

如何搅动国内食用油市场?

□ 本报记者 项铮

观点速递

工业转型升级须“调整、创新、融合”

□ 张厚明

近年来,我国工业克服了国际金融危机所带来的不利影响,保持了平稳较快的发展态势。但是面对当前复杂多变的国际形势与国内经济运行中不断出现的新情况和新问题,我国工业发展的前景不容乐观。

从国际上看,受金融危机影响,发达国家纷纷实施“再工业化”战略,在其本土发展高技术制造业成为一种趋势。全球各种形式的贸易保护主义明显抬头,针对我国的贸易摩擦有所增加。2010年我国就遭受各类贸易救济调查66起,涉案金额高达77亿美元。一些发达国家还着眼于通过标准和规则来占据产业制高点,进而掌控产业发展的主动权。例如,欧盟提出了碳交易、碳税等构想。从国内看,我国劳动力、原材料、土地、燃料动力等要素价格快速上升,能源资源和生态环境约束更趋强化。这些都给我国工业转型升级带来严峻挑战。

未来5至10年,特别是“十二五”时期,是我国加快实现新型工业化的关键时期。以调整创新融合为重要发展手段,加快推动工业转型升级已成为当前和今后一个时期内我国工业发展的一项重大战略任务。

通过“调整、创新、融合”加快工业转型升级,关键是要提升产品和技术结构,优化产业组织结构;优化产业空间布局,调整优化行业结构。要大力增强工业自主创新能力;加快形成创新驱动的工业发展机制;积极培育发展战略性新兴产业。要积极推动工业化和信息化深度融合;加快通信业转型发展,扎实推进三网融合;大力推进制造业和服务业融合;积极推进军民融合式发展。

(作者单位:赛迪智库工业经济研究所)

成果快报

新材料将出现若干原创新兴产业

本报讯(韩景)日前,长城战略咨询发布了《新材料原创新兴产业》报告。报告认为,新材料领域将出现若干原创新兴产业。

报告对“中国制造”驱动新材料产业发展的内在动力以及相应产生的新材料增长热点、上市公司、产业基地等进行了分析。报告指出,过去十年,中国出现了若干从很小规模爆发式增长到百亿乃至千亿级规模的细分领域,比如多晶硅、铁钴永磁材料、MDI等。与之相伴,国内一批新材料特色产业基地崛起,高成长企业不断涌现。据初步统计,截止到2012年底,中国已陆续在全国27个省市建立了138个新材料产业基地。

报告认为,从“中国制造”走向“中国创造”,中国新材料必须走原始创新的道路。大力发展原创新兴产业,不仅是加快抢占新材料产业战略制高点、塑造区域个性的战略抉择,还是引领产业结构调整、发展方式结构转变的重要途径,更是赢得后危机时代发展先机、打造全球创新“尖峰”的有力抓手。

报告提出,新材料产业驱动力主要来自新兴产业发展、前沿技术突破、重点产业和重大工程支撑等三大动力源。新材料发展走原始创新之路,需要技术、市场、政策的配合和联动。通过明晰产业战略,解决产业发展顶层设计的问题;通过做强产业链条,实现新材料与下游应用产业的高端融合发展;更要重塑商业模式,把握市场先导性、技术响应度、资源控制力等关键要素。

1991年,金龙鱼在中国市场上推出第一瓶小包装食用油,因为使用简单、方便,迅速打开了中国市场,开启了中国小包装食用油时代。

2011年,中国食用油市场几乎全被外资企业垄断,中国食用油价格飞涨。

2012年,我国最大的国有粮食企业中国储备粮管理总公司(简称中储粮总公司)在这一领域展开行动,推出自己的食用油品牌——金鼎。

2013年1月,金鼎食用油已经占领中国3%的市场份额。

外资垄断市场,中国食用油产业退无可退

大豆是油脂的重要原料。中国东北是盛产大豆的地方,但是近几年东北缺大豆,整个中国都缺大豆。中国已经从世界第一大豆生产大国变为第一进口大国。产业链下游的食用油已经严重依赖进口,依存度超过60%以上。超市里人们司空见惯的食用油品牌,大部分来自国外。

事实上,不仅是食用油原料,粮油加工产业链从上游到下游的大部分环节都有被外企垄断的趋势,外资企业在食用油加工领域占据了国内油脂压榨、精炼、小包装乃至饲料工业等产业链条各环节的主导地位。

