

# 我国肉制品市场现状及对策

董寅初 (中国肉类食品综合研究中心, 北京 100075)

## 一、现状

1997 年我国肉类总产量约 5900 万吨, 人均年占有量已接近 50 千克, 中西式肉禽制品的总产量约在 180-200 万吨左右, 仅火腿肠一项已形成了约 57 亿元产值的大产业。肉制品品种和质量都有了长足的进步, 低温肉制品和禽肉制品有了较大的发展, 中国传统风味肉制品在肉制品总产量中的比重显著加大, 比十年前得到了更多的重视。

以火腿肠为例, 全国火腿肠生产线约 500 条左右, 目前全国正常生产的厂家有 20 多家, 且先后出现了一些生产量居世界前列的企业。日产火腿肠在 100 吨以上的大企业有双汇、金锣、春都、江泉和郑荣等厂, 最高的日产量竟达 650 吨。上述 5 厂的年总产量达 52 万吨, 占全国火腿肠总产量 (50-60 万吨) 的 91% 以上。高温火腿肠现在约有 40 多个品种, 质量能保持或好于 1996 年以前水平的有: 郑荣的无淀粉火腿肠; 双汇的王中王火腿肠、绅士火腿肠; 春都的春都王火腿肠和金锣的极品火腿肠等。

各地肉制品市场一派繁荣, 上海、北京等大城市, 自不用说。中等城市西安的肉制品市场也极其丰富多彩, 今年春天全市月销售各类肉制品约 4000 吨左右, 估计年销售达 5 万余吨, 有八大类 500 多个品种。外地产品占西安 2/3 的市场, 有春都、双汇、郑荣的火腿肠, 得利斯的低温火腿, 皇上皇的腊肉和乳猪, 无锡的酱排骨, 四川的香肠和糟肉, 浙江的金华火腿等 20 多个省市的 30 多个肉制品生产厂家的产品。

可见, 现在的肉制品市场, 其产量、品种

和产值都发生了很大的变化, 不仅在很大程度上满足了消费者需求, 而且对国家也作出了显著的贡献。

东南亚金融危机现在几乎已波及全球, 甚至波及到美国高技术产业硅谷, 导致一些著名的高技术公司减薪裁员。惠普公司在实行每季度一次 5% 的减薪; 英特尔公司今年准备裁员 3000 人; 一台配置很好的电脑的价格降至 1000 美元以下, 利润都在下降。日本政府原来预测今年经济增长率为正 1.9%, 现在看来要下调为负 1.8%, 是战后最低点。

自去年 7 月东南亚金融危机开始至今的一年多来, 中国国内的经济也受到不同程度的影响, 许多行业都显得很不得景气。肉类加工业也不例外, 已失去前几年每年约以 10% 的增长势头, 显得有些疲软。习惯于高增长率 (两位数增长) 的我国肉类企业家, 在新的形势面前感到有些茫然。但细加分析, 全国肉类总产量似乎并没有明显下降, 只是消费者对某些劣质产品失去信心, 购买力的增长势头趋小了; 市场竞争剧烈, 企业经营困难, 利润下降了。

我国肉类加工业不景气的另一个外部原因是, 与大量的国营企业职工下岗等影响消费者经济收入的因素有关, 同时还与消费者将有限的资金投向养老保险、子女教育和购房等方面有关。

## 二、当前问题及原因

### 1、肉制品产品本身方面

肉制品产品目前状况是: 中低档产品多而高档产品少; 劣质产品多而优质产品少; 卫生差的多而卫生好的少; 高温制品多而低温制品少; 老产品多而新产品少; 猪肉制品多而禽肉

制品少；西式制品多而中式制品少。因而不能满足不同层次消费者的需求，特别是劣质产品充斥市场，使消费者对肉制品失去兴趣和信心。

目前某些西式肉制品制造商，钻我国肉制品产品标准还不够完善的空子，滥用乳化技术、保水技术和腌制技术，在香肠和火腿中大量添加淀粉、大豆蛋白、卡拉胶、水等添加剂，以降低成本，牟取高额利润。为使产品保持较好的质地、颜色、风味和货架期，又添加了磷酸盐、色素、肉香精、防腐剂等化学添加剂。这样西式肉制品原有的良好声誉受到了损害，使消费者望而却步，严重影响了西式肉制品的健康发展。

