

关注第二届进博会

伊利:走出国门建牧场

本报记者 吕珂昕

在第二届进博会食品及农产品展馆中,有一片以白色为基调的展区,这里汇聚了新西兰大洋洲乳业、澳大利亚高登考拉、惠氏等国际乳业企业,展示出不同品牌的液态奶、酸奶、奶粉等乳制品,吸引了中外采购团驻足围观。

随着我国居民消费水平的提高和消费结构的变化,我国乳制品进口快速增长,为中外乳制品企业提供了广阔的市场机遇。通过“走出去”和“引进来”,众多中国乳制品企业将资源、市场、品牌等优势有效结合,为中外乳业合作奠定了坚实基础。

大洋洲乳业就是伊利集团在新西兰的全资子公司。作为中国最早迈出国际化步伐的乳企,伊利始终把开放合作理念贯穿于其全球化布局之中。早在2014年,伊利就在世界黄金奶源带新西兰投资建设了全球最大的乳业一体化合作基地——伊利大洋洲乳业有限公司,成为了“一带一路”乳业合作项目的典范。

“今天伊利再次走进进博会,同样是为合作而来。经济全球化集聚全球力量、推进全球健康产业的国际合作,需要更好地满足全球消费者的健康需求,就需要协同全球力量激活长板优势,不断完善全球产业链、积极打造全球智慧链、持续优化全球价值链,共建全球健康生态圈。”伊利集团执行总裁张剑秋说。

如今,伊利在亚洲、欧洲、美洲、大洋洲等乳业发达地区构建起了一张覆盖全球资源、创新、市场体系的骨干大网,通过“全球织网”引领全球乳业合作走向深入。

在第二届进博会举办期间,伊利集团与全球最大的多元醇生产商法国罗盖特公司达成战略合作,未来将在新产品开发、技术革新和食品安全等领域进一步深化合作。

“我们和伊利集团都属于顶级的乳制品集团,大家可能会认为我们是竞争关系,但是其实不然,我们彼此是相辅相成的。如果我们把新西兰乳制品原材料给伊利集团,和伊利集团也建了很多不错的加工厂,帮助品牌做强销售、渠道的管理。能达成这样的合作伙伴关系,对我们开拓中国市场是非常有利的。”新西兰恒天然集团代表罗马克说。

“伊利是中国乳业企业走出去的典范。”国际乳联(IDF)中国国家委员会名誉主席宋昆冈说,如今像伊利这样跻身于全球乳业第一阵营的中国企业也越来越多,特别是伊利在国外建立生产基地,在国外建立研发中心,“走出去”的步伐会越来越快。



中外乳制品在第二届进博会上争相亮相。 本报记者 吕珂昕 摄

中非农业合作·援外专家风采

邹睿:教技更交心

许婷

清晨5点起床,6点晨跑结束后做上一顿早餐,7点出发去基地,12点回驻地简单吃饭休息后接着去基地,简单而充实的节奏已成为农业援外专家、贵州省务川仡佬族苗族自治县农牧局畜牧师邹睿在圣多美和普林西比共和国(以下简称“圣普”)的生活轨迹。

在圣普的近2年间,邹睿在普林西比岛实施了当地首例猪疝气手术,在圣多美岛自行设计加工了小鸡育雏笼,在全国对当地农业技术人员进行了现场培训……种种开拓性的工作,让邹睿在圣普有着“中国来的畜牧专家”的美誉,更为中非农业合作添上了浓墨重彩的一笔。

摸清现状,技术援助有的放矢

在非洲大陆面向大西洋几内亚湾的湾头位置,镶嵌着由两颗绿色明珠组成的岛国——圣多美和普林西比共和国,这里气候湿润,终年青翠。宜人风景却难掩其世界最不发达国家之一的现状,在这个国土面积与我国香港大致相当的国家里,农业是国民经济的支柱产业,但是生产水平低下,资金严重缺乏,原料资源大部分依赖进口等因素始终制约着当地农业发展。

谈及援外的动机,邹睿说:“我以前参加过两期中国-尼日利亚南南合作项目,在尼日利亚待了4年,对非洲也算比较了解,所以就参与了第二期援圣普农技组的项目,想再为熟悉的地方贡献些力量。”援外经验丰富的邹睿初到圣普,就迅速摸清了当地畜牧业发展的状况。“圣普草场资源丰富,适宜家畜家禽养殖,但是大多数养殖户采取散养的方式,加之动物疫病防治水平较低,家畜家禽的发病率很高。”

