

本版撰文 本报记者 范丽敏

蜂蜜产业观察(下)

进口 VS 国产：蜂蜜市场大打心理战



中国是传统的养蜂国家,是世界蜂产品生产大国,也是数一数二的蜂蜜出口大国——这些成就一直为中国人所津津乐道。

然而,两年前,中央电视台曝出:国内部分蜂蜜生产企业为了降低成本赚取利润,在售价较高的蜜种中掺入价格低廉的油菜花蜜等,有些企业甚至为了提高产量并且通过检测,在蜂蜜中勾兑用陈大米加工而成的果糖。

一时间,国内蜂蜜行业遭遇空前的信任危机。与此同时,进口蜂蜜长驱直入,迅速抢占中国高端市场,并开始向中端市场渗透。

进口蜂蜜量大幅攀升

最近,在中国生活多年的希腊商人雅尼很忙。雅尼做了一辈子石材进出口贸易,可谓顺风顺水,不过最近两年却转了行,不仅琢磨起橄榄油生意,还心血来潮打起了希腊蜂蜜的主意。

“目前,我们从希腊运过来的第一批蜂蜜还在茫茫大海上,预计将于12月23日抵达中国厦门。”雅尼在接受《中国贸易报》记者采访时说,这是他第一次试单,重量只有1吨左右,蜜种包括栗子蜜、松花蜜、百花蜜和萨索斯蜂蜜4种,将主要销往厦门、重庆和郑州等地。

说是心血来潮,其实并不准确。“我的家乡萨索斯岛(Thassos)在爱琴海北端,是希腊北部一座富饶的岛屿,盛产橄榄油和蜂蜜。在了解到中国市场的庞大需求后,我决定把家乡的蜂蜜推销到中国。”雅尼说,中国人对蜂蜜的养生功效有非常深刻的认识,但是中国国产蜂蜜的品质似乎不那么尽如人意,这也是他想要引入希腊蜂蜜的主要原因,希望带给中国人口感更好、更绿色健康的食品。

更为重要的是,雅尼在决定将希腊蜂蜜引入中国之前,曾到各大超市对比过中国蜂蜜和进口蜂蜜的价格、品质等,同时把希腊蜂蜜样品拿给一些客户品尝,收到了良好的反馈,很多客户都问什么时候能喝上希腊蜂蜜,所以他才决定第一次试单。

“如果这次试单效果不错,那当然最好了;可如果不成功,我还是会引入一定数量的蜂蜜,与包括橄榄油在内的希腊绿色食品一起销售,以丰富我在华销售产品的种类。”雅尼说。

和雅尼一样,国际蜂厂厂商越来越重视庞大的中国市场,这使中国进口蜂蜜数量快速增长。

来自国家统计局的数据显示,2012年,中国进口蜂蜜数量达到3300吨,较2011年增长36.6%;而到了今年上半年,蜂产品进口量和进口额分别为2261吨和2436万美元,同比分别增长66.07%和74.35%,呈现大幅增长的态势。

“随着国内经济快速发展和人民生活水平不断提高,国人越来越重视以保养、保健为基础的健康生活。纯天然、有‘绿色食品之冠’之称的蜂产品,得到

了广大消费者的青睐,成为人们保健食品的首选,其需求量呈现快速增长的趋势。”资深有机农业专家、武汉天惠集团董事长唐宏泉在接受记者采访时表示,由于国内部分企业为了降低成本、追求利益最大化,不惜制造假蜂蜜、经营劣质蜂蜜,这导致蜂产品内销市场呈现混乱状态,消费者对国产蜂蜜的真假和品质等产生了习惯性的质疑,不得已逐渐把眼光投向了进口蜂产品。

“可以说,混乱的内销市场给了进口蜂蜜‘可趁之机’。”唐宏泉说。

洋蜂蜜价格高得惊人

为了对比中外蜂蜜价格,本报记者日前走访了北京的华联超市(双井乐城店)、华润万家(双子座店)、家乐福(广渠门店)和乐天玛特(国瑞城店)等几大超市,发现国产蜂蜜品类主要有洋槐蜂蜜、枣花蜂蜜、紫云英蜂蜜等,每500克的价格集中在15元至40元之间;而进口蜂蜜主要来自德国、新西兰、泰国、澳大利亚等,品类则包括桉树花蜂蜜、龙眼蜂蜜、洋槐花蜂蜜、向日葵蜂蜜等,每500克的价格集中在80元至300元之间,有的甚至高达一两千元,在华销售价格远远高于世界蜂蜜出口均价。

“不仅是零售终端的进口蜂蜜价格高企,事实上,从通关开始,进口蜂蜜价格已经‘高高在上’了。”一位不愿具名的业内人士告诉本报记者,与中国主要出口蜂蜜原料不同,进口蜂蜜以成品小包装为主,其产地国拥有完善的生产支持体系、雄厚的财政补贴政策,以及比较完善的机械化、信息化配套设施。

