



价格虚高 进口食品在华牟暴利



■ 本报记者 栾 鹤

进口食品在中国市场复制了一贯的“高端”路线。这些包装精美的食品盘踞在超市的进口货架上,价格动辄就是同类国产食品的几倍甚至十几倍。

据了解,中国的进口食品来自欧美、韩国、日本、东南亚等140多个国家,约10大系列上万个品种,主要是饮料、巧克力、饼干、食材配料、奶粉和红酒,尤其是奶粉和红酒一直在国内占据着一线市场。

记者在北京安贞环贸中心的华联超市进行随机采访时发现,“安全”、“营养”、“新鲜”是消费者购买进口食品的主要驱动因素。家住附近的罗女士说:“我每周会来购物一次,大概花200元左右,主要买饮料、速冻食品、橄榄油之类。进口食品确实贵一些,就拿这个马来西亚产的果冻来说,虽然每盒比国产的贵上十多元钱,但给孩子吃比较放心。”在环贸中心工作的“白领”李小姐

说:“我经常在这里买些巧克力、饼干和饮料,虽然贵一些,但尝个新鲜。”

一家进口食品的二级代理商告诉记者,目前,进口食品的利润基本在50%左右。这样的利润还仅仅是零售商通过食品进口代理商进货获得的利润,整个进口食品行业在中国市场的利润率高得让人咋舌。

价格是如何被推高的?

一位早年毕业于东北农业大学的进口红酒代理商对记者透露,当前,国内进口红酒价格的定价权主要在代理商手里,至于工商、物价部门只是原则上给予建议和引导而已。“只要交钱就能进入大超市,至于卖多少钱完全是公司说了算。”

在法国,一般的VDT级(日常餐酒级)红酒售价仅几欧元,通过橡木桶装运,到国内分装后进入商场价格要卖到几百元。而超市中标价为998元的一瓶法国红酒,除去运费和48%的综合税率,再除去代理商的利润,超市入场费、管理费等,该瓶红酒的原产地价格保守估计不超过200元。

进口食品进入中国市场须经过经销商的层层分销。可以说,流通与经销环节是造成进口食品价格虚高的一个重要因素。

然而,营销成本只是进口价格虚高的一方面原因,消费者的推崇心理也使进口食品占据了销售优势。中投顾问《2012-2016年中国乳制品产业投资分析及前景预测报告》指出,受三聚氰胺事件影响,消费者对国产

婴幼儿奶粉的信心不足,直接导致洋品牌在中国大行其道。

近两年来“洋奶粉”在中国不断提价,涨价理由无非是“配方升级”和“成本上涨”。但是同一品牌奶粉在全球往往是采用一致的研发投入、加工工艺和奶源,为何在中国市场的销售价格就比欧盟甚至东南亚市场高得多呢?归根结底,这是进口奶粉的营销策略抓住了中国消费者的推崇心理,用高价格与国产奶粉进行区分。

贩卖“原装”概念也是进口食品推高价格的一个营销策略。在家乐福等大部分超市里,橄榄油并不在进口食品区,而是被摆放在食用油区域。每升60元到200元不等的橄榄油价格,与每升基本在20元以内的大豆油等其他食用油的价格相比,着实高了很多。

“贵的是原装进口,便宜的是国内分装的。欧丽薇兰的标签标注原产地为意大利,分装地是上海,那价格就比原装的低些了。当然,原装进口的质量更有保证,更有营养。”家乐福超市促销员向记者介绍道。

据了解,原装进口是指在原产地进行采摘、压榨、装瓶,进入中国市场后,应在原包装的基础上添加内容相对应的中文标签,并指出是原装进口,也就是俗称的原瓶贵。如果是在中国分装,是指用大桶运到中国,然后在中国进行二次灌装,该产品应在外包装上标出封装地,这就是所

谓的原产分装版。

进口食品安全吗?

由于消费者对国内食品安全的信心不足,进口食品的“安全”牌十分奏效,赢得不少追求生活品质的消费者的青睐。但是,进口食品一定安全吗?

