

中国葡萄酒产业未来可期

■ 本报记者 刘国民 实习记者 王煜

我国葡萄酒企业的日子不太好过,产销下滑严重,进口葡萄酒的冲击仍在持续。

业内人士在接受《中国贸易报》记者采访时一致认为,只要全行业齐心协力,发力科技创新,加快人才培养,推进产区建设,讲好美酒故事,葡萄酒的春天一定会到来。

进口冲击持续加剧

海关总署近日发布的酒类进出口数据显示,今年1至10月,葡萄酒进口28.60万千升,同比下降20.20%;进口额78.46亿元,同比下降13.10%。其中,10月进口2.15万千升,同比下降25.90%;进口额6.80亿元,同比下降15.30%。

疫情是导致进口葡萄酒数量下降的直接因素。国产葡萄酒龙头企业张裕集团董事长周洪江曾公开表示,中国葡萄酒市场社交和家庭两个消费场景过去的消费比例大约为9:1,但新冠肺炎疫情发生以来,社交消费几乎归零,影响了葡萄酒的销售量。

除了聚饮场景的消失,疫情还导致了运输困难和运输费用的增长,让进口葡萄酒难以进入中国市场。

“不过,进口葡萄酒对我国葡萄酒产业的冲击仍是个不容忽视的问题。”北京波龙堡葡萄酒业有限公司国际部主管王凯在接受《中国贸易报》记者采访时说。我国自西汉时期,将西域葡萄酒及酿造葡萄酒的技术引进中原,但国内葡萄栽培与葡萄酒酿造一直没有取得很好的发展。直到1978年至2001年,我国葡萄酒业快速发展,建立王朝、怡园、通天、威龙等几百家葡萄酒厂。

四川开通专列提升跨境水果运输效率

本报讯 记者近日从成都国际铁路港获悉,四川首趟中老铁路进口水果冷链专列从老挝万象南驶出,搭载25柜泰国、老挝等东南亚国家盛产的榴莲、龙眼、椰青、香蕉等进口水果,将经中老铁路至云南磨憨铁路口岸进境水果指定监管场地检验检疫,通过冷链集装箱“一箱到底”运往位于成都市青白江区的成都国际铁路港,而后分拨至成都及四川内地州市。这是四川首次通过中老铁路从东南亚进口水果,标志着四川对RCEP国家水果进口铁路直达跨境通道顺利打通,为此后常态化生鲜冷链进出口奠定了基础。

为保障进口水果质量,此次水果冷链专列采用自备外背包式柴油发电机冷藏箱,可沿途加油保障温控。同时,开通“生鲜绿色通道”,加快通关服务,全程运输时间预计5天左右。相较疫情之下的“公海联运”或单一公路运输模式,可提升一倍以上运输时效,大大降低了跨境水果运输的时间和成本。

过去,新鲜水果的进口,大都依靠公路和海运,而公路运输成本高,海运运输时间长。“相较于传统公路运输方式和海运方式,选择铁路运输不仅节省了大量人力和时间成本,而且更加安全可靠,加之冷藏集装箱对水果的保鲜更好,更利于水果保持新鲜的状态。”金果源实业有限公司总经理刘刚表示。

(张浪)

自2001年加入WTO后,国产葡萄酒产量年增长率达到17%,酒庄文化也开始出现。

在我国葡萄酒产业快速发展的同时,进口葡萄酒的冲击仍在持续。王凯介绍,欧美国家给予葡萄酒产业补贴,使得进口葡萄酒与国产葡萄酒的生产成本相当。随着葡萄酒关税降低,葡萄酒进口量连续多年增长,几乎垄断了我国葡萄酒高端市场。这对中国葡萄酒产业的长远发展构成挑战。

压力来自四面八方

中国葡萄酒企业,正在承受前所未有的压力。

根据葡萄酒上市企业半年报,今年上半年,除张裕A、ST通葡、通天酒业、楼兰酒庄、法赛特酒外,7家酒企营收下降,王朝酒业下降幅度最大,为44%,威龙股份下降幅度最小,为7.76%;除通天酒业、威龙股份、楼兰酒庄、法赛特酒外,8家酒企净利润出现下滑,5家出现亏损,ST通葡的净利润下滑达331%,张裕A净利润也小幅下滑3.59%。

大企业的日子不好过,小型企业的生存状况更是不容乐观。

“小型无特色企业比例过大,大中型企业份额偏小,是我国目前葡萄酒产业的发展现状。”王凯表示,在我国获得生产许可证的葡萄酒生产企业中,规模以上企业只占25%左右。企业无特色,主要是源于原料无特色、生产无特色、营销无特色、文化无特色。而无特色的结果就是同质化严重,同质化带来的必然是无序的竞争。