目前,外资企业占据中国小包装食用油约65%的市场份额,其中仅跨国粮商益海嘉里公司一家的市场

份额就接近50%。这些企业已经在中国建立了广泛的产品渠道和丰富的产品线,形成了较高的系列品牌知名度。

2010年11月,为了确保食用油价格总体稳定,国家发改委对食用油出台了“限价令”。2011年初,金龙鱼等品牌以原材料价格上涨为由,希望能够提高小包装花生油、菜籽油的价格。面对中国食用油市场出现的涨价势头,发改委约谈了几个大型食用油公司,但收效并不理想。

要保持中国食用油价格平稳,要在关系国计民生的重要战略物资上拥有话语权。中国食用油产业已经退无可退。

从上游进军终端市场,金鼎与外资企业正面交锋

目前,中国食用油市场竞争已近白热化,要想突破现有格局抢占市场份额,必须拥有渠道、品牌、成本、供应链、资金等多方面的整合优势,这对国内企业来说是重大的考验。

中储粮总公司是中央直接管理的53家国有骨干企业之一,肩负国家粮油储备、服务国家宏观调控、维护粮油市场稳定的重要职责。

为了从上游进军终端市场,中储粮做了一系列的准备工作。2008年开始产业布局。2010年,中储粮具备了50万吨豆油精炼产能和33万吨棕榈油分提能力。2011年2月,中储粮总公司在江苏投产第一个日处理3000吨大豆压榨厂。2012年创立了金鼎品牌,并在2012年5月成立了中储粮油脂营销有限公司,专门负责小包装食用油的营销推广和管理工作。

至此,在中国食用油市场上,重磅国内企业与外资企业间的竞争开始了。

2012年下半年,国际玉米价格飙升50%,大豆等价格上涨约30%,而谷物价格也接近2008年的历史最高水平。这给整个食用油生产行业带来巨大的成本压力。在其他品牌食用油纷纷涨价时,金鼎售价保持不变。

中储粮油脂有限公司副总经理王庆荣说,中储粮负责中央储备粮油的经营管理,拥有中央储备油轮换的核心资源、遍布全国的收购和储备资源,可以把握原料市场并快速培育销售网络,具有能够尽量控制生产成本和销售费用的能力。他说,中储粮油脂公司的油脂加工费用比同行普遍低6%左右,这将成为金鼎的一个巨大竞争优势。

2012年8月,金鼎在调和油产品的标签上标注了各种油的成分和比例。这一举措迅速提升了消费者对金鼎产品的认同度,同时也引发了业内的高度关注。中国粮油学会常务副理事长、油脂分会会长王瑞元认为,此举是“中国食用油行业具有里程碑意义的一件大事”,有助于食用调和油标准的出台,使调和油配方更趋公开、透明,促进行业健康有序发展,维护消费者知情权和百姓的用药安全。

只占据了中国市场份额的3%,要想真正肩负起宏观调控的责任,国内资本至少应占食用油市场份额的50%。如果按年增长50%计,5年后金鼎才能占10%—15%的市场份额。到那时,国资比例大幅提高,就有可能真正肩负起宏观调控中国食用油行业的责任。

除原料、资金、市场和渠道之外,落后的加工工艺也是制约我国食用油行业发展的一个重要方面。深

受困3%市场份额,平衡市场还需努力

业界称中储粮金鼎是中国食用油市场的“搅局者”。它资源丰富、实力强大,一进入市场就打破了国内食用油市场原来的平衡。

中储粮油脂有限公司副总经理王庆荣表示,“我们是有一定规模的大企业,但我们进入市场时间太短。目前只能说具有了进入市场竞争的分量。在和外资的竞争中,我们双方各有优势。”

记者面前摆着一组数字,数字显示,金鼎目前



圳精益油脂技术有限公司总工程师谢黔岭告诉记者,我国不少中小型食用油企业的生产加工设备老化、管理水平落后、能源消耗高、生产效率低。他认为,未来我国食用油生产加工产业将向五个方向发展,一是规模化生产和集约化经营;二是采用新技术,提高资源利用率;三是主流产品符合营养、卫生、安全和绿色;四是高效增值的深加工、多产品手段;五是完善产品标准体系和质量控制体系。

从技术上讲,中储粮食用油生产加工基地的工业

设备、生产工艺以及运营管理水平在国内均属领先水平,并已达到国际先进水平。这也是它能够迅速占领市场的基础条件。

业内人士分析,中储粮油脂有限公司必须从粮食收储走向终端,走向千家万户,这是公司产业链延伸和企业发展到一定阶段的必然选择。金鼎参与市场竞争,无疑给中国的食用油安全增加了一份保障。

