

海外寻路：“一带一路”的机会与挑战

“一带一路”为中国食品企业带来“走出去”的历史机遇,但同时也给这些企业带来一定的挑战

■ 本报记者 朱虹

“一带一路”的战略正深刻地影响着中国食品产业的发展,面对巨大的机遇,不少企业都开启了海外发展计划。《中国企业报》记者在调查中了解到,相关食品企业面对机遇及时“出招”,有的积极与国际接轨,引进先进生产线提高产品质量;有的通过创新和技术变革为企业品牌保驾护航……业内专家指出,政府监管也应到位,而且应为企业在信息沟通、金融支持等方面提供相应帮助。

食品企业开始融进“一带一路”

随着“一带一路”战略的持续推进,一些先知先觉的中国食品企业开始通过“走出去”融入到“一带一路”沿线国家,但是由于中国食品安全问题频发聚焦了全球关注,这也成为走出去食品企业面临的一大挑战。

中国人民大学农业经济与金融研究所专家对记者表示,对于中国食品企业来说,“一带一路”沿线国家的市场和机遇很有吸引力,但是由于各国国情不同以及对食品先入为主的一些看法,会给“走出去”的这些企业带来一些挑战。这就需要企业自身加强自律,提高产品科技创新和质量安全。

北京延寿健康科技有限公司CEO兼联合创始人张廷华对《中国企业报》记者表示,我们现在卖到国外的食品产品,有的产品质量标准还高

于国内,这方面怎么让国外的消费者知道呢,就要依靠互联网。张廷华举例说明,比如企业或产品获得了国内哪些权威部门的认证以及哪些奖项等,都应该及时通过互联网进行宣传和传播。此外,“走出去”的企业还应因地制宜尽量使产品符合采购国际标准,不应回避检验、投诉、赔偿等问题,而应该认真面对上述问题,较好地运用经济手段来进行市场拓展和维护。

除了加强宣传,一些企业还积极与国际接轨,引进先进生产线提高产品质量。“公司此前引进了西欧先进的生产技术,极大提高了产品质量,不仅在国内外提升了企业竞争力,也在‘走出去’的过程中尝到了甜头。目前我们已经拥有包括‘一带一路’沿线国家在内的近30个国家的80多家海外客户群。”唐山一家大型食品企业负责人告诉记者。

通过科技创新提升企业品牌价值

“除了宣传,企业还可通过互联网建立产品追溯和评价平台,用户可通过平台查询产品出厂日期、检验标准和过程等,防止出现中间流通环节出现假冒伪劣的现象。”张廷华进一步指出,企业正在致力于开发建立食品企业的追溯和用户评价的技术平台。例如客户买一袋奶粉,可通过该平台查到该奶粉从生产到销售的整个运作过程,例如生产地、生产商、销售商等。如果客户觉得产品不错,也可以在平台上评

价一下。如果有30%以上的客户能够做出有效评价,那么该产品的品质就显而易见了。口碑相传,这对于企业来讲也是最好的宣传。

张廷华表示,另一方面,企业也可通过该平台创新防伪机制,维护品牌形象。从市场表现来看,很多企业对于这类平台非常欢迎,公司目前也与黑龙江大米网等企业合作,例如每袋大米上面都有二维码,客户扫完二维码之后就可以检验该产品的质量。

据记者了解,国内已有很多食品企业开始搭建产品全产业链追溯平台,通过创新和技术变革为企业品牌保驾护航。生产牛羊肉食品的德阁食品有限公司内部人士表示,为了企业长远发展,同时增加“走出去”的底气,企业已经携手软件公司开展牛羊肉全产业链追溯体系建设,由肉类协会牵头,开发全产业链追溯平台。这样一方面可以为企业节约成本,同时提升了相关产品在国际上的地位和品牌竞争力,为企业和国家创造更多的外汇收入。

企业“走出去”离不开政府搭台和支持

著名经济学家宋清辉直言:“食品安全是最好的‘敲门砖’,只有练好‘内功’、质量过硬的企业才有进入国际市场的‘资格证’。此外,中国的食品企业要在开发具有国际竞争力的产品上多下功夫,应该通过技术创新等手段满足现代消费者的需求。中国食品企业‘走出去’是一个庞大的系统性工程,需要一步一个脚印去

完成。目前还存在较多问题,例如中国食品行业的综合成本普遍高于国外,国家在金融等方面的支持力度还不够等。这些难题解决了,中国食品企业‘走出去’才大有可为。”