中国农业大学教授籍保平告诉记者:“各个国家的食品安全标准不一,中国严格禁止将二氧化硫用于食品防腐,而二氧化硫被美国食品及药物管理局视为‘一般认定为安全’的物质。”

籍保平表示,一般说来,进口食品的生产加工过程除部分产品属进境包装外,其余工序均在海外完成,无法对其养殖、生产加工过程、运输等条件进行监控,加之不同输出国的食品安全管理水平参差不齐,以食品为载体传入动植物疫病或对消费者健康构成潜在威胁的风险客观存在。

相比门槛较高、管制较严的孕婴奶粉,进口零食市场则比较混乱,假货横行。在北京朝阳区一个食品批发市场内,记者看到,食品摊床上摆满了饼干、咖啡、蜜饯、巧克力等“国外”食品,大多没有中文标签。摊主表示不清楚是哪儿生产的,“没有中文标签才更像进口食品嘛”。

特别报道

前三季度中国医药产品出口保持两位数增长 竞争力有待提高



■ 本报记者 袁 远

在外贸形势整体低迷的背景下,今年前三季度,中国医药产品对外贸易仍整体保持两位数增长,进出口总额达到598.61亿美元,同比增长11.41%。其中出口额达353.5亿美元,同比增长7.83%;进口额达245.1亿美元,同比增长17.01%。

非洲成为出口亮点

据记者向医药界资深人士多方求证,今年中国医药产品出口增长主要是由以非洲为主的第三世界国家市场带动的,一些来自中东、东南亚、非洲和南美的采购商也在其中。由于贸易壁垒,中国医药产品对欧盟市场出口出现下滑,但对非洲、东盟等市场出口增长较快,尤其是非洲已成为中国医药产品出口增长最快的市场之一,并成为中国本土制剂出口的第一大市场。根据中国医保商会公布的数据,今年前三季度,中国对非洲医药产品出口额为14.7亿美元,同比增长13.48%,明显高于对欧洲、北美等发达地区出口的增速。

医药界资深人士林先生告诉记者,中国对非洲国家医药产品出口的增加,一方面是因为随着非洲经济快速发展,非洲各国持续扩大对医疗卫生领域的投资,使其对医药保健品的需求保持快速增长。另一方面,中国医药产品的价格相比发达国家要低很多,尤其是制剂类药品价格,具备很强的国际竞争力。

华润双鹤药业股份有限公司负责人也表示,今年以来,公司出口额总体增长20%以上。主要是因为药品需求不受经济形势下滑影响,消费者不会因为经济不好就忽略健康问题,而且中国医药产品价格相对较低,具有一定的国际竞争力。

“以医带药”助推中药走出国门

尽管受到各种技术性壁垒限制,今年前三季度,中药出口总额仍同比增长7.2%,表明中药出口具有广阔空间。在刚刚落幕的广交会上,很多中药企业表示,已开始积极拓展国际市场,努力把中药推向世界。北京同仁堂国药有限公司副总经理花季红表示:“2012年同仁堂国药预计全年出口额将达到4000万美元,同比增长20%。计划到‘十二五’计划末,在全球自由零售终端达到100家。”

此前,中药走出国门一直受到国际市场诸多

力量的阻碍。由于难以拿出在欧盟有明确的15年使用记录的证明文件,以及欧洲在文化和医药传统等方面与中国存在较大差异等因素,中医药企业很难在欧盟市场注册成功。加之韩国、马来西亚、印尼等国原本艰难的药品注册环境,以及近年来美国、日本等国对保健品和植物提取物产品提出新注册要求,有关进口国提高农药残留标准和中药种植标准等,都对中药产品出口形成了很大阻力。

面对主要出口市场的诸多技术性壁垒,中国不少药企通过中医文化推动医药产品出口。例如北京同仁堂就采用“以医带药”的模式,推动中药和中医走进国际市场。同仁堂在海外16个国家或地区开设了74家零售药店,几乎每家店都有驻店的中医大夫,通过中医治疗业务带动中药销售。同仁堂还在世界各地开设中医药文化讲座、中文培训班,以此促进国外对中医药文化的认识和理解,逐渐把文化渗入在产品中。

