



# 食品饮料行业双周刊

2012年1月（下） 总第8期

发布：北京华经纵横咨询有限公司研究部  
地址：北京西城区裕民路18号北环中心  
电话：010-82252636  
传真：010-82250535  
网址：[www.chinacir.com.cn](http://www.chinacir.com.cn)

## 目录 Contents

### 一、特别关注

中国食品质量问题集中爆发 民众纷纷转投洋品牌

### 二、热点追踪

上海大白兔糖果厂10%出让股权将由冠生园收购

阳光乳业一款金健纯牛奶抽检不合格

2012年进口橄榄油涨价已成定局

我国首个“油菜基因资源超市”开业

### 三、国内动态

中国官方拟全面清理整合现食品安全质量等标准

五粮液贴牌酒曝质量不合格 14年前产品仍在售

茅台成全球第四大值钱奢侈品牌 超奔驰香奈儿

### 四、国际视野

美国主要橙汁品牌“惊现”多菌灵

美国叫停橙汁进口或危及中国苹果汁出口

全球啤酒市场 “圈地”大战进行时

### 五、调研与数据

商务部：上周猪肉价格涨0.8%

山东：109批次的白酒“生产日期”存在问题

2011年1-11月中国啤酒行业完成产量4612.62万千升

### 六、双周声音

北京：食品添加剂成节日重点检查项目

温家宝：“三农”发展进入又一个黄金期

## 目录 Contents

### 附：关于我们

- 1、关于北京华经纵横咨询有限公司
- 2、华经纵横关于信息行业的研究成果推介

#### 华经纵横《汽车行业双周刊》

北京华经纵横咨询有限公司将定期从媒体公开发布的信息中，整理编辑中国汽车行业双周电子通讯，旨在帮助关心信息行业发展的各界人士，了解中国信息行业的主要动态、标志事件、重要观点、关键数据，以便在全局视野中更好地思察、改进相关工作。

本刊内容均来源于公开出版发行的合法出版物和网站。摘取的信息和评论，如无特殊注明，均不代表本公司观点。

（本期责任编辑：李芳菲）



## 【特别关注】

中国食品质量问题集中爆发 民众纷纷转投洋品牌

## 中国食品质量问题集中爆发 民众纷纷转投洋品牌

国内产品质量特别是食品质量问题，近年被曝光之声不绝于耳，但最近一段时间，显得更加频繁，而且被曝光的国际国内知名品牌越来越多，让这一问题显得更加严重。

在这些被曝光的质量问题背后，到底还藏着多少问题？为何一些企业的产品质量被曝光后，仍有更多的企业前仆后继地继续犯错误？

### 食品质量事件被集中揭露

不久前被关注的蒙牛毒奶事件渐渐被公众所遗忘，大有不了了之的趋势，但更多的产品质量问题依然继续存在。

日前，在广东省工商局进行的2011年第四季度酒类商品质量监测中，监测结果显示白酒产品质量较差，内在质量合格率为93%，其中五粮液的部分子品牌也在不合格产品行列中。

据广东省工商局通报，2011年第4季度广东省工商局对云浮市、阳江市、江门市、茂名市、湛江市流通环节酒类商品进行了质量监测。抽查了32家销售商(店)所经销的酒类商品共100批次，剔除标签不合格商品的合格率为95%。

其中，最受关注的是宜宾五粮液股份有限公司生产、阳春市悦隆烟酒行经销的自园春酒(特酿)(生产日期：1998年11月17日，规格型号：500ml/瓶39%vol)被检出酒精度、总酯不合格。

白酒行业营销专家表示，以五粮液的生产工艺来讲应该不会出现此类问题，但这也是五粮液过度发展子品牌所带来的问题，“为了开发新领域、拓展新市场、增加收益，五粮液在保证其高端产品的同时，大肆开发子品牌，起初这种策略的确为其带来了高额的收益，但毫无节制的开发，就会呈现出弊端。”

五粮液作为中国高端白酒市场的代表品牌之一，在2010年和2011年经历了疯狂扩张和涨价，大有冲击茅台酒国内白酒老大地位的势头。在被检出问题前，五粮液还与茅台携手进入“2012胡润全球十大最值钱的奢侈品牌排名”，就是这样的品牌依然没有让消费者感到放心。

存在质量问题的不仅是国内品牌五粮液，美国饮料巨头百事公司和可口可乐公司也陷入质量问题之中。

百事公司日前宣布，检测结果显示，该公司旗下的“纯果乐”橙汁饮料确实含有痕量(指极小的量)杀菌剂多菌灵。

百事称，“纯果乐”的多菌灵含量低于美国联邦监管机构规定的标准，不足以导致公众安全，而且不构成健康风险。百事公司还对产品进行了额外测试，“我们现在掌握的结果证实，我们测试的进口巴西橙汁中的多菌灵含量低于药管局所说的足以引起安全关切的标准。”

声明表示，百事将继续进行测试，并将积极解决任何问题。

据悉，中国是巴西橙汁的第四大进口国。2011年，巴西向中国出口橙汁(66°糖度)达5.3952万吨，占整个出口份额的4.67%。

此前可口可乐公司也被曝出产品中含有多菌灵，但其中国公司表态，在中国的产品中没有原材料问题，质量有保证。

但在国内一些业内人士看来，可口可乐公司单方面的声明并不能说明问题。环保专家董金狮对此表示，可口可乐对于中国市场的声明是单方面的声明，是它自己的企业行为，科学依据和可信度都不够。这个声明是定性的，没有定量。他说，如果要真正声明，必须讲清中国销售的橙汁里面，有没有使用巴西橙，同时要提供检测数据，而这种声明，更多的只是为了照顾市场销售。

[回到目录>>](#)

广东省微生物研究所研究员杨小兵表示，中国普遍存在滥用农药“多菌灵”的问题，董金狮对此表示赞同。他说：“客观来讲，中国的水果使用农药的毒性，危害残留比国外肯定更严重。”据他介绍，中国种植的水果，不施农药的很少，而且为了保证杀毒效果，农药的毒性也相对较大。

有关食品质量问题，最近被媒体和质检部门曝光者屡见不鲜，比如，日前，三大速冻品牌“思念”、“三全”和“湾仔码头”均被查出其产品速冻水饺中含有致病菌，更早的则有双汇被央视曝光使用瘦肉精。

有业内人士称，中国的食品质量问题已经进入了集中爆发期，随着国家对这一问题的重视，还有更多的问题会陆续暴露。

### 对食品安全的担心带来消费畸形

屡屡曝出的食品质量问题，也在很大程度上让中国民众的消费观念产生了变化，也带来了一些畸形的消费理念，比如倾向“洋品牌”、对“特供”、“专供”的产品情有独钟等。

国人对“洋品牌”的信任集中表现在奶粉行业，由于“三聚氰胺”和一系列国产乳制品的质量问题，对于国产奶粉的不信任，是许多中国消费者的一个普遍心理。

近几年来，“洋品牌”奶粉也借机在中国大肆攻城略地，抢占了国内50%以上的奶粉市场，获得了巨额的利润。虽然近两年来中国的乳业逐渐恢复了元气，但蒙牛毒奶的出现，再一次让中国乳业遭受打击，国人在香港和国外购置奶粉潮再起。

