

北方肉制品市场现状及发展趋势

孙海蛟, 苏琳琳, 谷大海
(云南农业大学 食品科技学院 昆明 650201)

摘要: 我国是肉类生产大国, 也是消费大国, 但从目前产业的整体水平仍然不高, 这不仅表现为肉类加工企业数量太多, 技术装备落后, 创新能力和经济实力不强, 而且在物流配送、保鲜包装、营销手段等方面, 传统落后的方式仍占主导地位, 没有形成现代化的经营体系, 因此本文对我国北方肉制品市场的现状进行分析, 并阐述北方人的口味, 分析北方肉制品加工业的发展趋势。

关键词: 肉制品市场; 现状; 口味; 发展趋势

The Situation and Trends of Northern Meat Market

SUN Haijiao, SU Linlin, GU Dahai
(Faculty of Food Science and Technology, Yunnan Agricultural University, Kunming 650201)

Abstract: Our country is a meat-producing country, and the consumption is very large. But judging from the current, the whole level of industry is still not high, this is not only reflected in the number of too much meat processing enterprises, backward technology and equipment, innovation and economic strength is not strong. But in the logistics and distribution, fresh packaging, marketing and so on are all behind the traditional way still dominant. There is no modern operating system. Therefore this article analysis on the meat market status in the north of china, and described the taste of the north, analysis of the meat processing industry in the near future.

Key words: meat market; situation; taste; trends

中图分类号: TS251.5 文献标识码: A 文章编号: 1001-8123(2009)01-0003-03

据世界粮农组织统计数据显示, 2007 年中国肉类总产量为 6700 多万吨, 占世界总产量的 27%。我国既是肉类生产大国, 又是消费大国。中国虽然是产肉大国, 但从目前来看, 产业的整体水平仍然不高, 这不仅表现为肉类加工企业数量太多, 技术装备落后, 创新能力和经济实力不强, 而且排名前十位的肉类加工企业市场集中度比较低。此外, 在物流配送、保鲜包装、营销手段等方面, 传统落后的方式仍占主导地位, 没有形成现代化的经营体系, 特别是 80% 以上的产品是通过集贸市场销售的。冷链流通、连锁经营, 引进先进的技术和营销手段

对中国肉类工业进行整合和重组, 将是中国加入 WTO 后肉类行业最感兴趣的问题。

北方肉制品市场北方肉制品市场是指黄河流域及其以北的肉制品市场。按照肉制品区域市场的特点, 可以分为山东、河南为代表的黄河流域市场、京、津、冀地区市场和东北三省及内蒙市场。下面概述北方肉制品市场的现状和及发展趋势。

1 北方肉制品市场的特点

改革开放后, 西式肉制品加工技术的引进带动了肉制品的开发, 畜牧业得到了快速发展, 对肉

收稿日期: 2008-12-17

作者简介: 孙海蛟 (1983-), 男, 山东诸城人, 在读硕士, 主要研究方向为畜产品加工

制品的新工艺、新产品、新设备的研究也越来越多,加工程度由初加工向深加工方向发展,对传统的肉制品增大了科技投入,提高了生产能力,塑造了数家名牌企业。

北方肉类企业的深加工水平一直处于全国的前列,但是与发达国家相比却相差甚远。目前北方的肉类工业仍以初加工产品居多,深加工产品较少,肉产品结构呈现“四多四少”:白条肉、冷冻肉多,分割肉、冷却肉、小包装肉少;生肉制品多,熟肉制品少;高温制品多,低温制品少;粗加工产品多,精加工产品少。据不完全统计,目前我国北方规模以上屠宰及肉类加工企业1000多家,屠宰点有10000多家,但是具备规模以上的屠宰点占比非常少,说明北方的肉类及加工行业市场集中度很低。

北方大多数肉制品企业目前还处于转型期,资源配置地域性突出,同时大规模的现代化生产方式与传统的小生产方式并存,先进的流通方式与落后的流通方式并存,发达的城市市场与分散的农村市场并存。

这种经济结构使肉类生产和肉类食品安全管理的难度增大,成本增加,矛盾突出。

1.1 各区域市场的特点

1.1.1 山东、河南为代表的黄河流域市场

山东、河南是我国畜禽大省,生猪、家禽的屠宰量位居全国前列,生猪年屠宰量5万头以上的企业有数家,其中山东的肉鸡屠宰量及出口量占全国的90%以上。因此黄河流域市场是我国最重要的肉制品市场,在内销及出口创汇上占有举足轻重的地位。

(1)代表企业:双汇、金锣、得利斯、希杰、春都、江泉、维尔康、喜旺、青联等企业。

(2)产品特点:产品以中档为主,出品率水平160%~220%;辅以部分高档肉制品。

(3)产品目标市场:中小企业省内地销;大型或部分中型企业部分产品销往本地及全国,一部分销往国外。

(4)生产状况:硬件条件在国内肉食行业处于较高水平,中型以上企业关键设备从国外引进,日产量在3-8吨。

1.1.2 京、津、冀地区市场

该区域是我国肉食加工重要地区,技术功底较深,是我国最早进行肉制品加工的地区,目前已经形成了一批全国名特优产品,该地区的产品加工技术对全国的肉食加工业有着重要的影响。

(1)代表企业:天津大海、万帆顺、北京京津、荷美尔、北京西餐食品。

(2)产品特点:高、中、低档肉制品及纯正西式肉制品。

(3)目标市场:a.大型涉外饭店:高档西式、各地名优产品。b.大型超市、副食品市场:中高档肉制品,低档产品少。c.城市集贸市场和一些小食品店和农村市场:主要是高出品率低档产品和少量中档产品。消费人群是城市流动人口、农民和低收入居民。