记者向业内人士了解到,有的中小型企业葡萄酒企业长期处于低水平

运营状态,没有原料基地,不收购葡萄,不生产原酒,不重视企业基地建设和基础研究,只是购买原酒进行加工灌装或贴牌生产葡萄酒。有的企业不注重解决酿酒葡萄的农药残留问题,存在食品安全隐患。有的企业葡萄酒产品年份造假,葡萄品种和产地标注不实。傍名牌、仿名牌等侵犯知识产权行为依然严重。

天明集团创始人兼董事长姜明也曾对媒体表示,葡萄酒产业面临的问题较多,一是葡萄酒税负较高,葡萄酒在中国属于工业产品,征收10%的消费税、13%的增值税、7%的附加税以及25%的所得税,导致中国葡萄酒的综合赋税超过30%,企业发展压力较大;二是优质种苗较为缺乏,酿酒葡萄优良品种选育工作投入不足,引进国外种苗手续烦琐,要求较高;三是葡萄种植环节机械化程度低,剪枝、采收、植保以及我国特有的越冬埋土等均以手工操作为主,不仅成本高,而且面临劳动力短缺的困境。

合理规划满足需求

据了解,中国已经拥有东北、北京、天津、河北、山东、山西、黄河故道、新疆、甘肃、陕西、西南高山、广西等葡萄酒产区,几乎覆盖了国内全部适合种植酿酒葡萄的区域,中国的葡萄酒生产地图正日渐清晰,相关的投资和产业链建设也正在向这些区域聚集。

王凯认为,应该充分发挥各地特色资源优势,做好酿酒葡萄原料基地的布局规划,按照“适地、适种”原则,结合品种、气候、土壤条件和酿造技术,科学规划酿酒葡萄基地

建设和酿酒葡萄品种栽培,避免盲目性,扎实做好深中国葡萄酒产业发展之“根”。

“随着我国经济实力和人民生活水平的提高,中国已成为全球第六大葡萄酒市场和第四大葡萄酒生产国。”香港中华总商会永远名誉会长蔡冠深建议参照国外先进经验,加强对中国葡萄酒产业各环节的扶持。包括:农业农村部落实推进优质苗木的引进与种植;工信部关注专用农机装备研发引进,提高行业自动化、数字化和智能化水准;商务部协助品牌推广培育,进军全球市场;国家市场监管总局负责行业标准建立与完善,合力带动中国葡萄酒产业良性发展等。他还建议对葡萄酒产业进行专项扶持,并对产业各个环节税收进行减免。

“各国葡萄酒均以产区为优势,抱团展现优势、个性和风土人情,形成了上百年持续不断的向心力。”蔡冠深认为,我国应学习这种做法,坚持不懈优化我国葡萄酒核心产区理念,加大葡萄酒消费场景宣传,走文贸并举、产业融合之路,令葡萄种植、葡萄酒酿造、葡萄酒旅游及文化相得益彰,融入风土人情、传统文化及旅游特色,培育自主名牌,全面推进葡萄与葡萄酒一二三产业融合发展。

王凯认为,我国葡萄酒企业应当积极把握机会,寻找新的消费和需求特征,打破天花板,满足高端酒类消费需求。同时,企业也要更加注重外部循环,保护和激发市场主体活力,提高葡萄酒产业链、供应链的稳定性和竞争力。



中新南宁国际物流园是由新加坡企业太平船务集团(PIL)在广西南宁投资注册的中外合资企业——广西新中产业投资有限公司投资、建设并运营。

位于中新南宁国际物流园的电商物流园项目近日进入顶棚施工阶段,施工有序推进。图为工人在物流园进行顶棚施工。

新华社记者 周华 摄

大数据时代 广告投放如何防止踩“坑”

■ 本报记者 钱颜

数字经济为人们的生活带来了很大的乐趣和方便,也带动了整个信息产业的发展。在享受“流量密码”的同时,企业也不应忽视通过网络进行广告投放过程中潜藏的法律风险。在日前举办的广告投放中的数据合规要点活动上,健全全球信息安全高级经理谢永志表示,只有严格把控广告宣传风险关,避开可能踩的“坑”,才能真正发挥好大数据时代广告的作用。

企业在广告营销时,需要收集用户信息,再进行投放。在此过程中,很容易出现数据安全和个人信息合规问题。谢永志介绍说,广告商需要了解用户的特征信息,如性别、年龄、职业、城市等,以及用户的行为数据,观察用户浏览信息,推测他们对哪些产品感兴趣。同时,获取用户的触达方式,如电话、邮件地址等。在获取这些信息前,一定要取得用户同意,在隐私政策中准确详细地写明,令每次数据采

