2018年为1367万吨,占园林水果的8%。葡萄的增产幅度,在水果中最大,40年中增加了130多倍。新疆是遥遥领先的葡萄主产区,2018年为293万吨,占全国产量的

21%多。河北、山东、云南三省的产量相近,均为100万吨多点。其中,云南的发展速度最快,近10年间,从14万吨增加到101万吨。

香蕉产量,2018年为1122万吨,占园林水果的6%。香蕉生产集中于广东、广西、云南和海南,占95%以上。

红枣产量,2018年为736万吨,占园林水果的4%左右。红枣生产的最大变化,是新疆红枣的急速崛起:不过十几年时间,新疆几乎从零开始,发展到全国遥遥领先的红枣主产区,2018年产量为361万吨,占全国的一半。陕西、河北、山西、山东等省,产量在90-70万吨之间。

瓜果类水果中,2018年,西瓜产量为6154万吨,甜瓜1316万吨,草莓306万吨。全国各省均有种植,主产区是河南和山东,分别为1585万吨和1115万吨。瓜果类水果的增长速度,远低于园林水果。不耐储运,是主要原因。

水果生产的意义,已经完全今非昔比。40年前,水果产量比大豆还少,而现在,已经与玉米几乎相同。消费者的餐桌上,水果日益丰盛,品类多,质量好。与此同时,众多农民生产者,通过种植水果而脱贫致富。

水果生产的主要问题,是市场波动较大。主要原因是消费需求全年较稳定,而生产上市时间相对集中。货架期很短、不耐储存的水果,尤其是瓜果类水果,最容易滞销。央视节目报道过,某乡农民满地的西瓜都成熟了,但商贩不来了,农民不知道该怎么办。近年来,通过生产组织化程度的提高,建立起产销对接关系,大有改善。订单农业,是根本出路。

另一个突出问题,是科技研发和应用不足。有的传统优质水果种植区,现在的技术水准与十年二十年前比,差别不大。农民只是不断地加大肥药投入,成本不断提高,质量却没提高。而别的地方,不断引入新品种新技术,质量品质不断提高,使得传统优质水果区域的优势,日益丧失。

根据权威医学杂志《柳叶刀》发布的全球饮食报告,由于饮食结构问题而致病致死的三大因素之一,是水果吃得太少。水果的最佳推荐量是每天250克,我国目前的平均水平只及一半。未来,我国的水果消费一定会继续增长。认识到这一点,具有重要意义。

《农民日报》

<<<上接05版

其实,早在2020年年初,二商肉食集团就召开了电商业务启动会,初步制定“线上+线下+社群”的业务发展思路,并坚持每周召开电商业务工作推进会,对当周电商业务工作进行总结分析,并对下周电商业务工作进行部署,推动电商业务持续稳定开展。

针对疫情期间居民居家自主烹饪频率大幅提升、食材需求增长现状,二商肉食集团依据消费需求丰富线上产品品类,在“大红门”肉制小包装快捷产品的基础上,增加了生鲜猪肉、牛羊肉、副产品、进口产品、油脂产品、禽类产品等新品。同时,与首农食品集团旗下兄弟企业加强联络,互通有无,相继上线了月盛斋清真肉制品、六必居酱菜、裕农果蔬等产品,使公司系统电商业务的核心竞争力进一步增强。

除开拓线上销售外,二商肉食集团不断调整销售思路,探索社群营销方式,补足自营市场无法开业的供应短板,以京内自营市场为核心,以市场商户和周边稳定消费者为基础,建立了近100个产品推广社群,已覆盖消费客户2万余人,现在各个社群客户还在持续增长中。

目前,二商肉食集团官方微博已招募分销商300余个。天猫专卖店“大红门二商专卖店”开通不足1个月,多次突破公司电商系统单日销售历史最高纪录。

“通过2个多月的推动,二商肉食集团电商业务已初显成效,正在逐步走上正轨。”孙铁新介绍说。他表示,下一步,二商肉食集团将结合市场发展趋势,进一步强

化品牌建设,深挖潜能提升,在做好现有各电商平台的基础上,重点打造“二商肉食在线”项目,以“肉制品、生鲜猪肉、牛羊肉、全球优选高端进口产品”四大类产品为主,进一步拓宽线上销售渠道,以公司旗下现有销售网点为依托,逐步向周边辐射,进而打造“线下+线上+社群”的全方位营销模式,实现对北京市场的全覆盖,推动二商肉食集团电商业务快速发展。