一些企业也看准了中国消费者的心理，在国外设立工厂，打着“洋品牌”的名义，专门生产为中国消费者服务的奶粉，比如，不久前新华社还揭露了一家号称来自新西兰的“纽瑞滋”奶粉企业，打着专供中国人的旗号。经证实，“纽瑞滋”奶粉的确是在新西兰注册、生产并进口的，但是产品只针对中国市场。

除了崇尚“洋品牌”，国内不少消费者对“专供”、“特供”的产品也情有独钟。

在物资匮乏的计划经济时代，政府为了保障关键部门的运作，对部分群体实行“特供”，以优先满足这些群体的需求。“特供”的物品和供应的对象都很特殊。“物品特殊”，即特供产品多是市面上买不到的。其次，就是供应的物品绝对安全，是高质量的。

由于对许多食品质量不放心，这些“专供”、“特供”的产品，自然成为不少消费者的首选。

但眼下，泛滥的“特供”产品一方面真假难辨，另一方面却有过度宣传和不正当竞争的嫌疑。

目前市面上有一部分商品一直以“特供”的身份“欺骗”广大消费者。例如某品牌的牛奶就曾号称“人民大会堂宴会专用牛奶”。

为打击“特供”，国家有关部门采取了一系列措施。去年9月份，国家工商总局联合工业和信息化部、商务部、国家质检总局发出通知，要求白酒、葡萄酒等商品的生产经营者，大型超市等销售场所，不得出现“专(特)供××国家机关”、“××省(市)指定接待专用产品”、“军队特供”、“军需特供”等国家机关的名义及类似内容。日前，为进一步肃清市场，国家工商总局再次发出通知，杜绝发布含有违法违规内容的广告。

不过，在一些业内人士看来，无论是崇尚“洋品牌”还是青睐“专、特供”，都在一定程度上反映出消费者对目前市场上食品质量的担心。

### 加强食品安全时不我待

一些专家认为，国内产品质量之所以屡打不绝，有着各种原因。比如生产企业质量意识不高，对产品质量的重视程度不够，甚至为了获得更大的利益故意偷工减料或由于其他一些有损产品质量的行为造成的。

[回到目录>>](#)

另外，中国目前的社会现状和生产经营方式及社会环境因素也为质量问题频频出现提供了“温床”。比如，食品和农产品的农药残留问题，就是由于食品的原料或农产品来自于千家万户，每家每户用何种农药，何时用药千差万别，使生产加工企业无法对农药残留实施有效控制造成的。只要这种生产经营方式不发生改变，加工经营企业，即便非常努力想使自己的产品在农药残留上不超标，也无能为力或效果不明显。

有评论指出，要解决中国的食品安全问题，还需要在许多方面做出更大的努力，要加大政策的宣传力度，提高企业特别是企业负责人对产品质量重要性的认识，切实落实企业第一责任人的责任，同时对农产品种植基地实行集约化经营，建立备案种植基地、标准化示范区(县)等，对因中国目前的生产经营机制或体制造成的质量难题能起到一定的缓解和补偿作用。此外，还应提高市场的准入条件，认真做好生产加工企业的注册备案工作，保证企业的软硬件能力。

“最主要的还是加强对违法、违规企业的监管，加大对一些出现食品质量企业的处罚力度，让他们不敢大意，不敢出错，出错了就要付出昂贵的代价，这样才能从根本上解决食品安全问题。”一位法律人士告诉记者。

(来源：工人日报，1月18日)



[回到目录>>](#)



## 【热点追踪】

1. 上海大白兔糖果厂 10% 出让股权将由冠生园收购
2. 阳光乳业一款金健纯牛奶抽检不合格
3. 2012 年进口橄榄油涨价已成定局
4. 我国首个“油菜基因资源超市”开业



## 上海大白兔糖果厂10%出让股权将由冠生园收购

就部分媒体关于“大白兔糖果业绩不佳出售股权”的报道正式澄清，称在上海联合产权交易所挂牌出让的上海大白兔糖果厂系冠生园集团旗下国集性质的联营资产，冠生园集团将回购上海浦东顾东实业公司出售的10%股权及债权。

冠生园集团大股东光明食品集团的新闻发言人潘建军生命，“正是为了进一步把大白兔做大做强，冠生园集团才决定收购这部分股权，实现全资拥有。”潘建军说，收购完成后，该厂将继续运营。

近日，上海大白兔糖果厂在上海联合产权交易所挂牌转让10%产权及债权，出让方为该厂第二大股东上海浦东顾东实业公司。其中，产权转让底价为904万，债权221万元，共计1125万元。

据了解，上海大白兔糖果厂系冠生园集团旗下国集性质的联营资产，是上海冠生园食品有限公司及其下属企业的OEM服务提供商。据报道，冠生园总裁兰雪昨日在接受媒体采访时称，该厂主要生产加工部分花色大白兔糖果，在大白兔整体产能中定位补漏型的生产，且没有大白兔的品牌权和销售权。而之所以做这次股权转让，是因为这家公司没有进行过改制，这些资产未能在上海梅林实行非公开发行时同步完成资产注入工作。

对于上海大白兔糖果厂近3年业绩大幅下滑，潘建军表示并不清楚，但他强调，这并不能代表大白兔的整体业绩，一直以来，大白兔产品的经营业绩呈现持续稳定的增长水平，2011年销售规模达6亿元，销售同比增长超过30%，销售量在全国糖果行业排名第一。

（来源：每日经济新闻，1月18日）



[回到目录>>](#)

## 阳光乳业一款金健纯牛奶抽检不合格

安徽省质监局抽检结果称，湖南阳光乳业股份有限公司生产的一款金健牌纯牛奶不合格。

据亲贝网了解，湖南省质量技术监督局日前通报2011年第11批食品质量安全省级监督抽查结果，结果显示，由湖南阳光乳业股份有限公司2011年10月24日生产的一款规格型号为200ml的金健牌纯牛奶不符合相关标准的规定，不合格项目为黄曲霉毒素M1。此抽查产品的质检机构是省食品所。

据悉，本次共抽查了食品1036批次，其中不合格30批次。有关市州质量技术监督部门和有关稽查机构按照有关法律法规，对监督抽查中不合格产品及其生产企业依法从严进行处理。

（来源：慧聪食品工业网，1月18日）



[回到目录>>](#)