随着中国粮油产业的发展,中国粮油市场也许会出现更多的国内企业,金鼎是一个可参考的成功样本。

相关链接

我国食用油自给率持续下降 代表建议大力扶持发展木本油料产业

近年来,我国食用油自给率持续下降。全国人大代表刘期浩建议,通过出台政策、培植品牌、建立基金和扶持基础研究等综合措施扶持“不与粮争地”的木本油料产业,缓解食用油供需矛盾。

食用植物油是民生必需品,也是国家的战略性物资之一。刘期浩介绍,进入21世纪以来,我国食用油自给率持续下降,对外依存度越来越大。行业统计显示,2012年我国累计进口食用植物油的总量为845万吨,同比增长28.7%。而自给率已由本世纪初的60%下降到2011年的38%左右,跌破了国际安全预警线。

刘期浩指出,我国食用油严重依靠种植木本油料,其中90%以上从油菜籽、花生、大豆等油料中榨取。

未来要增加食用油供给,扩大种植木本油料植物将面临“与粮争地”的矛盾,增产空间不大。要摆脱困境,出路之一是充分利用不宜种粮的山地、坡地等,种植木本油料作物及发展相关产业。这一措施不仅能出产大量有利于国民健康的优质木本植物油,还能有效利用国土资源、增加农民收入、加速国土绿化和改善农村生态环境。

刘期浩建议,国家应围绕油茶等主要木本油料作物,出台强力政策支持措施,通过设立国家产业发展投资基金、培植龙头品牌、建立国家级实验室,开展基础研究和组织国内企业进军国际市场等措施,壮大中国食用油产业。(据新华网)

农业生产还须粗活细作

□ 张晶

千言时评

“现在我国化肥的利用率只有1/3。剩下的或者留在了土地里,或者被雨水冲进河沟,形成污染。”化肥的大量使用导致农田生态平衡失调,污染日益严重,这让全国人大代表、西南大学资源环境学院院长谢德体心疼不已。

事实上,不只化肥如此粗放使用。在我国农业生产中,浪费水的现象也十分普遍。在甘肃河西走廊、河套灌区等一些地方,至今还沿用着大水漫灌的方式。豪放的用水方式致使我国农业用水有效利用率只有45%,远远低于先进国家70%—80%的水平。

“多浇水,多施肥,收成好。”这种观念仍根深蒂固地存在于很多农民心中,深刻地影响着农业耕作方式。对资源长期粗放利用,致使我国农业

生态系统的良性循环被打破,农村环境进一步污染和恶化。农业是一个对自然资源和环境依赖性很强的产业。对于我国这样一个农业大国而言,农业生产方式从“粗放”向“精准”转变,减少资源消耗,就显得尤为紧迫和重要。

农业精准化生产,运用信息技术手段和现代化农事操作技术与管理,做到定量决策、变量投入、定位实施,以最少的或最节省的投入达到同等收入或更高的收入。它充分考虑资源环境承载能力和发展潜力,尽可能减少农业生产活动对农业生态系统造成的干扰,增强农业的可持续发展能力,全面提升农业的竞争力。据测算,通过信息采集、智能决策和精准作业技术,能够降低农药使用量的95%,减少化肥使用量的70%以上,节水12%—38%。

现在,世界上很多农业发达国家都将精准农业作为实现农业可持续发展的重要途径。号称“沙漠绿洲”的以色列农业,对精准化种植的要求

非常高。它对作物生长期的温度、湿度、植物叶片养分、土壤和水的pH值等都会进行实时监控,对滴灌管的壁厚、滴头间距、滴头流量在不同环境针对不同作物都有一整套的标准。这就保证每一滴水、每一滴肥都能物尽其用。

全国人大代表、奇瑞重工股份有限公司总经理王金富指出,传统农业向现代农业转型,其最终指向是发展精准农业。要实现这一目标,我国要最大限度地发挥政府公共服务职能和引导作用,吸引社会资本进入精准农业这一新领域;要整合企业、高校和科研机构等多方资源,突破精准农业发展的技术和装备“瓶颈”;要在农业规模化经营地区建立精准农业经营示范区,并针对家庭联产承包的分散经营体制,建立相应的精准农业经营管理模式。

和土地打交道,在人们眼中总是粗活。可是要最大限度地节约资源,提高农业生产效率,粗活还须细作。

网络时代,科普能力建设需要七大转变

决策视野

□ 刘亚丽 许尧 高艳辉

网络对人类生产和生活方式产生的根本性的影响,正随着科学技术的深入发展,向社会生活的各个领域全方位渗透和扩展。在这一浪潮中,政府向公众提供科普产品和服务的能力受到严峻挑战,需要做出战略性调整。