在圣普的国家畜牧示范基地中,雏鸡存活率不高始终困扰着养殖户,通过挨家挨户走访,邹睿发现了症结所在:由于养殖户饲养条件有限,雏鸡脱温管理技术不成熟,致使雏鸡死亡率偏高。找准病根,更要对症下药,邹睿首先想到的便是在国内普遍使用的育雏笼。但是育雏笼体积偏大,大小堪比超市中的货架,从国内运来成本过高,自行设计制作育雏笼成为更为实际的选择。然而困难却随之而来,育雏笼一般是金属材质,对于原材料基本靠进口的圣普而言,金属育雏笼也是一笔不小的开销。

如何设计出一种既实用又便宜还可推广的育雏笼成为邹睿苦思冥想的问题,“既然金属行不通,那干脆直接就地取材用木头。”邹睿找到木材加工厂,经过一个多月的攻关,育雏笼终于成型:上下3层,单位占地面积少,每层下面有一个抽屉式木框,便于集中处理粪便,减少疾病风险,而且还可同时育雏400-500羽小鸡。

育雏笼的效果立竿见影。1797羽出壳小鸡经育雏笼育雏一个月后,存活率达93%。在邹睿的努力下,不仅育雏笼顺利推广,而且新建的小鸡育雏舍和蛋鸡舍也已投入使用。提起邹睿,养殖户都竖起大拇指,“这位中国畜牧专家,真牛!”

了解所需,培训指导落到实处

添饲料、加水、消毒、观察……只要在基地,邹睿基本上每天都要到养殖场里转几圈,“养殖是个技术活,必须要细心,要监管到位。”谈及自己的老本行,邹睿如数家珍。

“搞养殖是没有周末和节假日的。”2年间,他调研养殖场近200次,涉及猪场、鸡场、牛场等,并撰写了《关于圣普生猪发展情况的阶段性调研报告》。圣普的养殖业尚处于初级阶段,农户虽然认识到通过养殖可以致富,但是由于技术粗放、缺乏资金以及饲料价格过高等因素,养殖效益并不明显。“对于养殖户收入不高的现象,邹睿的分析持之有据,直击要害。

要提升技术水平,首先要在培训指导下下功夫,用科技为当地农户赋能。在调研走访时,邹睿接到了当地养殖户的求助,自家养的母猪在预产期时既没有产仔征兆,也没有再发情迹象。结合多年的经验,邹睿判断这是典型的母猪空怀现象。此时恰巧邹睿饲养的一头母猪也出现了类似的情况,邹睿立刻召集当地技术人员和养殖户到猪舍,现场解释空怀母猪的症状以及如何用药。但是面对圣普缺乏兽医的现实,邹睿只能通过回圣普探亲的朋友把兽药从国内带来。施用药物后,母猪再次发情并成功配种,4个月,一群小猪崽接连出生。

“现在不光要在技能上下功夫,把软件方面的短板尽快补上来,还要在硬件上下功夫,双管齐下,把圣普畜牧业的整体水平提上来,养殖户才能真正受益。”在邹睿的倡议下,自动投料猪槽、小鸡育雏笼等既实用又便宜的设备在圣普全国得到推广。

谈到这位中国专家,圣普当地的农业技术人员若泽·米兰达赞不绝口:“他解决了我们的大难题,真希望他一直在这里。”



邹睿(中)在查看小鸡育雏情况。 资料图

将心比心,中非友谊并肩前行

如今,为期2年的援圣普农技项目已经进行了一多半,还有不到半年的时间,邹睿就要返乡回国。

在援圣普的日子里,邹睿一般都用微信视频聊天和家人联络。而如今,邹睿也将中国的社交工具应用到援外工作中:“有了视频聊天,我们的工作方便多了,直接就能看出来家禽家畜哪里出了问题,当时就能提出解决方案,而且也方便后续跟进,有几例猪疝气手术就是我从视频对当地的技术员进行指导的。”如今,圣普的许多农技人员手机上都安装了微信等应用,并主动学习使用方法,起初是为了获得中方专家的业务指导,如今渐渐地变成了当地人与农技组这些特殊的中国朋友们的联系渠道。

同样,在邹睿的手机中,也安装了不少翻译软件。“以前在尼日利亚的时候,说英语还好,但圣普说葡萄牙语,对我确实有点难度。”

刚到圣普,要是赶上随团翻译不在,遇到和当地人沟通的场合,邹睿只能比比划划,干着急。“现在基本上没问题了,长时间相处下来,大家差不多都能心领神会,如果实在有一些专业词汇要沟通,我直接用手机翻译给他们看。”