## 2012年进口橄榄油涨价已成定局

近期，“意大利橄榄油八成掺杂劣质油”的消息成为消费者最为关注的话题。春节临近，在橄榄油销售迎来高峰期之际，负面消息的出现，必定对各意大利橄榄油品牌的销售情况造成影响。在事件爆发半个多月后，昨日，奥尼公司总经理Olanni Tognoni对此事进行了回应。作为第一个站出来的意大利企业，奥尼此举势必引发外界关注。不仅如此，Tognoni还直言，2012年原装进口橄榄油涨价不可避免。

商报：事件爆发后，所有的意大利橄榄油品牌都在沉默，奥尼为什么第一个站出来回应？

Tognoni:奥尼非常重视中国市场。在我们全球130多个国家的销售市场中，中国市场的增长速度已经仅次于巴西和俄罗斯。去年，我们在华增速为30%，今年计划达到53%。目前，奥尼在中国原装进口橄榄油市场排名介于第五和第八之间，而2012年，我们的计划是做到第一。所以，这个事件的发生，使意大利橄榄油在华的声誉严重受损，我们必须向中国消费者证明我们的产品质量是有保障的。但是反过来讲，这次行业危机也是我们的一个时机，我们要化危机为转机。目前，奥尼是第一个而且是唯一一个站出来的公司。这样会极大地提高奥尼品牌在中国的知名度，有利于我们实现在华销量第一的目标。

商报：今年食品行业爆发了多起国内和国际标准不统一的情况。意大利橄榄油是否存在将劣质产品送入中国市场的行为？

Tognoni:这个事情在意大利是不可能发生的。众所周知，欧盟的标准是最为严格的，而意大利是实行欧盟标准最为积极的国家。如果产品质量不达标是根本无法出口的。中国的检测标准比欧盟标准更为严苛，而且每个货柜都要化验。目前，中国橄榄油市场的发展速度在全球市场中排名第三，竞争非常激烈。如果以劣质橄榄油来抢市场是肯定不可能成功的。

另外，消费者是最精明的。如果他们感觉产品质量有问题，肯定不会继续购买。目前，意大利橄榄油在华发展速度是最快的，去年与西班牙橄榄油的差距仅为20%-30%，今年至少会持平。从这种消费者认可的情况来看，意大利橄榄油已经通过了市场的检验。

商报：目前，进口产品“涨”声一片，请问进口橄榄油今年是否有提价的趋势？国内产品价格与国际上相差多少？

Tognoni:奥尼2012年新的橄榄油已经进行了提价，主要是受供需关系影响。因为去年8月意大利没有下雨，产油率出现了下降，优质橄榄油出现供求不平衡的情况，所以提高价格是不可避免的。出口到中国的橄榄油因为增加了增值税和关税，所以价格比意大利本土市场的价格高出许多。其中，关税占国内橄榄油成本的10%，初榨橄榄油增值税是13%，其他橄榄油增值税是17%。

此外，海运等成本也在橄榄油价格中占了很大的比例。

[回到目录>>](#)

（来源：北京商报，1月18日）

## 我国首个“油菜基因资源超市”开业

1月6日，我国首个“油菜基因资源超市”在中国农业科学院油料作物研究所阳逻基地开业，集中展示了具有丰富遗传多样性的油菜优异基因资源，来自全国各地的专家当天就预订了超过1500份（次）的基因资源。

据油料所种质资源研究室主任伍晓明研究员介绍，近年来，由于我国油菜育种中采用的亲本遗传背景狭窄和“近亲繁殖”等原因，导致新品种（系）单产增长放缓，急需注入新鲜“血液”，丰富育种亲本遗传背景。在农业部作物种质资源保护项目和科技部国家农作物种质资源平台项目支持下，油料所建成了世界最大的油料中期种质资源库，保存油料种质资源3万余份，其中油菜种质资源8000余份。依据育种需求，油料所从中精选了来自我国和世界28个国家的488份油菜遗传多样性优异基因资源，供全国各油菜育种单位自主挑选、免费利用。

伍晓明表示，基因资源的发掘和利用对促进油菜科研与生产意义重大。1949年以来，我国经历了三次具有战略意义的大规模油菜基因资源发掘利用，第一次是日本和欧洲引进的高产抗病甘蓝型油菜替代传统种植的白菜型和芥菜型油菜，第二次是加拿大和澳大利亚的低芥酸和低硫苷优质油菜基因资源的引进与利用，第三次是玻里马细胞质不育系的发现与利用。基因资源的三次成功利用使我国油菜生产实现了三次跨越发展，平均亩产由1950年的33.6公斤提高到2010年的125.1公斤，品质由“常规双高”变为“优质双低”，对保障我国食用植物油供给安全发挥了巨大作用。



[回到目录>>](#)

（来源：农业部，1月16日）



## 【国内动态】

1. 中国官方拟全面清理整合现食品安全质量等标准
2. 五粮液贴牌酒曝质量不合格 14年前产品仍在售
3. 茅台成全球第四大值钱奢侈品牌 超奔驰香奈儿

## 中国官方拟全面清理整合现行食品安全质量等标准

据卫生部网站消息，日前，卫生部会同有关部门组织制定了《食品安全国家标准“十二五”规划(征求意见稿)》，征求意见稿提出要全面清理整合现行食品标准，将对现行食用农产品质量安全标准、食品卫生标准、食品质量标准以及行业标准中强制执行内容进行清理，解决标准间交叉、重复、矛盾等问题。

征求意见稿指出，食品安全国家标准属于强制性技术法规，是维护公众身体健康、保障食品安全的重要措施，是实现食品安全科学管理、强化各环节监管的重要基础，也是规范食品生产经营、促进食品行业健康发展的技术保障。中国现有食品、食品添加剂、食品相关产品国家标准近1900项，地方标准1200余项，行业标准3100余项。

征求意见稿指出，现行食品安全标准还存在一些突出问题，主要表现在：

一是标准体系有待进一步清理完善。《食品安全法》公布前，各部门依职责分别制定农产品质量安全、食品卫生、食品质量等国家标准、行业标准，标准总体数量多，但标准间既有交叉重复、又有脱节，标准间的衔接协调程度不高。

二是个别重要标准或者重要指标缺失，尚不能满足食品安全监管需求，例如部分配套检测方法、食品包装材料等标准缺失。

三是标准科学性和合理性有待提高。目前标准总体上标龄较长，食品产品安全标准通用性不强，部分标准指标欠缺风险评估依据，不能适应食品安全监管和行业发展需要，影响了相关标准的科学性和合理性。

四是标准宣传培训和贯彻执行有待加强。食品安全标准指标多、技术性强、强制执行要求高，社会关注度高，需要进一步完善标准管理制度和工作程序，改进征求意见的方式和方法，做好标准的宣传解读和答疑释惑等工作。

食品安全国家标准工作的制约因素有：一是食品安全国家标准的基础研究滞后，风险评估工作尚处于起步阶段，食品安全暴露评估等数据储备不足，监测评估技术水平有待提高。二是保障机制有待建立完善，目前缺乏专门的食品安全国家标准技术管理机构，人员力量严重不足，标准工作经费严重不足，与当前标准制定、修订工作不相适应，在一定程度上也影响了标准工作的质量。三是标准专业人才队伍建设有待加强。我国食品安全标准研制基础薄弱，专业人才不足且较分散，研制标准的能力不足。