不过,林先生对中药的出口前景并不乐观,他认为,中药在国际市场的暂时利好消息并不能代表中药的整体销售行情。目前,只是个别的中药品牌在国际市场有一定的销售业绩,很多中药企业还是把中药制作成保健茶饮、保健冲剂等以及外用擦剂,销售到海外。一些中药企业也承认,除了中成药出口,他们主要通过生产保健品、食品、饮料以及天然植物提取物和原材料来扩大出口。一位资深的药品销售公司老总陈先生对记者表示,现在带动中药走出海外的多为长期居住在国外的华侨,他们对中药有很强的文化认同,由于他们在海外的影响力和传播力很强,对中药在海外的销售也有极大的促进作用。不过,国外的主流人群对中药依然抱着很强的怀疑态度。

至于一般中国化学制剂类药品在海外市场的竞争力,以上两位医药界资深人士都表示不看好。林先生认为,国内一些化学制剂类药品主要销售到对药品监控并不严格的非洲和其他第三世界国家。陈先生则认为,国内很多药品都是重复生产,缺乏创新,和欧美国家技术先进、质量精良的药品生产相比还有很大差距,在国际市场难有竞争力。

出口警示

商情聚焦

宁夏“两区”建设 打响招商攻坚战



本报讯 日前,宁夏内陆开放型经济试验区、银川综合保税区启动建设大会在银川召开,这标志着宁夏的发展进入新阶段。

经国务院批准设立的宁夏内陆开放型经济试验区,是中国内陆地区首个也是唯一一个覆盖整个省级区域的试验区。《宁夏内陆开放型经济试验区规划》提出“四大战略定位”,建立十大机制,夯实“七大基础”,建设“六大中心”、“五大示范区”、“五大平台”、“十大基地”等目标任务,涉及66项事关宁夏长远发展的政策措施和一系列重大项目。

宁夏内陆开放型经济试验区、银川市综合保税区被正式批准建设以来,宁夏自治区招商局紧紧围绕全区招商引资“三大5000亿”目标,(即:2012年,签约项目总额突破5000亿元;截止到2012年底,全区招商引资到位资金累计突破5000亿元;“十二五”后3年招商引资到位资金累计突破5000亿元),抢抓机遇,积极行动,以“两区”和银川滨河新区建设为重点,开展新一轮招商引资攻坚战,加快形成全方位、宽领域、多层次的对外开放格局。

按照将宁夏内陆开放型经济试验区打造成“国家向西开放的战略高地、国家重要的能源化工基地、重要的清真食品和穆斯林用品产业集聚区、承接产业转移的示范区”四大战略定位,全区招商系统积极探索加快产业结构优化调整思路,推进特色优势产业开放合作,积极引进国内外清真食品、穆斯林用品企业,加强东西合作、西西合作,营造承接产业转移的良好环境。

据悉,宁夏招商局立足该区特色产业、富集资源和比较优势,紧密围绕宁东能源化工基地、“五优一新”产业和沿黄经济区建设,以特色产业园区为载体,引进了一批优强企业,落地开工了一批高新、优势产业项目。截止到目前,全区已引进世界500强企业16家,中国500强企业41家。成功地引进了上海航天光伏产业合作项目、香港垠萨实业控股集团年产4万辆新能源汽车项目、山东煤化煤基一体化产业园项目、银川绿地中心、希诺健康城、世界穆斯林城市建设等特色产业项目。同时,宁东基地煤化工产业、西电东送、中卫“疆煤进宁”、贺兰山东麓葡萄酒产业、宁夏生态纺织产业园等集群化产业项目的建设,进一步优化了该区产业结构,壮大了优势产业集群,形成了项目带动发展、产业优化转型的良好效应。(宁 召)