业内人士也指出,除了企业自身努力,政府及行业协会的支持和帮助也不可或缺。近日,相关投资贸易洽谈会及论坛等也将继续召开,为国内食品“走出去”助力。

日前,第七届“一带一路”生态农业与食品安全论坛于厦门举行。与会专家倡议,保障全球食品安全不应是一个国家或者某个地区的独奏,而应是各国、全球协作共赢基础上的合唱。国家质量监督检验检疫总局副局长吴清海指出,中国希望与“一带一路”沿线各国相关部门一道,秉承丝绸之路精神,持续加强食品安全监管合作,加强管理体系的互认和对接。

会议期间,“一带一路”活动专项基金正式启动,将在“一带一路”战略框架下支持沿路各国开展交流合作。对此,张廷华表示,上述基金建立对于国内食品企业来说都是好事,能够支持国内相关食品企业借助“一带一路”春风顺利“走出去”,开拓国际市场,建立企业品牌效应。希望以后能够有更多的该类基金。

此外,2016中国食品科学技术高峰论坛日前在新疆阿拉尔市举办。来自全国各地的600余位食品科学界专家学者参加会议,为中国食品工业的全面科技创新集结力量,为“一带一路”的经济发展提供科技助力,为新疆特色食品开发献策。

镜鉴

发达国家如何保证食品安全?

■ 见习记者 张蕊

作为发展中大国,我国在食品安全监管和创新方面与发达国家仍存在较大差距。“发达国家在建立了比较完善的监管体系之后就很少出现比较严重的食品安全事件了。”中国人民大学商学院教授李先国在接受《中国企业报》记者采访时说,在国外,很多行业协会、商会起到很大作用,食品企业如果触发食品安全红线会被孤立起来,压力很大。而对比国内,我国相关法律法规尚不够严格,企业违规成本不高,这也是食品安全事件频发的原因之一。

美国:政府部门和民间机构协同监管

美国作为较早开展食品追溯标准化工作的国家和地区,已经建立起以预防、控制和追溯为特征的食品质量安全追溯监管体系,使得食品安全生产受到全程监控。

集中、高效、针对性强的食品质量安全监管体系是保障食品安全的关键。美国食品质量安全监管体系主要由多个政府部门和其他民间机构组成,这些部门和机构在制定食品质量安全标准、实施食品质量安全监管、进行食品质量安全教育等方面各司其职,形成了一个对食品质量安全实行“从田间到餐桌”的全程监管体系。

严厉的处罚和有效的食品来源追溯体系对食品企业形成有力的威慑。上有严格监管,下有激烈竞争,若被查出食品质量安全有问题,生产商或销售商都会受到处罚,且要花巨额费用召回相关食品。

德国:层次分明的分级监管模式

德国及欧盟在涉及制定食品安全的有关法律、法规时,紧紧围绕着“保护消费者健康,仅允许生产和提供安全的食品;保护消费者不受欺骗,严防欺诈行为;维护消费者知情权,向消费者提供实事求是的信息”这三项目标。

德国在食品质量安全监管方面通过建立层次分明的食品安全分级监管模式,构建起相互合作、统一协调的八大食品安全保障体系,即法律法规体系、技术标准体系、监督管理体系、质量监测体系、质量认证体系、质量追溯体系、风险评估和风险管理体系、职业教育体系等,并在管理者、生产经营者和消费者之间形成了共同执行与自觉遵守的意识,确保食品的质量安全。

日本:监管措施注重科学手段

日本食品安全法律监管基本理念形成了食品安全监管重心由食品卫生向食品安全转变;国民健康至上;全程监控(HACCP体系)以及重视科技的四大理念。

此外,食品安全监管机构形成了体系化创设。日本重新调整了食品安全监管机构的设置及相关职权的配置。其中,食品安全委员会享有统筹指导职权,主要负责食品安全风险的收集、统计、分析和食品安全政策等工作;厚生劳动省和农林水产省享有具体的行政执法权限,相互配合,共同对农业、畜牧业、进口食品等食品安全领域进行监管;消费者厅为补充,主要处理与消费者相关的食品安全保护事务。

值得一提的是,日本食品安全监管措施注重依托科学手段进行监管。代表性的监管措施体现为风险分析方法的引入、食品身份识别制度的建立、食品添加剂肯定列表制度的建立以及严格的食品标识制度的实施。

中国:加强企业自律和政府监管

反观国内,有专家指出,当前,我国的食品安全问题产生的原因是多方面的,但主要的问题在于企业自身。“企业的观念、行为、自身素质都要提升,同时相应的监管措施要跟上,这样才能综合解决食品安全问题。”李先国说。