食品安全国家标准工作的制约因素有：一是食品安全国家标准的基础研究滞后，风险评估工作尚处于起步阶段，食品安全暴露评估等数据储备不足，监测评估技术水平有待提高。二是保障机制有待建立完善，目前缺乏专门的食品安全国家标准技术管理机构，人员力量严重不足，标准工作经费严重不足，与当前标准制定、修订工作不相适应，在一定程度上也影响了标准工作的质量。三是标准专业人才队伍建设有待加强。我国食品安全标准研制基础薄弱，专业人才不足且较分散，研制标准的能力不足。

强化标准宣传贯彻和实施工作。大力开展宣传培训，促进各部门、各单位学习贯彻食品安全国家标准，监督食品生产经营单位认真实施食品安全国家标准，提高食品安全状况。

征求意见稿强调，重点做好食品、食品添加剂和食品相关产品的污染物、生物毒素、致病性微生物等危害人体健康物质限量、农药和兽药残留限量、食品添加剂使用、食品标签、食品安全术语、分类等食品安全基础标准制定、修订工作。

(来源：卫生部，1月31日)

[回到目录>>](#)

## 五粮液贴牌酒曝质量不合格 14年前产品仍在售

业内有种说法，五粮液旗下贴牌产品如此之多，使得一手开创贴牌模式的五粮液集团原董事长王国春都搞不清楚五粮液旗下究竟有多少个子品牌、孙品牌。

15日，在广东省工商局进行的2011年第四季度酒类商品质量监测中，宜宾五粮液股份有限公司生产、阳春市悦隆烟酒行经销的自园春酒(特酿)被检出酒精度、总酯不合格。

而值得关注的是，此次被查出问题的自园春酒生产日期为1998年，距今已有14年时间。自园春酒原是五粮液保健酒公司的一款老贴牌产品，目前已经停产。

14年前贴牌产品仍在出售，并被查出质量问题，旗下子品牌管理混乱、五粮液(000858.SZ)控制力缺失问题再次凸显。曾经为五粮液带来巨大收入和利润的贴牌模式，现在却成为拖累五粮液品牌价值升级的难题。

### 贴牌产品管理混乱

“14年前生产的白酒，保存过程中一定会有酒精挥发，酒精度会降低，这在白酒行业很正常。”成都市左岸神鸟营销有限公司总经理袁野表示。

但对于为何14年前的贴牌产品仍在市场流通，五粮液方面表示正在跟广东省工商部门取得联系，就被查出的自园春酒真伪问题追查，售卖该产品的是阳春市悦隆烟酒行，五粮液方面表示非其经销商，自园春酒来源不明。

该问题的爆出，再次引发外界对五粮液子品牌过多、管理出现漏洞的质疑。“这件事情从侧面反映出五粮液子品牌、贴牌产品实在是太多了，一旦管理不到位，就会被市场上‘李鬼’钻空子。”上海睿狐营销策划有限公司总经理毛小民认为。

此前，五粮液在白酒界首创OEM贴牌扩张、买断经营的方式，在中高低端的各个细分市场形成了众多子品牌。在高峰期的2002年左右，曾有上百种不同档次标称“五粮液股份”生产的不同品牌产品，并为五粮液带来了丰厚的利润。

当时，业内有种说法，五粮液旗下贴牌产品如此之多，使得一手开创贴牌模式的五粮液集团原董事长王国春都搞不清楚五粮液旗下究竟有多少个子品牌、孙品牌。

但是，这些数量众多的“超生”子品牌，虽然给五粮液带来了销量增长，但却稀释了五粮液的高端品牌价值，拖累了五粮液的高端形象。

“五粮液大量开发贴牌产品，虽然规模利润迅速增加，但从品牌发展角度来看，无限量地开发使主品牌价值不断被稀释，尤其是层次不齐的开发商乱定价等不讲信誉的行为，为其未来品牌发展埋下了很大的隐患。”白酒资深营销人士、远景咨询有限公司董事长司圣国表示。

主品牌价值的稀释已在五粮液身上体现，“2005年之后，率先涨价的白酒企业从五粮液变成了贵州茅台，而且从价格到品牌力方面与贵州茅台的差距都在越来越大。”一名业内人士表示。

### 品牌收缩收效甚微

五粮液也意识到了这一问题，并在10年前开始瘦身，提出“1+9+8”的品牌战略。

内容包括发展1个世界性品牌、9个全国性品牌和8个区域性品牌，并在2002年后削减了38个市场表现差的子品牌。

其间，五粮液主要通过两种手段收缩子品牌开发，一是对新品牌开发商提高进入门槛，如保证金数额增加，使得一些经济实力不强的经销商自动退出；二是对原有的品牌开发商提高销量门槛，完不成任务即遭淘汰。

[回到目录>>](#)

“保证金2000万元起，否则不可能贴牌，并且五粮液管制越来越严格，很多开发产品根本不允许使用‘五粮液’三个字，能出现五粮液的标志就不错了，并且跟以前靠关系就能搞定不同，现在五粮液更注重经销商背后的经营理念、品牌意识、拓展能力等综合能力。”一名五粮液现任经销商表示。

在这样的拔高机制下，五粮液品牌收缩略显成效，但仍未能从根本上解决问题。

“对五粮液来说，这不是一个可以治本的办法。五粮液需要从公司战略角度及品牌价值的高度，对整个企业的子品牌或系列产品进行规划，而不仅仅是通过经济指标取缔一些产品而已。”毛小民表示。

目前，五粮液旗下仍共有60个系列，其中仅五粮液酒系列就分52度五粮液、珍藏五粮液、五粮液年份酒等28个品种，其他子产品更是种类繁多，“还有一些你在市场上听都没听过的产品，也以五粮液生产的名义通过各种渠道售卖。一方面五粮液在收缩贴牌产品，一方面仍有新的贴牌产品出现。”上述五粮液经销商表示。

“这与五粮液过往发展经销商的模式有脱不开的历史渊源，过去五粮液发展经销商非常看重其人脉，尤其是政府资源，很多都是关系资源，现在想一下子切断太难了。”上述人士称。

旗下品牌过度开发、产品线整合不力，在业内人士看来，更主要是五粮液对过往大客户模式路径的依赖，“在过往五粮液的发展中，大客户模式已经形成，企业和经销商已形成盘根错节的利益纽带，很难痛下决心改变。”毛小民认为。

而在唐桥接任五粮液集团董事长之后，五粮液开始对品牌战略格局进行微调，并再次进行收缩。

“在目前白酒竞争如此激烈的情况下，想要做出9个全国性品牌是非常困难的。因此，五粮液在做好‘五粮液’世界名酒主品牌的同时，将把9个全国品牌收缩为3个重点品牌，即五粮春、五粮醇、六合液。”五粮液集团董事长唐桥在去年两会期间接受媒体采访时表示。