(4)生产状况:a.行业竞争激烈,领头企业产销平稳。b.品质、产量、等级差异大。c.中小企业定位农村市场。

1.1.3 东北三省及内蒙古市场

东北三省及内蒙古市场是我国肉制品产销量最大的地区,但是企业的硬件条件还处于中等水平,大型企业较少,一般以中小企业为主,企业间竞争比较激烈。

(1)代表企业:哈尔滨义利、大连诚信、大庆金锣、辽宁燕都

(2)产品特点:以中、高出品率为主,低出品率产品相对较少。

(3)目标市场:东北三省,最远辐射到关内秦皇岛。城市消费中档产品为主,低档产品主要面向林区和农村。

(4)生产状况:肉制品产销量最大的地区。企业规模和产量都不大,10吨/日以上的企业凤毛麟角,3-5吨/日的企业比较少,1-3吨/日的企业较多,1吨/日以下小厂密集。企业生存竞争激烈,中小企业价格上无序竞争。

1.2 从原辅料构成上看

(1)原料肉:一般以猪瘦肉、猪碎肉、猪肥膘、鸡碎肉、鸡皮、鸡肉等辅料及食品添加剂为主,基本上大同小异;

(2)中低出品率主要以猪肉为原料肉;

(3)中高出品率除使用猪肉外,还使用鸡碎肉、鸡皮,以降低辅料成本;

1.3 从肠衣和包装材料上看

(1)人造肠衣:约占70%。在高温肉制品中常用的有:PVC、耐高温复合收缩膜;在中低温肉制品中常用的有:尼龙肠衣、收缩膜、玻璃纸、可烟熏塑料肠衣等。

(2)天然肠衣:约占30%,主要的天然肠衣有猪肠衣、羊肠衣、套管、胶原肠衣(人造)。

(3)包装材料:批发市场多数以散货裸装批发,

一少部分烤肠、腊肠真空包装。

(4) 进入超市肉制品：均采用复合塑料袋或真空袋包装，极少数产品采用复合铝箔袋的软罐头包装。

1.4 从生产条件上看

大型企业生产条件良好、工艺合理；小型加工厂（户）条件简陋、卫生条件差，工艺布局不合理。

2 北方人口味

北方人口味浓重、嗜咸。对产品香气、香味要求浓一些，对香气、香味感觉不如南方人精细。肉制品口味主要表现为两种香型：

辛香型：产品设计者通过香辛料之间的组合，利用香辛料烘托肉香，掩盖异味的作用，调整肉制品的风味和口感，在香气香味评价上突出辛香的个性特征。

肉香型：占绝大多数，强调制品的肉香特征。要求香气突出，香味浓郁，留香持久。多数使用香精与香辛料协同增香，也有的企业只用香精而不使用香辛料。

3 北方肉制品加工业的发展态势

3.1 肉制品加工业的市场整合，优胜劣汰是市场规律的客观要求，也是广大消费者的期盼

目前北方大多数地区肉制品生产企业比较分散，小企业遍布各地。因此，为了维护肉制品市场安定有序的秩序，同时也为了维护广大消费者的切身利益，保证食品安全，加大对肉制品企业的整合力度势在必行。

3.2 肉制品将由中低档向中高档发展，安全、方便、营养、快捷卫生

目前我国已禁止个体户屠宰生猪，肉制品加工业已经采用肉联厂检疫屠宰工艺，在销售上开始将传统的热鲜肉发展为冷鲜肉，对保证肉制品的质量是很重要的。肉制品加工业是一项利润较低的行业，如果单纯的靠生产鲜肉、中低档产品

来维持企业的发展是远远不够的。因此，肉制品向中高档方向发展的趋势显得越来越重要。

3.3 肉制加工企业的集团化发展会进一步加强，并在引导居民消费和促进行业发展中起到积极作用

肉制品加工企业的集团化，不仅能够加强企业的实力，而且使产品有一个统一的标准，对引导居民消费有重要的作用。

3.4 中式传统风味产品的规模化、工业化生产仍是一个继续研究课题

中式传统风味产品如灌肠、中式火腿等是我国居民非常喜爱的肉制品，消费量非常大。以中式火腿为例，大多数企业集中在气候条件适宜的黄河以南地区，如宣威火腿、金华火腿、如皋火腿等，如何使中式火腿等中式传统风味的产品在北方地区规模化、工业化生产将是一个值得继续研究的课题。

3.5 功能营养型肉制品开发是一个前途看好的产业。

功能营养型肉制品是近几年蓬勃发展的产业，在肉制品中添加维生素等营养强化剂，不仅可以改善肉制品的口感，更重要的还能提高产值，因此，功能营养型肉制品是一个前景非常好的产业。

参考文献

- [1] 张其中,北京市肉制品市场现状与发展趋势.肉类工业,2004,3(275):1-3.
- [2] 肉制品市场的回顾与展望.肉类工业,1998,9(207):19-21.
- [3] 张其中,北京市肉制品市场现状与发展趋势.中国牧业通讯,2004,2:34-35.
- [4] 董寅初,我国肉制品现状及对策.肉类研究,1998,4:4-6.
- [5] 魏伍川,许尚忠.中国北方肉牛业发展对策.黄牛杂志,2002,11:31-34.