网络对科普能力建设的挑战有些是直接,有些则是由于网络普及带来的人们生产生活方式的变化而产生的间接影响。例如,生活形态的复杂性增加了科普的必要性;危机风险的普遍性增强了科普的迫切性;对科学的反思使科普的内容和方式必须随之调整;网络的便捷与互动对传统单向科普造成了冲击;网络可能扩大东中西部地区科普能力的已有差距;网络的虚拟性为伪科学的传播提供了条件等等。面对挑战,科普能力建设也需要根据新的情况,以及未来发展的趋势,做出相应调整和转变。

主体转变:由政府主导到政府与民间的合作 由于科普本身的公益性,政府跨越式发

设施投入上,政府占据主导地位,但是在网络科普设施中,政府的作用明显弱化,社团协会和各级科协占据主体地位。

内容转变:由强调科学知识到着重提高科学素质

传统的科普模式以传播科学知识为重点,但在互联网时代,网络异常便捷地给使用者提供各方面的知识。在这种情况下,在海量知识和信息中如何鉴别和利用变得更为重要。因此,在网络时代,科普应当更加强调科学精神与方法,在传播知识的同时,要花更大的精力去关注具体知识背后的理念、精神、方法、思想及评价,进而推动公民科学素质的实质性提升。

方式转变:由单向传播到互动式共享

传统的科普概念有一个潜在的预设,即科普主要是科技工作者向知识贫乏者传授科学知识和技术方法的活动。事实上,一个人无论知识多么渊博,都无法穷尽生活所需的科技知识,所以每一个人都是科普的对象。同时,由

于网络的便捷性及其对传播主体的低门槛,每一个人也可以成为科技知识的提供者。在这种格局下,科普的主体和受众变得交叉和重叠,科普活动变得更为多元和广泛。与之相应的是,传播的路径也由原来的单向传播转变为双向甚至多向互动,由原来的传播与接收关系转变为互动式的分享关系。

空间转变:由重实体空间到实体、网络空间并重

传统科普比较强调特定的实体空间,比如科技馆、博物馆、图书馆、文化站、宣传栏等,主要是通过实体的展示、讲解,或受众的阅读、感受,进行科普宣传。这种科普方式虽然能够起到较好的效果,但由于需要大量的经费,不少场馆因经费不足而名存实亡。同时,这种科普方式只能在特定空间,给特定民众提供特定的知识,受众范围较小。网络从根本上改变了这种方式,人们足不出户就能够通过图片、视频、文字,甚至模拟操作等方式了解科学技术的最新进展、基本知识和使用方法,增强了科普的生动性、可及性和广泛性。

理念转变:辩证地看待科技的“双刃性”

300余年来,科学技术飞速发展,在给人类带来巨大便利和福祉的同时,其负面效应也逐渐显现,突出反映在人类伦理遭遇挑战,环境污染,生态危机,自然和社会风险频发等方面,科学技术的功能与作用被重新认识和反思。事实上,自20世纪中期以来,全球内发生的自然风险和社会危机直接或间接地与科学技术的负面影响有关,有的是科技的非预期性后果,有的则是对科技的滥用。因此,在新的历史背景下,人们不但要学习科学和技术,更要关注科学技术的“双刃性”,最大限度地发挥其正面作用,抑制和克服其负面效应,这也是新时期科普的题中之义。

流程转变:更加强调整受众的真正需求

传统科普以政府或传播者为中心,由他们来决定科普的内容、形式和时机等等。尽管政府或传播者也会考虑到受众的需求和满意度,但从总体上看,更多的还是以供给者的资源、目标定位和便利性为导向的,对受众的

主动性和实际需求缺乏深入的了解。新时代的科普将更加强调以公众为中心,强调以公众的科学技术需求为导向,更有针对性地提供公众需要的科学知识和技术手段。

时机转变:由强调常态科普到常态、应急科普并重

传统科普比较注重常态化的科技知识普及,对突发的自然风险和社会危机的防范与规避知识普及不足。如何在危机状态下尽可能地避免或减少伤害,已经成为当代科普极为重要的课题。心理学研究表明,人们在遇到某些突发性和威胁性事件时会积极寻找有关事件的应对,弄清事件与自身的关系,以便采取恰当的措施。此时正是民众对这类知识和技能需求最为旺盛的时期。危机科普可借助危机发生时人们对事件的关注,通过高密度的传播,在较短的时间内获得常态科普达不到的效果。因此,要加强危机科普能力建设,抓住危机状态下的良好时机开展科普活动,进行科普宣传。

(作者单位:河北行政学院,南开大学周恩来政府管理学院,湘潭大学公共管理学院)