但在业内人士看来，与茅台清晰力保主品牌，重点发展汉酱、习酒这两个中档品牌，淡化王子酒、迎宾酒等低档产品的战略相比，五粮液现在的整体品牌发展策略仍显模糊。

（来源：新浪财经，1月16日）

[回到目录>>](#)



## 2012台湾茶叶享零关税 茶商加速抢滩大陆市场

两岸经济协议（ECFA）于今年元旦进入第二阶段降税，台湾茶叶出口到大陆进入零关税时代，台湾茶商加速登陆营销，开拓广阔的大陆市场。

近年来，随着台湾的茶商陆续试水大陆市场，品质、优形象好的台湾茶在大陆有了一定知名度，颇受大陆消费者喜爱，茶商也收益颇丰。根据台“农粮署”的数据，2011年台湾茶叶出口至大陆的进口关税由15%调降为5%，1至8月茶叶出口大陆价值达641.1万美元，较2010年同期409.8万美元成长56%。今年关税降为0%，预期将更有利于出口。

降税效益的显现，也让更多的业者想要开拓大陆市场。台湾日盛资讯有限公司是台湾茶博会的主办方，致力于台湾茶叶的推广和营销。近期他们与2012第二届中国国际茶业及茶艺博览会（2012北京茶博会）组委会签订协议，将携30余家茶商茶企赴京参加5月在全国农展馆举办的北京茶博会。相关负责人陈小姐表示：“台湾茶叶出口大陆零关税让茶商们都很振奋，大陆是一个很广阔的市场，我们希望通过5月份的北京茶博会寻找合作伙伴，为在大陆的推广和营销打下基础”。据了解，北京茶博会期间，台湾展团将集中展示和推介台湾的冻顶乌龙、文山包种、东方美人茶以及茶具、茶食品，还将带来富有原住民特色的茶艺表演。

（来源：慧聪食品网，1月17日）



[回到目录>>](#)



## 【国际视野】

1. 美国主要橙汁品牌“惊现”多菌灵
2. 美国叫停橙汁进口或危及中国苹果汁出口
3. 全球啤酒市场“圈地”大战进行时

### 美国主要橙汁品牌“惊现”多菌灵

可口可乐、百事公司日前先后宣布，公司旗下的橙汁饮品含微量杀菌剂多菌灵，不过其含量低于美国联邦监管机构规定的足以引起公众安全关切的标准，因此不构成健康风险。

美国主要橙汁品牌中发现了杀真菌剂多菌灵。巴西橙汁生产商说，多菌灵在巴西使用广泛。外界担心，输往美国的绝大多数橙汁中都含有这种杀菌剂。

可口可乐的Simply Orange、美汁源以及百事公司旗下纯果乐，都是美国市场上主要果汁品牌，它们目前使用的部分原料来自巴西橙汁。

可口可乐发言人查菲尔在该饮料巨头回应(市场)安全担忧时说，“我们目前正与FDA密切配合”。

据可口可乐方面称，该公司对于运抵工厂的橙汁都要进行例行检测，该公司在美国市场上所售橙汁产品的主要原料供应地是佛罗里达州。百事公司随后发表声明也称，公司产品进行了额外测试，测试的进口巴西橙汁中的多菌灵含量低于药管局所说的足以引起安全关切的标准。

这是一个行业问题，关系到每一个使用产自巴西的甜橙在美国进行产品生产的公司。可口可乐在(上周)周四的一份声明中说道。

美国食品和药物管理局(FDA)表示，他们正在检测超市出售的橙汁饮料，以查清是否含有害的杀菌剂。由于市场担忧杀菌剂事件可能打击橙汁销量，橙汁期货价格周三出现大幅下跌。美国官方表示，饮用少量含杀菌剂的橙汁不会引发安全问题。

如果橙汁的多菌灵含量在十亿分之八十以上，就算超标。美国食品和药物管理局(FDA)的官员说，他们会采取行动，令产品下架。

多菌灵对人体健康有潜在危害，他们一定要查出多菌灵超标的橙汁。不过，到目前为止，美国消费者对此事并未产生恐慌情绪。

(来源：经济参考报，1月17日)

[回到目录>>](#)

# 美国叫停橙汁进口或危及中国苹果汁出口

由于可口可乐公司在自己和竞争对手的橙汁中发现了少量致癌物多菌灵成分并报告至美国食品和药品管理局(FDA), 随后FDA全面叫停橙汁进口。

这些橙汁的原产地巴西将面临橙汁出口的一波寒流, 其橙汁出口大国的地位可能会被动摇。

中国则在内需的拉动下继续大量进口橙汁。然而, 权威人士提示, 值得警惕的是大量出口至美国、并且广泛使用多菌灵的, 是苹果汁行业。

极微量的除真菌剂——多菌灵引发了美国橙汁业乃至饮料界的一场轩然大波。

据《纽约时报》消息, 可口可乐公司近日向美国食品和药品管理局(FDA)举报, 称在自己和竞争对手的橙汁中发现了少量致癌物多菌灵成分。这些橙汁的原产地主要是巴西。

随后, 美国全面叫停橙汁进口, 并对超市出售的橙汁进行检查。

业内人士指出, 橙汁引发的多米诺骨牌效应可能会危及苹果汁, 不排除美国以杀菌剂之名限制中国苹果汁进口的可能。

各国专利农药名单相异

多菌灵在巴西使用已超过20年, 主要用于应对植物黑斑病。即使在巴西的使用剂量相当于美国检测发现的100多倍, 也未被视作有害。

尽管FDA检测发现橙汁中的杀菌剂水平多达35ppb, 却远低于欧盟200ppb的最大残留量标准。

美国环保局表示, 饮用少量含杀菌剂的橙汁并不会引发安全问题。

中国农业大学食品学院营养与食品安全系主任何计国接受媒体访问时称, 多菌灵在我国广泛适用于谷类、蔬菜、水果等农产品。

多菌灵具有低毒特性, 雄性大鼠经口致死量大于15000毫克/公斤, 经皮致死量为2000毫克/公斤, 而食盐是3000毫克左右/公斤, “其毒性比食盐还低”。

事实上, “此次问题的关键在于多菌灵在美国是不允许被使用的, 而在其他国家可以被使用,” 何计国曾在接受媒体采访时说, “这是由于各国的专利农药名单不同。”

因多菌灵在美国未批准使用, 也无安全标准, 所以检出即非法。FDA的风险评估结论是: 该含量不带来安全顾虑, 因此也不要求召回。

多菌灵在欧盟、日本、加拿大等一些主要橙汁进口国家和地区均是合法的。据悉, 欧盟多菌灵在橙汁残渣中含量的标准是200ppb, 而澳大利亚的标准则为不超过10ppb。