总结起与当地人的交往,邹睿脸上洋溢着笑容,“圣普百姓民风淳朴,热情好客。”当地人在重要节日都喜欢叫上邹睿这个中国朋友,麦娜(Mona)是圣普国家畜牧示范基地的女工人,在平时工作中没少得到邹睿的指导。麦娜29岁生日

的时候,特意邀请邹睿来参加她的生日聚会,品尝烤熟的面包果、水煮香蕉、当地特色的咯鲁鲁……无一不散发着他们之间的美好情谊。

500多天的朝夕相处,换来的是将心比心的深厚情谊。觉含满(Jojimon)是在基地为邹睿养猪的工人,由于他父母双亡,邹睿总是对他特别关照。圣普常年高温湿热,蚊虫较多,国内的风油精、清凉油在当地特别受欢迎,每次有朋友回国,邹睿总要托朋友带几盒回来送给觉含满。久而久之,觉含满对待邹睿就像亲人一样,遇事总跑来和他商量,小到养殖技术,大到人生规划。在得知中国的援外专家都是自己做饭的时候,觉含满还经常给邹睿带些当地的玉米、水果等。

“我们不仅要在技术上援助他们,还要多和他们交心,这样才能实现援非的真正目的。”邹睿只是中国农业援外专家在当地的一个缩影,中方专家精湛的技术和毫不保留的指导,赢得了圣普人民的衷心认可和广泛赞誉。如今在“一带一路”倡议下,身处中非交往一线的农业援外专家用行动践行着中非“手拉手、心连心”,推动实现中国与非洲的“命运共同体”。



扫码看视频报道

外国使节逛农博 共建国际“朋友圈”

——第二十一届中国中部(湖南)农业博览会观察

本报见习记者 宫宇坤

楚汉名城桂花飘香。日前,18个国家、23个代表团,近1000家国内外农业企业、3000余家采购商齐聚湖南长沙,共同参加第二十一届中国中部(湖南)农业博览会。



外国使节饶有兴致地在博览会上参观。

本报见习记者 崔鹤家 摄

湖南是农业大省,全省农业人口超过4000万,拥有耕地资源878.3万公顷。水稻、生猪、淡水鱼、茶叶等农产品在全国占有重要地位。自1999年以来,湖南农博会已成功举办了二十届,逐渐成为湖南规模最大、影响最广的农业盛会。

本次博览会上,不少拉丁美洲和中东欧国家悉数到会,他们是我国推进“一带一路”合作的重要地区,同湖南省农产品市场互补性强,合作潜力巨大。乌拉圭、智利、立陶宛、保加利亚的葡萄酒、水产品、特色水果、畜牧和奶制品等产品,在湖南消费者中拥有良好的市场口碑,而湖南的茶叶等农产品在中东欧和拉美国家的市场前景也很广阔。这些国家的驻华使节到访本届农博会,对于相互增进友谊、促进双边农业合作大有裨益。

大使品鉴“湘土韵味”

农博会开幕当天,保加利亚、立陶宛、智利、乌拉圭、葡萄牙、克罗地亚等国大使、领事和参赞等受邀来到湖南农博会现场,并在湖南省副省长隋忠诚的陪同下,参观各展馆、品鉴特色农产品。

“我觉得非常惊喜,这次农博会办得很好。”立陶宛驻华大使伊娜·玛邱罗尼塔高兴地说。记者在现场看到,参展商们热情介绍各自产品,并邀请省市领导和外国使节品尝。伊娜·玛邱罗尼塔对记者表示:“在这次农博会上我看到了非常多有趣、此前不了解的产品。”在谈到印象最深刻的农产品时,她说:“以前尝过茶油,但并不了解制作过程,今天在农博会上既看到了果实(油茶),又看到了产品,是一次非常有趣的体验。”伊娜·玛邱罗尼塔曾多次到访湖南,且非常热爱湘菜,笑称自己已成为“半个湖南人”。

大使推销本国好产品

大使面对面——第二十一届中国中部(湖南)农业博览会国际交流合作对话会同期进行。各国大使把会场当成“生意场”,竞相推荐本国农产品好物,以期搭乘“一带一路”快车,借

助农博会把“国际朋友圈”越做越大。智利驻华大使路易斯风趣地说:“世界上没有哪个国家比智利离中国更遥远。尽管如此,智利最近已经成为中国最大的三文鱼供应商,且有87%的车厘子销往中国,占总市场份额的88%。”