全面复工保供应 履责担当新布局

孙铁新认为,疫情期间,不管是防疫工作还是经营工作都需要企业所有人“上下一条心、左右一盘棋”。二商肉食集团所属企业多为劳动密集型企业,员工基数较大,复工复产难度相对较大。为推动企业在短期内有序实现复工复产,公司要求所属各企业按照优先保障基本生产的原则,制定员工返厂计划,设立员工返厂隔离房间,因厂区宿舍数量有限,公司要求相关企业在工厂周边租赁宾馆,设置厂外隔离间,用于职工返厂隔离,确保企业安全、健康、有序复工复产,保障居民生活必需品供应。公司在所属各企业自主设置厂内隔离房间110余间,厂外隔离房间近160间,仅外部住宿费用超50万元。目前,各企业职工已陆续返厂,基本恢复正常产能水平。

为保障疫情防控期间首都市场肉制品供应,二商肉食集团充分发挥主渠道、主阵地、主力军作用,全力以赴做好北京市场肉品供应,将“丰富市场、保障供应、

稳定物价”落到实处,彰显了国有企业的责任与担当。一方面加大商超、特通、团购等销售渠道的开发建设。集团所属承德大红门公司于正月初二恢复生产,正月初三开始向物美集团大仓供货,一季度累计向物美集团供应肉品近3000吨,第一时间保证了疫情防控期间首都市场肉类食品供应充足和产品价格的稳定;另一方面,针对集团旗下自营市场受疫情影响不能对外营业的情况,二商肉食集团按照有关部门要求,调整为露天销售,进一步保障小型农贸市场周边市民的肉类食品需求,并要求市场运营人员以自营市场为中心,吸纳市场常驻商户和周边消费者,建立营销社群,弥补线下销售渠道的不足。

更重要的是,为稳定市场肉价和减轻商户经营压力,二商肉食集团对所属的北京二商大红门锦绣大地生鲜食品厅、梨园肉类便民服务中心、四道口市场、京深海鲜市场、昌平水屯批发市场、房山永安批发市场、昌平奥北市场等10个市场的近2000商户,免除2月份租金,总金额近600万元。对此,孙铁新表示,商户安心经营,租金成本下降,既能保障供应数量,也能从一定程度上稳定肉价,保证各销售网点正常经营,就能满足市民对肉类产品的需求。

在孙铁新看来,产品品质和食品安全是企业健康发展的根本保障,也是企业走得稳、走得远的关键所在。他说:“现在,企业有一部分产品还没有面向全国销售,还是区域产品,这是因为我感觉目前这些产品的品质没有做到极致。二商肉

食集团将重点以‘用户满意为评判标准’,加强产品质量管理,完善食品安全监管体系,严格品控、提升品质、传播品牌,就像二商肉食集团企业誓言所讲的:我们要专注把肉类事业做到极致,视质量为生命,以诚信为根本,切实承担起肉类食品安全责任的使命,让更多的人因有我们的存在身体更健康、因有我们的存在生活更幸福,因有我们的存在国家更加繁荣富强。”

谈到未来的发展,孙铁新说:“按照二商肉食集团‘2+5’发展战略规划(2019年-2025年的规划),到2025年末将完成全国产业布局,发展成为产业结构合理、制度健全、运营规范、动力强劲的现代化肉类加工集团企业,产业规模稳居全国前三,打造行业标杆企业,并进入国际一流肉类加工企业阵营。”

据了解,为贯彻落实中央和北京市恢复生猪生产保障猪肉市场稳定供应的部署,二商肉食集团按照首农食品集团相关要求,正在加速生猪养殖板块布局,2020年开始,分别在黑龙江省双河和北京市房山投资建设大型生猪养殖基地,合计投资总金额近9亿元,其中双河养殖基地达产后年出栏商品猪可达24万头。目前,该项目已完成环评报告,开展前期垫土施工工作。房山养殖基地项目已于2月29日开工,达产后年出栏商品猪可达12.5万头。二商肉食集团目前在国内取得了快速高效发展,坚定不移地走高质量发展道路,并且不断加速国际化产业布局,这将为首农食品集团提出的到2025年实现“收入利润翻一番,跻身世界500强”的战略目标助力。