集对应相关的使用目的。一旦使用目的改变,需要重新获得用户同意,防止出现合规风险。例如,在订单数据就不可以用来做广告投放。由于很多广告投放行为是在互联网上进行的,用户会用到自动化决策功能,因此平台应开放一键式自动化决策按钮,用户既可以用,也可以随时关闭。

很多企业在进行广告投放时,会选择委托外部广告公司营销,在此过程中也会出现一系列合规性问题。例如广告投放完毕后,收集的数据处理问题。谢永志认为,企业为了避免用户数据泄露或被滥用,从合作初就需要设计好完整的流程,在合同中与广告公司约定好合作终止后的数据处理问题。一种方式是删除,另一种方式是移存。无论选择哪种处理方式,都要确定处理的是原始数据还是衍生数据,这将影响企业的长期竞争力和潜在合规风险。此外,还要确定

好安全控制机制,保证所有合作期间产生的数据得到有效保护。如果项目比较复杂,还要约定检查和审计的权利,对广告方安全控制情况进行监督,避免风险出现后,承担相关连带责任。

大数据时代,企业为了精准营销,势必会收集多个不同来源的行为信息。个体行为信息越多,分析的精准度越高,广告投放就越精准。这些收集来的信息是非常重要的。”谢永志表示,但如今各大平台在收集信息,并把数据加密,使之很难回流到品牌方手中。于是企业开始做一些私域流量,累积属于自己的消费者。因此,企业在和广告公司合作时,需要考虑用户信息分享的问题,争取形成更多的个人用户交互行为,为企业累积更多客户。

企业将数据收回后,就需要考虑数据管理问题。谢永志表示,企业的数据库管理部门,需要安装双层数据防泄漏系统,监控数据的使

用、打印、U盘拷贝、网络发布等行为,包括新数据入库时,需要与原始数据库进行对碰,避免出现数据替代情况。

“除了做好基础的备份和恢复机制外,企业还要围绕敏感数据,设计加密服务。此前滴滴遭到处罚,其中一个原因就是身份证信息没有加密处理。”谢永志提醒企业说。

面对消费者对于平台抓取个人信息、泄露隐私的担心,2021年11月1日《个人信息保护法》生效,有关部门出台了相关法规细则,监管力度不断加强,个人信息保护意识显著提升,企业滥用个人信息问题得到很大改善。

TalkingData法务总监兼数据合规官葛梦莹表示,当前广告投放已经是一个非常成熟的领域,参与者基本为大型企业品牌方、媒体平台、广告监测方。相信在数据合规监管体系不断升级下,相关方面将继续探索出优秀的广告投放方式。

如果要给最近的热门话题加个关键词,那一定是“可持续发展”。

11月5日至13日,2022COP14(《国际湿地公约》第十四届缔约方大会)在武汉和瑞士日内瓦举行,这场大会吸引了142个缔约方和国际组织代表出席,在红树林和湿地保护等领域成果丰硕;在埃及举行的《联合国气候变化框架公约》第二十七次缔约方大会(COP27)上,“损失与损害”“气候融资”“碳市场”等话题受到各方高度关注;12月5日举行的《生物多样性公约》缔约方大会第十五次会议(COP15)仍将是重点放在全球的生物多样性保护上……多场国际性大会,让可持续发展的重要性进一步提升。

事实上,不只是官方,民间也在做出行动。今年初,恒生银行(中国)发布蓝碳生态系统红树林保护修复项目,计划与SEE基金会等机构合作,3年内在福建省修复和种植红树植物(秋茄)100亩,同时在四川省平武县开展森林保护修复项目,在约500亩的土地上种植冷杉、槭树等苗木。

作为固碳储碳的重要手段之一,红树林有着重要价值。COP14日内瓦分会场上的数据显示,中国55%以上的红树林纳入了自然保护地,红树林面积已由本世纪初的2.2万公顷恢复到2.7万公顷,成为世界上少数几个红树林面积净增加的国家之一。

中国何以取得这一成果? 恒生中国在福建省罗源县的红树林修复项目或许可以作为一个观察样本。据悉,在与SEE基金会及厦门大学的合作下,如今,在罗源县松山镇巽屿村和碧里乡碧里村,大片的秋茄正稳定有序地生长。同时,根据测算,罗源县的红树林生态系统改造项目预期在40年内的固碳量约为2800吨。

“生物多样性属于生态系统的一部分,它既有公共属性也有私人属性,因此需要多方力量共同协作,进行前期投入和成果共享。”恒生中国首席经济学家王丹说,过去互花米草疯长,侵蚀红树林生长空间成为当地林业局最大的“心病”,治理成本对于地方财政来说压力过大,如今“看得见的手”和“看不见的手”结合,就能更好地激发整个项目的活力。

王丹补充说,红树林修复是一个处于“进行时”的系统工程,技术细节待制定、退退还林标准尚处空白状态,项目科学性和实用性等问题都需要进一步探索验证,对此,专业公益组织和金融机构的组合能够作出积极贡献。