巴西柑橘种植协会会长弗拉维奥·维埃加斯接受外媒采访时说: “多菌灵用于其他作物被广泛接受, 包括可新鲜食用的苹果。我不理解经冷冻浓缩的橙汁含有这种成分有什么不妥。”

巴西农业部部长日前回应称, 巴西橙汁没有任何问题, 多菌灵在巴西可以合法使用, 巴西橙汁出口商也不会召回产品, 只会加强检验和控制橙汁的质量。

全球橙汁约六成由巴西供应原料。美国人饮用的橙汁四分之一源自进口, 而美国人消费的每六杯橙汁中, 就有一杯使用巴西原料。

业内人士称, 美国暂停进口橙汁将动摇巴西的橙汁出口大国地位。据统计数据, 2011年12月, 巴西橙汁出口环比下降25.2%, 同比下降17%。目前来看, 这一景况可能雪上加霜。

[回到目录>>](#)

中国橙汁进出口不受影响

“中国橙汁以进口为主，出口量很少。而且中国橙汁进口需求一直都很旺盛，75%的原料来自国外，相关进口标准也没有欧美严格，因此这一事件对中国橙汁进口、出口影响均微乎其微。”中国食品土畜进出口商会果汁分会副秘书长超军文如是说。

据悉，中国市场上的橙汁产品不同程度地兑有巴西橙汁，巴西橙汁约占原料60%的比重。目前，巴西已成为我国最大的橙汁进口国，紧随其后的分别是以色列和美国。中国则是巴西橙汁的第四大出口国。统计数据显示，2011年，巴西向中国出口橙汁(66°糖度)5.4万吨，占整个出口份额的4.67%。

除此之外，前三大进口巴西橙汁的国家(地区)分别是欧盟(68.04%)、美国(14.51%)、日本(6.10%)。

中国果汁市场快速的增长，导致了国产橙汁供不应求。2011年11月份，我国生产果汁和蔬菜汁饮料156.9万吨，同比增长15.45%。业内预计，今年中国生产橙汁规模约80万吨，但是消费量将增加到150万吨。到2020年之前中国可能仍是一个橙汁的净进口国。

而中国橙汁进口标准低于欧美检测，也无具体规定。卫生部和农业部于2011年1月2日联合发布了《食品中多菌灵最大残留限量标准》，并已于当年4月1日实施。柑橘最大残留限量为5mg/kg，西瓜0.5mg/kg，韭菜2mg/kg。其中柑橘残留量标准换算单位后是5000ppb，远低于欧美标准。

上述原因决定了我国橙汁进口只会保持增长态势。

娃哈哈进出口有限公司一位负责人透露：“由于娃哈哈橙汁原料90%进口自以色列，所以受到的影响不大。但公司在原料检测方面从来不敢掉以轻心，此事件‘警钟’效应将延续，技术部门会继续严把果汁进口关。”

苹果汁或为下一张骨牌

“但令人担忧的是，苹果汁可能是这场危火延烧的下一个对象。”超军文直言。

他指出，我国出口较多的果汁品种为苹果汁、梨汁等，其中苹果汁几乎占了美国进口总额的半壁江山。据统计，2011年1~11月我国浓缩苹果汁出口美国23.6万吨，占出口总量的43.7%，山东、陕西为出口大省。中国浓缩苹果汁的年产量和出口量已占全球总量的60%以上。“不排除美国以含有杀菌剂之名，限制进口中国苹果汁。”超军文语气略显沉重。

多菌灵在中国水果种植中是一种广泛使用的农药，且中国的农药安全标准远低于国际标准。“一旦美国略有微词，苹果汁出口就有可能面临危险的境地，因此企业需要提前做好准备，防范风险。”他提醒道。

(来源：凤凰网，1月17日)

[回到目录>>](#)

# 全球啤酒市场“圈地”大战进行时

2011年，全球啤酒生产商仍然面临诸多问题：欧债危机蔓延势头加剧，全球经济低迷。从莫斯科到伦敦到旧金山，原材料成本上升、啤酒销量下跌，迫使主流啤酒生产商不得不采取价格手段、减少成本支出以维持利润。

在细数这些挑战之前，先来回顾2011年全球啤酒市场的情况。

### 新兴市场争夺战

这一年，啤酒巨头们在欧美市场的重压之下，纷纷加大了对亚洲、非洲和拉美等新兴市场的推广力度。2011年初，荷兰喜力集团在尼日利亚收购了5家啤酒厂，此外还收购了埃塞俄比亚的国有啤酒厂Harar和Bedele。

虽然喜力于2010年初收购了墨西哥第二大啤酒生产商Femsa Cerveza，然而，喜力首席执行官Jean-Francois Van Boxmeer却表示，非洲是该集团业务的“基石”。

帝亚吉欧首席执行官Paul Walsh则将健力士啤酒在非洲的业务，比喻为一枚“宝石”。SAB Miller和帝亚吉欧均将撒哈拉以南的非洲地区作为前沿阵地，对东非市场的争夺日趋激烈。

2011年10月，嘉士伯签署了收购越南顺化啤酒有限公司（Hue Brewery Limited）其余股份的协议，全面控股顺化啤酒。此外，嘉士伯在中国与重啤股份和重庆轻纺三方设立合资公司。在印度，摩森康胜（Molson Coors）收购了印度蛇王酒业公司（Cobra India）。

由SAB Miller作为第二大股东的华润雪花在中国河南收购了奥克啤酒和商丘蓝牌啤酒公司；以2.7亿元收购杭州西湖啤酒朝日（股份）有限公司55%股权，得以全资控股西湖啤酒；并购茅台啤酒，进一步巩固了在中国贵州市场的垄断地位。

而SAB Miller主要对手百威英博，则在中国先后收购了河南维雪啤酒和辽宁的大雪啤酒。

### 利润率地区差异显著

美国投资公司Sanford Bernstein发布的数据显示，2010年，中国占据亚太啤酒市场70%的销量，但利润率仅占该地区的18%。

近年来，较为成熟的日本啤酒市场持续萧条，该国啤酒市场由五大巨头把控，销量仅占亚太啤酒市场的9%，利润率占比却高达34%。从全球范围来看，亚太市场占全球啤酒销量的35%，利润率却仅占13%。如此看来，啤酒生产商将巨大的市场需求转化成利润是发展关键所在。

据Bernstein的数据，拉美市场占SAB Miller息税前利润的约1/3，占百威英博息税前利润的约31%。而SAB Miller计划投资2.95亿美元增加在秘鲁的产能。相比之下，2011年百威英博在拉美市场表现平平，主要表现为巴西市场增长滞缓。