供求信息

秘鲁中央储备银行招标采购 用于铸造货币的双金属片币模

标书序列号: 0001-2012-BCRPLIM
联系人: Milagros Borja Oscar Gonzales
电话: 00511-613-2165
00511-613-2901
电子邮箱: milagros.borjas@bcrp.gob.pe
oscar.gonzales@bcrp.gob.pe
(感兴趣的企业也可在以下网站查询相关信息: www.seace.gob.pe/mon/docs/procesos/2012/001926/77135773radC3C20.pdf)
(信息来源: 中国驻秘鲁使馆经商处)

俄罗斯公司出售石化产品

公司名称: ОО УфаНефтеПром
出售物品: 石油及石油化工产品,包括技术硫、沥青、重油、浅色和深色炉燃料、柴油、汽油等
联系人: Менеджер по продажам нефтепродуктов
手机: 007-917-3435998
传真: 007-347-2466413
电子邮箱: op7@ufa-np.ru
(信息来源: 中国驻俄罗斯叶卡捷琳堡总领事馆经济商务室)
(以上信息仅供参考)

丰田上调盈利预期 利润达7800亿日元

丰田公司日前表示,预计2012财年(2012年4月至2013年3月)的合并净利润(按美国会计标准)将为7800亿日元,环比增长2.8倍。超出此前预期200亿日元。除了以北美为中心扩大了销量之外,日本的环保车补贴也将构成支撑,预计日本国内销售将表现坚挺。此外,成本削减举措也将产生积极作用。

新加坡经济减速影响深远

新加坡外交部兼律政部长尚穆根近日呼吁国人正视经济增长放缓的问题。他表示,新加坡人需要完全了解到经济增长减速以及人口迅速老龄化这双重挑战对国家可能产生的深远影响。如果新加坡经济增长不如邻国,就可能出现类似日本大学毕业生找不到工作的局面。

瑞士房地产市场过热风险加剧

日前,瑞银集团公布了瑞士第三季度房地产风险指数,为1.02,比上季度上升0.20点。这是自上世纪90年代瑞士房地产出现泡沫以来,该指数首次进入风险区间(超过1),根据研究报告,该指数达到2就会出现泡沫。瑞银集团经济专家指出,尽管该指数只是略高于1,但由于第三季度瑞士物价普遍下降、工资收入未实现增长,房地产价格上涨没有基础,过热风险加剧。

日系银行三巨头强化亚洲结算业务

日系银行巨头正在加快扩大亚洲业务的步伐。除了贷款业务,还将强化支援企业资金管理和贸易等结算领域的服务。三菱东京UFJ银行计划三年后将亚洲业务毛利润提高五成。三井住友银行将在印度等国新设贸易金融业务网点。各大银行希望借拓展当地客户业务吸纳亚洲内需求实现收益渠道多样化。日本各大银行自2008年秋季的金融危机以来,逐步取代压缩资产撤走资金的欧美银行,扩大了在亚洲的贷款业务。

欧佩克油价跌至8月中旬以来最低水平

石油输出国组织(欧佩克)秘书处日前公布的数据显示,目前,欧佩克市场监督原油一揽子平均价连续两周下降,至每桶105.91美元,为8月中旬以来的最低水平。有分析认为,从需求的角度来看,受国际经济低迷影响,国际几大消费国原油需求增长缓慢,国际市场的原油需求相对较为疲软。从原油供应的角度看,美国释放储备的预期对市场的影响仍在持续发酵,此外,近期伊朗核问题可能引发的中东地区军事冲突的几率持续下降,一定程度上缓解了市场对原油供应的担忧,在供需两方面因素的共同作用下,原油价格出现走低的态势。

意西两国将首先申请欧洲央行“购债计划”

英国全国经济与社会研究所宏观经济研究室主任安格斯·阿姆斯特朗日前在接受媒体采访时表示,意大利和西班牙短期内很难摆脱债务危机,这两国或将成为第一批申请欧洲央行“购债计划”的使用者。英国全国经济与社会研究所最新发布的报告预测,2012年意大利经济预计萎缩2.3%,2013年萎缩幅度有所缓和,但仍将下滑0.7%。西班牙经济前景同意大利一样不容乐观。

(本报综合报道)