更值得一提的是,在罗源县的红树林项目,不仅为当地村民带来了更多的就业机会,其良好的生态治理还带来了更多“甜头”——随着生态日益变好,越来越多珍稀卷羽鹈鹕在罗源湾越冬,各类珍稀鸟类吸引了大批游客前来观赏,从而带动了当地旅游业的发展。

“这也是我们在项目进行中的一个意外收获和发现。”王丹说。据了解,在COP27“亚洲女性的气候行动与解决方案”主题展览中,恒生中国的绿色公益项目“种·未来”系列引发了国际社会的关注。在COP15会议上,恒生中国的相关案例也已入选。

2018年,土生土长的云南墨江傣族村人李元美有感于当地一款传统老品种紫米无法得到保护。2021年6月,恒生中国联合广东千禾社区公益基金会等多方力量,启动“种·未来——云南墨江生物多样性资源保护与可持续利用项目”,并在傣族村建立了云南墨江高山紫米种质资源保护示范基地。

农民种子网络西南办公室主任宋鑫表示,“在过去20年的工作中,受到种子商业化、还有市场垄断化的影响,农民种子系统不断萎缩和边缘化,与之相伴的就是相关的一些传统的知识、耕种技术、膳食习惯、农耕文化等也一并消失了。种子有着经济、社会、生态的三重属性,‘播厥百谷,藏种于民’,有很大的公共属性和价值。”

“种子是农业的根基,对于维护生态系统多样性具有重要价值。但是它应该不只留在基因库中,还应该被进一步活化利用,在老百姓的生活中被传承下去。”王丹说。

开启全面建设知识产权强国新征程

■ 本报记者 江南

“建设知识产权强国是建设社会主义现代化强国的有机组成部分,并为社会主义现代化强国建设提供有力支撑。”在近日举办的第十一届中国知识产权年会上,国家知识产权局局长申长雨介绍说,党的十八大以来,我国知识产权事业取得历史性成就,成功走出一条中国特色知识产权发展之路,开启了全面建设知识产权强国的新征程。在创造、保护、运用、服务方面,核心专利、优质地理标志产品等持续增加,PCT国际专利申请量连续3年位居全球第一。专利密集型产业增加值达到12.13万亿元,占GDP的比重达到11.97%。全球最具价值品牌500强中国占84个,10年增长了52个。知识产权使用费进出口总额累计达到2.19万亿元,年均增长13.7%。

“我国知识产权国际合作与竞争稳步推进。”在国家知识产权局举办的11月例行新闻发布会上,国家知识产权局新闻发言人、办公室主任衡付广表示,完成我国加入《工业品外观设计国际注册海牙协定》相关工作,协定生效当天收到国内企业外观设计国际申请108件,实现“开门红”。积极参与知识产权多边合作,主办金砖国家知识产权局局长会议,将知识产权支撑联合国2030年可持续发展议程写入合作目标。中国代表顺利当选国际植物新品种保护联盟理事会主席。

近年来,我国修订或出台一系列法律法规,以提高我国知识产权工作法治化水平,为知识产权强国建设提供支撑。衡付广介绍说,新修改的《专利法》正式实施,《专利法实施细则》修改持续

推进,内容包括完善专利审查制度,加强专利保护、落实“放管服”改革要求、新增外观设计国际申请专章等。同时,积极推进《商标法》及其实施条例修改和地理标志立法研究。连续第三年印发全国知识产权行政保护工作方案,聚焦重点领域关键环节开展治理。配合市场监管总局出台《商标代理监督管理规定》。发布《餐饮行业商标注册申请与使用指引(试行)》。加快研究数据知识产权保护规则。

对于中国在创新方面的成就,世界知识产权组织中国办事处主任刘华说,中国是全球创新体系中重要的一极,在全球创新体系中奠定了自己创新领导者的地位。创新不仅深刻地改变了中国,也将引领中国向未来阔步前行。

根据世界知识产权组织发布的《2022年全球创新指数报告》,中国排名第11位,较2021年上升一位,位居36个中高收入经济体之首。

党的二十大报告强调,“加强知识产权法治保障,形成支持全面创新的基础制度”,“依法保护外商投资权益,营造市场化、法治化、国际化一流营商环境”,“完善产权保护、市场准入、公平竞争、社会信用等市场经济基础制度”。

“这进一步凸显了知识产权作为创新驱动发展的‘刚需’、国际贸易的‘标配’、社会主义市场经济体制的重要构成等基础性制度保障作用。”申长雨说,新时代新征程,将加快推进中国特色、世界水平的知识产权强国建设,奋力谱写新时代知识产权事业改革发展新篇章。

生态修复需公域私域共同努力共享成果

■ 本报记者 林畅