### 税收重压与原料危机

嘉士伯曾称俄罗斯“可能是世界上最好的啤酒市场”，该集团旗下的波罗的海啤酒公司控制了约40%的俄罗斯啤酒市场。

但2010年初，俄政府大幅提税给俄罗斯啤市带来重创。

近两年来，俄罗斯啤酒销量下降了15%。除了高额税收，俄罗斯粮食减产也导致原料成本大幅上升。较为成熟的啤酒市场现状大抵相似。在许多国家，作为啤酒主要消费者的年轻群体都面临高失业率，未来经济前景堪忧，主流啤酒消费不断下滑。

从2008年至2010年，欧洲仅有4个国家啤酒人均消费量出现上升。同期，欧洲啤酒生产及销售行业的从业人数下降了12%，相当于减少了22.6万人。

[回到目录 >>](#)

与此同时，啤酒的生产成本也在不断上升。Bernstein报告称，受市场对于干旱天气引发农作物减产担忧的影响，2011年上半年欧洲啤酒大麦价格持续上涨。后期的降雨又使大麦价格较2011年6月下降约1/5，但仍较2010年同期高约30%。

事实上，粮食价格已经成为影响2011年食品与饮料行业的主要因素。联合国粮食及农业组织（FAO）于2011年1月初发出警告，世界面临“粮食价格冲击”，并有可能导致“粮食危机”。

2011年11月，全球管理咨询公司麦肯锡称，近10年来，包括能源价格在内的全球大宗商品价格上涨147%，超过整个20世纪的价格降幅。

### 开发新的增长点

在欧洲和北美，深受其困的啤酒生产商们不得着力研究价格模式和提高能源利用率。

从美国市场来看，2011文章来源华夏酒报1年前三季度，摩森康胜啤酒公司（Miller Coors）净利润下跌11%；百威英博虽然在全球范围内维持了利润增长，百威（Budweiser）在美国市场的份额却持续下跌。虽然市场一片萧条，但精酿啤酒却风景独好。

2011年上半年，美国精酿啤酒销售额和销量分别同比增长15%和14%，波士顿啤酒（Boston Beer）成为带动精酿啤酒市场增长的领头羊。

与此同时，大啤酒生产商也加大了精酿啤酒的开发力度，百威英博以3880万美元收购了位于芝加哥的精酿啤酒生产商Goose Island。SAB Miller则在欧洲推出了产量极低的比利时修道院啤酒Stefanus。

多变的西方市场确实为啤酒生产商提出了新的问题，比如，啤酒的分销方式、目标消费者的变化以及如何吸引新的消费群体等。

面对英国酒吧业的不断衰落，2011年12月份，全球第四大啤酒商荷兰喜力集团已从苏格兰皇家银行（RBS）手中收购了英国酒吧运营商Galaxy Pub Estate，交易价格为6.62亿美元。喜力计划将Galaxy的918家酒吧与其在英国的另外462家酒吧合并，此举将使喜力成为英国最大酒吧所有者和运营商。

2011年啤酒生产商在面对新兴市场光明前景的同时，也面临着结构与环境等方面的挑战。

（来源：华夏酒报，1月16日）

[回到目录>>](#)



## 【调研与数据】

1. 商务部：上周猪肉价格涨0.8%
2. 山东：109批次的白酒“生产日期”存在问题
3. 2011年1-11月中国啤酒行业完成产量4612.62万千升



### 商务部：上周猪肉价格涨0.8%

上周（1月9日至15日）商务部重点监测的食用农产品价格小幅上涨。其中，18种蔬菜批发价格比前一周上涨4.9%，涨幅缩小2.6个百分点；猪肉价格上涨0.8%，涨幅扩大0.2个百分点。

在18种蔬菜中，苦瓜、辣椒、茄子涨幅较大，分别上涨9.8%、9%和8.7%；生姜、大蒜小幅回落，分别下降1.1%和1%。由于节前市场需求增加，肉类价格上涨，羊肉和牛肉价格分别上涨0.6%和0.5%；白条鸡价格上涨0.4%。8种水产品平均批发价格上涨0.3%。粮油零售价格稳中有涨，大米、面粉均上涨0.2%；豆油、花生油均上涨0.1%；菜籽油价格与前一周持平。鸡蛋价格比前一周下降0.3%。

（来源：商务部，1月18日）



[回到目录>>](#)

### 山东：109批次的白酒“生产日期”存在问题

1月30日，山东省质监局公布了对春节期间对热销白酒及米面等4种食品的抽检结果，26批次白酒检验结论为不合格，另有多达109批次的白酒“生产日期”存在问题。

为保证春节食品安全，根据《中华人民共和国食品安全法》和《山东省食品监督检验工作规范(试行)》的规定，省质监局2011年第四季度(2011年第9批)对春节期间热销的白酒进行了抽检，同时对大米、挂面、酱油、食醋等与消费者日常生活朝夕相关的4种食品产品进行了监督检验，其中白酒占了较大比重，共抽检了342批次白酒，占总抽检产品批次的38%多。其中，26批次产品被判定为不合格，产地分别涉及德州、东营、菏泽、临沂、聊城、泰安、日照、潍坊、烟台、淄博等，不合格项目主要集中在：标签标识、固形物、总酯、总酸、己酸乙酯、糖精钠等，其中酒精度是比较突出的问题。

在此次检验中，济南龙池酿酒有限公司生产的龙氏天池牌，规格250ml/瓶的42度龙池小窖酒，生产批次2011/04/28的产品也进入黑榜，不合格项目为总酯、己酸乙酯。虽然此次抽检结果，白酒食品不合格率为7.4%，较2011年上半年不合格率下滑了近一成，但生产日期暴露出的问题却不容小觑。多达109批次的白酒涉及“生产日期”标注不规范。

此外，此次抽检中，酱油、食醋、挂面、大米四类食品的合格率分别为：5.3%、1.7%、17.7%、66%。其中爆冷门的大米，不合格项目主要集中在标签标识和水分上。

(来源：山东商报，1月31日)

[回到目录>>](#)

### 2011年1-11月中国啤酒行业完成产量4612.62万千升

2011年，我国啤酒产业虽然受全球经济复苏、输入性价格上涨、通胀预期带来的国内经济发展不确定性等因素的影响，同时还面临着生产成本上升和市场供大于求的双重压力，但通过结构调整、科技进步、节能降耗等有力措施，努力转变增长方式，啤酒产业仍呈现出持续稳定增长的发展势头。

根据中国酿酒工业协会统计资料显示：2011年1月-11月，啤酒行业完成产量4612.62万千升，比上年同期增长9.87%；总产值1433.37亿元，比上年同期增长19.67%；2011年1月-10月，啤酒行业实现销售收入1362.08亿元，比上年同期增长22.79%；完成税金总额166.65亿元，比上年同期增长15.07%；实现利润106.45亿元，比上年同期增长15.77%。

啤酒产量连续10年保持世界第一。

（来源：中商情报网，1月17日）



[回到目录>>](#)