“保加利亚拥有欧盟最低的税收、良好的投资环境和优越的地理位置,我们的有机新鲜水果和蔬菜、牛奶和奶制品、果酱、胡椒调味品、干果和坚果品质优良。”来自玫瑰之国、酸奶之乡的保加利亚驻华大使格里戈尔说,保加利亚与中国间的农产品和食品贸易平衡对保加利亚非常有利。目前保加利亚已实现向中国出口玉米、鱼制品、乳制品等,下一步希望能把猪肉、家禽、葵花籽、水果等农产品出口到中国。

克罗地亚驻华大使馆秘书达利娅说,克罗地亚拥有大陆、滨海和山区三个不同的气候区,谷物、鱼、橄榄、果蔬等资源丰富,期待能将这些好产品打入中国市场。

国内好物同台竞技

会上亮点,场下做生意。农博会期间,长沙国际会展中心也成为国内农企的舞台。临武鸭、东江鱼、安化黑茶、湖南红茶、南洲稻虾米、永兴冰糖橙、华容芥菜、祁东黄花菜等纷纷亮相,与海外“洋”产品同台竞技。

“今年已经是我们的第6年参加农博会了,我们的鸭子全是放养,制成板鸭肉质更扎实。”舜华鸭业研发工程师张德军说。来自湘西凤凰县种植专业合作社的龙章胜现场邀请参观者品尝甜葡萄,15元/斤的售价在展会上大受欢迎。“湖南红茶始创于1854年,而在1915年就获得巴拿马万国博览会金奖,成为世界顶尖红茶的代表之一。”湖南中茶茶业有限公司销售经理李霞讲起红茶史如数家珍。

数据显示,本届农博会交易额近80亿元,可谓硕果累累。记者还注意到,本届农博会成果范围从农产品、农业科技、农业装备再到新农村建设、休闲农业等,可谓涵盖全产业链。



农业展会是以农产品及其加工品、投入品、技术、服务等展览为核心,包括衍生于展览的各种会议、论坛等在内的经济活动。农业展会是农业与会展业交融的载体,有营销促销、贸易洽谈和品牌宣传的功能,是促进现代农业发展的重要动力。

在农业展会的发展进程中,“五化”是评价农业展会的重要标准。2016年发布的《农业部展会工作管理办法》提出,“农业展会活动应切实发挥市场在资源配置中的决定性作用,积极推进市场化进程,坚持专业化、国际化、品牌化、信息化方向。”

市场化。市场化是坚持以市场为导向,为各参展主体提供有价值的平台。政府部门应在培育成熟的市场主体、建立市场规范和鼓励市场竞争三方面推进农业展会市场化进程。贸易商和观众能以最短的时间收集信息、研判市场,围绕展示农产品直接进行互动交流,按市场规则自主自愿进行决策和选择。强化展会贸易、洽谈、交流、合作功能,拓宽流通渠道,促进农产品贸易长期发展。

专业化。专业化使农业展会具有独特的竞争优势,成为专业领域的风向标。展出内容应主要聚焦某一特色农业产业,覆盖全产业链,用专业化的展商和展品吸引观众和采购商,搭建专业合作的平台。加强办展团队的专业化建设,实现展会运营的专业化,为展商和观众提供专业化的服务,营造专业化环境。

国际化。国际化水平对于推动优势农产品出口和海外市场开拓具有重要意义。一方面,要鼓励支持农业企业“走出去”,积极参加境外展会;另一方面,国内展会邀请更多的境外企业参展,充分借鉴国外先进经验,积极谋求与国外同行的合作与竞争,进一步提高农业展会国际化水平。

品牌化。实现品牌化的农业展会,可以在行业领域内形成强大的号召力。宏观上,积极培育有产业依托和有市场影响力的品牌展会,更好地实现贸易促进、信息交流、需求增值等功能。微观上,农业展会应深入挖掘行业特色,吸引品牌企业、品牌农产品参展,不断“留住”原有的展商和观众,实现市场资源高效匹配和深度整合,为参展企业和观众创造更多价值。

信息化。展会是人流、物流和信息流高度聚合的综合性平台。利用互联网、大数据等技术手段,引入展商观众网络注册、现场门禁系统等信息化手段,保证信息传递的及时和准确,有效提高组织展商、参展商和观众的效率与质量。积极探索农业展会与电商平台相结合的方式,不断增强展示性和交易性互补,提升便捷性和时效性。

在当前我国由会展大国向会展强国迈进的形势下,农业展会的办展机构要坚持“五化”原则,积极推进市场化进程,走专业化道路,提高国际化水平,做好品牌化建设,不断实现信息化创新。

农业农村部农业贸易促进中心

农业展会的「五化」指什么