连做蜂蜜生意的雅尼都承认,在中国,进口蜂蜜价格确实偏高。但他认为,这主要是由于进口蜂蜜的成本高,除了蜂蜜本身的成本,海运费、税收、报关费、检验检疫费、陆运费和仓储费等层层环节的费用都要算进内。

对于进口蜂蜜本身的成本,进口商一致认为,与国产蜂蜜大多是浓缩蜜,加工蜜不同,进口蜂蜜大部分都是纯天然成熟蜂蜜,因此价格较高。

据了解,成熟蜜是指蜜蜂采集花朵上的花蜜,在蜂巢中由工蜂加入其唾液(即转化酶),经过反复充分酿造、脱水,使含水量降至20%以下,并使双糖充分转化为单糖后,挥发掉蜂蜜中多余的水分,成熟封盖后采收的自然成熟的蜂蜜。这个过程一般需要7天时间,所以成熟蜜产量少、成本高。这种蜂蜜长久存放不变质,不添加任何物质且可直接食用。

而未成熟蜜则是采回不久的花蜜未经充分酿造,大多是一两天取蜜,许多营养物质不全面、不充足、不稳定。未成熟蜜一般在销售时,还要经过机械脱水浓缩,一般称之为浓缩蜜、加工蜜。

“在我们国家的标准中,只要是经过蜜蜂的‘充分酿造’就可称为天然蜂蜜,因此非成熟蜜也可以称为

天然蜂蜜;而德国、美国、新西兰等国家对蜂蜜的定义则完全不同:不可以向其中添加任何物质,也不允许从其中移去任何物质(包括水分),否则就不能称为天然蜂蜜。”唐宏泉告诉记者,鉴于此,国产蜂蜜与部分洋蜂蜜确实存在成本差异。

但唐宏泉认为,进口蜂产品的天价与其实际品质并不匹配。进口蜂产品与国产蜂产品的战争实际上是一场投机战和心理战。

“国外厂商正是抓住了中国国内蜂产品市场暂时混乱的契机,投机炒作,抬高进口产品价格,获得了丰厚的利润。国内商家也利用了消费者对国产蜂蜜品质的质疑,在进口蜂蜜上大做文章。”唐宏泉说。

进口蜂蜜抢占高端市场

“我基本上不喝普通超市里的国产蜂蜜,而只喝从新西兰进口的纯天然蜂蜜。”在华联超市(双井乐城店),一位在北京国贸地区工作的白领王小姐告诉本报记者,她每年单买蜂蜜就要花六七千元,但她认为这是“投资健康,非常值得”。

当记者提及国产蜂蜜时,王小姐摇了摇头说:“国产蜂蜜掺假那么厉害,哪敢喝呀?”

不只是王小姐,她身边的同事和朋友都已经不喝国产蜂蜜了,而是转向价格较高的进口蜂蜜。

华联超市(双井乐城店)、华润万家(双子座店)等店内销售人员均告诉本报记者,进口蜂蜜销量非常不错,顾客都是消费水平比较高的人。

线下如此,进口蜂蜜在线上的销售同样火爆。

记者在淘宝网输入“蜂蜜”一词后发现,进口蜂蜜品牌可谓五花八门、数不胜数,但看起来销量都不



洋蜂蜜莫步洋奶粉后尘

最近,进口蜂产品也曝出了负面新闻。山东青岛检验检疫局在对一批新西兰进口蜂蜜实施检验时发现,该款标注为野花蜂蜜的产品被检出成分掺糖,不符合我国相关的标准规定,409箱不合格蜂蜜被依法“遣返”。

另有多家境外媒体报道,新西兰每年大约只出产1500吨左右的麦卢卡蜂蜜,但每年全球却售出了1万多吨标注有“麦卢卡”的蜂蜜。显然,相当部分标着“麦卢卡”的蜂蜜其实只是普通蜂蜜甚至掺进了糖浆,却以高出普通蜂蜜几十倍的价格销售。这其中,有多少流入中国市场,不得而知。

再以蜂胶为例。



目前,我国市场上充斥着大量所谓澳大利亚、新西兰进口蜂胶。而中国蜂产品协会经过与澳大利亚、新西兰有关专家交流后发现,上述两国其实基本上不生产蜂胶,也不允许包括蜂胶在内的任何蜂产品原料和产品出口。因此可以断定,不管是在澳大利亚、新西兰两国销售的蜂胶,还是在中国销售的所谓澳大利亚和新西兰蜂胶产品,其实并非产自澳、新两国。