他同时指出,首先法律法规方面的完善是最主要的。我国相关法律法规不够严格,企业违规成本不高,因此要完善法律法规的相关标准,处罚措施要更加严厉。其次要加强执法。国家层面一强调,查处力度就比较大;但是平时的监管存在很多不到位的情况,特别是自由市场、个体经营方面,一旦监管放松,就会有一些违法乱纪的行为出现。第三是行业自律方面。“在国外,很多行业协会、商会会起到很大作用,一旦出现违规行为,行业内就会把企业孤立了,企业的外部压力会增大”。第四是加强媒体监管。“我们现在没有企业的诚信记录,如果企业的诚信记录在公开的媒体或者行业主管部门里可以查到的话,那企业的违法行为就会收敛很多”。

“当然,具体的细节方面需要学习发达国家依靠的管理制度,具体的法规条文去落实。”李先国补充说,落实的过程会比较艰难,但还是要循序渐进。

食品巨头的“一带一路”布局

青岛啤酒落子斯里兰卡

近日,青岛啤酒在斯里兰卡首都科伦坡成功举办“青岛啤酒斯里兰卡之夜”上市活动。青岛啤酒正式宣布与斯里兰卡最大啤酒公司Lion Brewery (Ceylon) PLC达成战略经销合作关系,携手拓展斯里兰卡市场。作为世界第五大啤酒厂商,青岛啤酒落子斯里兰卡,将进一步提升青岛啤酒在东南亚地区的品牌影响力,为青岛啤酒布局“一带一路”奠定重要的基础。

蒙牛集团加速布局国际化

蒙牛集团日前与格力一起荣获“‘一带一路’建设案例奖”,蒙牛是全国获此奖项的唯一乳企。“一带一路”国家战略提出后,蒙牛依托中粮的布局进行了全面的国际化战略合作,并在品牌、研发、业务、技术等多个方面进行了创新和提升,并全面与国际巨头公司进行深度合作。蒙牛还践行供给侧结构改革,加速构建“国际化+数字化”的品质和营养生态圈,专注于消费者营养健康研究。蒙牛与美国White-wave合资成立植朴磨坊,与上海迪士尼的战略合作,在甘肃临夏成立壹清生产基地,这些成功的经验帮助更多的中国企业实

现了“走出去”的目标。

光明乳业以特鲁瓦为切入点打入欧美市场

作为一家百年乳企,光明乳业对于国际乳品制造品牌的追求从未停止,借助“一带一路”战略的东风,2015年,光明乳业母公司收购了特鲁瓦76.7%的股份,随后光明乳业通过非公开发行A股股票募资,从光明乳业母公司的受众,购得特鲁瓦股权。随着特鲁瓦的加入,光明乳业海外布局会有新的突破,不但可借助特鲁瓦在以色列的市场极高占有率加速自身发展,还可以特鲁瓦为切入点打入欧洲、美国市场;特鲁瓦在技术、管理方面的优势,将整体提升光明乳业的市场竞争力。

娃哈哈利用区位优势开拓东南亚市场

杭州娃哈哈集团有限公司董事

长宗庆后表示,娃哈哈曾在2014年考察过安哥拉、马达加斯加等非洲国家,发现充满着机遇与商机。这些国家迫切需要引进外资开发各类产业,如果将这些过剩的产业转移到这些地方去,既帮助了人家发展,又解决了我们的产业结构调整问题。娃哈哈在广西桂林、南宁建有两家分公司,将充分利用区位优势,积极开拓东南亚市场。希望政府能帮助企业顺利“走出去”,促进合作项目早日开花结果,产生效益。

信阳毛尖带领中国茶企“走出去”

利用大别山茶区资源优势,河南信阳毛尖集团抢抓“一带一路”发展机遇带领中国茶企“走出去”。河南信阳毛尖集团董事长陈世强表示,“一带一路”战略给中国茶企带来了二次创业的机遇。现在对于中国茶行业是一种挑战,要想借助“一带一路”的优势和东风实现“走出去”的目标就要苦练内功。目前,俄罗斯、塔吉克斯坦等地区对中国茶都有很大的兴趣,也有很大的需求。面对巨大的市场机遇,中国茶企要调整制造工艺和制造标准,尽快与国际标准接轨。2015年正好是信阳毛尖在巴拿马万国博览会上获得金奖的100周年,就在这一年,信阳毛尖和蒙古、俄罗斯进行合作,签订了每年30亿元的茶叶出口订单。

(本报记者朱虹整理)