## 【双周声音】

1. 北京：食品添加剂成节日重点检查项目
2. 温家宝：“三农”发展进入又一个黄金期

## 北京：食品添加剂成节日重点检查项目

昨日（1月17日）从北京市卫生局2012年春节期间卫生监督工作部署暨企业约见会上获悉，在春节期间，北京将开展卫生监督专项检查，检查中如发现严重违法案件，将加大处罚力度，食品添加剂成为重点监督项目。

据介绍，从去年12月28日起至今年1月28日，北京市卫生部门将开展为其一个月的食品安全卫生检查，并将24小时受理餐饮服务消费投诉、举报。卫生部门对春节期间就餐人员较为集中的酒楼、饭店、度假村等餐饮服务单位以及庙会、游园会、滑雪场等进行监督检查；重点检查大中型餐饮单位及大型购物场所内餐饮单位、景区景点餐饮服务单位、接待旅游团的餐饮单位和郊区民俗旅游接待户。此外，卫生监督部门还将检查大型商场超市、经济连锁快捷酒店、游泳场馆等公共场所的卫生状况。检查项目包括食品采购进货查验台账记录、冷荤加工制作过程、餐具消毒情况，尤其是食品添加剂、鲜肉和肉制品的使用情况，将成为卫生部门重点检查的对象。公众在京就餐时如发现违法违规行为，可拨打12320投诉。

北京市卫生局副局长雷海潮昨日还约见了北京部分大型餐饮、公共场所企业法定代表人或主要负责人，告知餐饮服务食品安全、公共场所卫生工作要求。这也是北京的卫生部门首次约见餐饮、公共卫生场所的负责人。雷海潮要求，春节期间，各区县主管领导每天应至少拿出半天检查督导，督促卫生监督人员上街巡查、上店监督。此外，由于节日期间商场超市人流量大，卫生部门要求公共场所卫生的相关负责人要加强营业区域的通风换气，保证客流高峰时空气的卫生质量符合要求。市卫生监督所在春节期间，每天将派出2-3个巡察组，对各区县卫生监督情况进行巡查指导。

昨日，参与约谈的一位大型连锁餐饮企业负责人告诉记者，此次北京在春节期间在食品安全方面的检查力度明显严于往年，相信所有北京的餐饮企业都能为市民节日期间就餐和休闲娱乐提供安全健康的环境。



# 温家宝：“三农”发展进入又一个黄金期

今日出版的今年第二期《求是》杂志，将发表中共中央政治局常委、国务院总理温家宝的重要文章：《中国农业和农村的发展道路》。

文章系统回顾总结了党的十六大以来农业农村发展取得的巨大成就，指出，这些年中央确立了把解决好“三农”问题作为全党工作重中之重战略思想，制定了工业反哺农业、城市支持农村和多予少取放活的指导方针，集中力量办了很多事关农业农村长远发展的大事、关系农民切身利益的好事，很多具有划时代和里程碑意义。农业农村发展取得举世瞩目的巨大成就，“三农”发展进入又一个“黄金期”。

文章重点对农业和农村发展中关于现代农业、新农村建设和城镇化等重大问题的指导思想和政策要求作了深入阐述。

文章指出，我们这样一个人口众多的大国，在推进工业化城镇化的进程中绝不可忽视农业现代化。要坚持实行最严格的耕地保护和水资源管理制度，毫不动摇地稳定和完善的农村基本经营制度，坚持不懈地推进农业科技进步，持续加大农业支持保护力度。将来农业经营形式会多样化，但家庭经营任何时候都是最基本的形式。培养一代新型农民，鼓励有文化和农业技能的青壮年农民留在农村，事关农业长远发展，要作为一项基础性重大工程来抓。

文章指出，社会主义新农村建设是贯穿我国现代化建设全过程的一项重大任务。要建设农民幸福生活美好家园。农村建设应保持农村的特点，有利于农民生产生活，保持田园风光和良好生态环境。不能把城镇的居民小区照搬到农村去，赶农民上楼。要长期坚持把国家基础设施建设的重点放到农村。

文章指出，土地承包经营权、宅基地使用权、集体收益分配权等，是法律赋予农民的财产权利，无论他们是否还需要以此来作基本保障，也无论他们是留在农村还是进入城镇，任何人都无权剥夺。推进集体土地征收制度改革，关键在于保障农民的土地财产权，分配好土地非农化和城镇化产生的增值收益。

文章指出，做好新形势下的“三农”工作是一篇大文章，既需要具有较高的理论和政策水平，又需要有丰富的实践经验，还要对农民有深厚的感情。从事“三农”工作的同志，要善于把握农业农村发展的客观规律，统筹协调好各方面关系，更加科学有效地推动农业农村发展。

文章分四个部分：一是充分肯定农业农村发展的巨大成就；二是准确把握农业农村发展中的几个重大问题；三是努力确保2012年农业农村发展好势头；四是不断提高做好“三农”工作的能力和水平。

[回到目录>>](#)

## 关于我们

北京华经纵横咨询有限公司成立于2003年，其前身为“北京华经纵横经济信息研究中心”，是以国务院发展研究中心“中国经济报告课题组”为依托，以国务院发展研究中心、中国竞争情报学会、中国人民大学商学院的专家教授为智囊的国内著名经济信息研究机构。

目前华经纵横业务范围主要覆盖细分行业研究、市场专项调查、项目投融资咨询等领域，我们已经发展成为一家多层次、多维度的综合性信息咨询机构。

凭借密切的政府部门支持及科研院所合作，华经纵横已经构建了包括政府部门、行业协会、专业调查公司、企业内部人脉、自有调查网络等在内的多渠道、多层面的数据来源；建立了涵盖国内外上百个行业的千万级的数据库；形成了数十种独创的专业分析模型和研究方法。

作为国内权威市场研究机构，我们的成果得到了政府决策机构、企业界和投资界的高度评价，视为反映中国产业发展动向的最具权威性的成果之一。国务院发展研究中心中国经济报告课题组、中国国际工程咨询公司、北京大学经济学院、中国竞争情报学会、中国城市规划设计研究院、中国社会科学院工业经济研究所、国家发改委宏观经济研究院等国内知名研究机构对公司的发展给予了大力支持。

## 相关部分成果推介

1. 2011年雄峰蛹冻干粉市场发展深度分析报告

<http://www.chinacir.com.cn/scyjbg/ibcbbfki.shtml>

2. 2011年蜂胶黄酮市场发展深度分析报告

<http://www.chinacir.com.cn/scyjbg/ibcbbgej.shtml>

3. 2011年鱼皮花生市场发展深度分析报告

<http://www.chinacir.com.cn/scyjbg/ibcbcbhg.shtml>

4. 2011年蓝莓野果浓缩汁市场发展深度分析报告

<http://www.chinacir.com.cn/scyjbg/ibebbbdh.shtml>

5. 2011年浓缩梨汁市场发展深度分析报告

<http://www.chinacir.com.cn/scyjbg/ibebbbfi.shtml>



首创北环国际中心