中国蜂产品协会代表团还专门从澳大利亚、新西兰两国带回了12份蜂胶样品,交给浙江大学检测,结果8份是假蜂胶,并且质量远低于中国蜂胶。

尽管如此,每年仍有约一两百万名中国消费者或在当地旅游时购买,或通过海外代购的方式购买所谓的澳大利亚、新西兰蜂胶。

这不禁让人想起洋奶粉。自从三聚氰胺事件之

后,洋奶粉开始在中国市场上大肆扩张并逐渐取得主导地位。近年来,尽管洋奶粉也频频被媒体曝出存在质量问题,尽管国家相关部门甚至是国务院常务会议都在研究如何“拯救”国货,但是,洋奶粉依然紧紧扼住中国市场命门,甚至很多各种国外品牌的蜂蜜其实原料产自中国,贴个牌或出口转内销就“摇身一变”成了洋品牌,从此便在中国市场大行其道。

点评:打铁还需自身硬,在对进口劣质蜂产品施以重拳的同时,提高国产蜂产品质量与品质才是当务之急。

近年来,由于国内零售市场趋于饱和,企业竞争激烈,确实存在个别蜂农生产不成熟蜜和极少数企业将蜜种混配、掺入各种糖浆及添加物等现象,这影响了消费者对国产蜂产品的信任与认可。

国产蜂蜜的消费者大部分是中老年人,他们更看重价格,致使国产蜂蜜做假有了可趁之机。

为此,卫生部公布的GB14963-2011《食品安全国家标准——蜂蜜》(简称蜂蜜新国标)于2011年10月正式实施。

然而,到了2012年6月,实施还不到一年的蜂蜜新国标即被卫生部列入需要修订的国家标准,暂停实施。

在业内人士看来,蜂蜜新国标虽然规定蜂蜜不得添加或混入任何蜂蜜以外的物质,如淀粉类、糖类、代糖类物质以及防腐剂、增稠剂、澄清剂等,但对近年来日益泛滥的用大米糖浆掺兑蜂蜜的行为却未提及,被

错。记者随意点开一家专卖进口蜂蜜的直销店,发现其1个月内已卖出2151件纯天然蜂蜜。

而在京东商城、1号店等网上超市,进口蜂蜜亦是进口食品中的热销品类。

“进口蜂蜜一般都具备高档的外包装,并且营销积极、品牌识别力强,因此吸引了不少国人的眼球,一些经济条件较好、热衷追求洋品牌的年轻人,还有一些有特殊需求的人宁可花费比国产蜂蜜高几倍的价格去购买。”武汉康思农蜂业科技有限公司总经理赵石涛在接受记者采访时说,近年来,随着国人生活水平的提高,进口蜂蜜已迅速抢占国内高端市场,并开始向中端市场渗透。

相比之下,国内蜂企的日子就不太好过了。来自农业部的报告显示,今年上半年,中国蜂蜜原料产量高于上年同期,价格涨跌互现,蜂王浆产量基本持平,价格大幅下跌,油菜蜂王浆价格低于去年同期10元/千克至20元/千克;进入5月,洋槐蜂王浆的价格同比下降28%。

上述报告认为,由于会议营销渠道受阻、食品和保健品市场监管力度加大等原因,蜂蜜企业整体效益下滑。

对此,赵石涛分析说,目前,国内蜂企竞争激烈,还没有真正形成龙头企业和叫得响的品牌,而这正是国外蜂企的优势。他们有真正负责的行业协会,还有丰富的农业资源和规模化的企业。

“根据消费者需求的不同,中外蜂产品销售模式呈现两极化:洋蜂蜜在中国主打高端市场,有逐渐抢夺中国蜂企‘饭碗’的趋势;而本土品牌主打低端市场,其实也有广阔的市场需求。”赵石涛说。

业界讥为一部“打真假”的国标。

好在,为了重塑消费者对国产蜂蜜的信心,养蜂人、蜂企、经销商和行业协会都在进行不懈的努力。

事实上,业内一致认为,每个国家和地区出产的蜂蜜各有功效特色,口感也不一样,只有成本的差别,没有孰好孰坏之分。而真正的国产原蜜质量总体是不错的,大部分蜂蜜均为合格产品,其品质与进口蜂蜜并无较大差距。

业内同样承认,一些国外较好的特色蜜种,其功效确实较好,并深受中国消费者喜爱;国产蜂蜜在产品品质、农药残留、自然生态方面与某些洋蜂蜜相比,确实也存在一定的差距;但更为重要的是,洋蜂蜜在包装设计、包装材料、加工技术、品牌塑造和营销等方面则要远远好于国产蜂蜜,这是中外蜂产品的真正差距。

师夷长技以自强。国家应制订更加优惠的政策,从源头上鼓励蜂农的养蜂积极性,制订更加符合国情和市场规范的质量标准,优选蜂种,扩大蜂群规模,优化生态环境,提高加工水平,严打伪劣掺假行为,提升国内蜂蜜品质和品牌的信誉度;同时,企业应致力于优质产品的开发和蜂业文化的宣传,消除消费者对蜂产品的神秘感,努力生产消费者放心的产品。

显然,国产蜂蜜想要重新赢得消费者的信任,还有很长的路要走。