如火腿肠的质量相对于1996年以前来讲是下降了，当时火腿肠的原料肉约占产品重的70-80%，出品率在120-140%之间，现在原料肉的比例已降为50-60%，出品率竟达200-300%。

中国传统风味肉禽制品的加工，过去只是技师们的事，加工工艺只作为一种技艺代代相传，缺乏科学研究，许多产品的加工过程不规范，工艺参数较模糊，因而产品质量不稳定。加工设备过于简陋，只局限于小规模作坊式或前店后厂式生产，产量低，生产成本低。

还由于我国包装机械、包装材料和人们观念上的落后，传统风味肉禽制品过去几乎没有包装，如白斩鸡、酱鸭、排骨、牛肉等，产品货架期很短。现在相当一部分产品虽然有了包装，但有些产品的包装方法不当，破坏了产品的原有风味，如扒鸡、盐水鸭、烤鸭等的铝薄蒸煮袋软包装，在经过高温高压杀菌后，已失去产品固有的风味。

## 2、肉制品生产企业本身方面

肉制品生产企业当前的问题是：体制和机制问题没有解决好；管理人员和职工的素质差；缺乏先进的技术支持；管理差的多而管理好的少；效益差的多而效益好的少；领导者经营思想还有待于改进等。

由于企业经营不善而倒闭的也时有发生，

近年B市的肉制品加工厂每年约有1/5倒闭，特别是国营企业处境更为艰难。

## 3、整个肉制品加工行业方面

整个肉制品加工行业目前是：小企业多而大企业少；缺乏行业管理，从而造成不公平的恶性竞争，使行业受损。

国内贸易局信息中心1997年度对商业系统肉类食品市场占有率调查，前10名是：双汇8.52、春都8.48、得利斯7.29、南希4.63、雨润3.32、顶好2.80、郑荣2.15、宴友思2.06、康华1.88、华青1.45。以上10家的市场占有率共42.58%。这里没有计及金锣、江泉、大江、德大等企业的市场占有率，如计及以上4家，估计总的市场占有率约在50%左右，而另外50%是由全国数千家企业的市场所组成。

根据上海市肉类协会的统计资料，1997年被统计的38家工厂中，年产量超过1000吨的只有6家（占15.8%），合计产量15844.4吨（占总产量的64.23%），各厂的平均年产量为2641吨；而其余32家小厂（占84.2%）的平均年产量只有275吨（每天不到1吨）。从上述两组数字可见，目前国内绝大多数肉制品企业的规模还是很小的。

由于缺乏强制性的行业管理和技术监督，“地下工厂”生产的劣质产品流入市场，今年7月S市产品卫生大检查时，发现零售商店的肉制品合格率只有45%，这还不包括集市摊贩“自产自销”的肉制品。目前该市销售的肉制品中，75%是由有证专业厂家生产，其余25%都是由无证个体户或者“地下工厂”生产的伪劣产品。该市被公认为是全国对肉制品管理最好的几个城市之一，可见目前国内其它城市的肉制品市场，其卫生问题的严重性更不容乐观了，特别是在炎夏季节。

更为严重的是肉制品加工业缺乏行业管理，因而形成不公平的恶性竞争，特别是火腿肠的竞争已达到了白热化的程度。为了争夺原料和市场，某些厂家降质、压价，以保本销售甚至亏本销售来挤垮对手，使生产和销售日益

困难。目前有一半企业火腿肠的出厂价在 10 元/500 克, 或低于 10 元/500 克, 最低的是 3.45 元/500 克, 已低于同样重量的鲜肉价格, 这样低的价格当然是不可能生产出好的产品。有关部门的一次抽查发现, 如按高标准来要求, 全国火腿肠的品质合格率只有 50%。可见缺乏行业管理的恶性竞争, 其结果是消费者吃不到优质的产品, 对肉制品失去信心, 生产者拿不到应有的利润而难以为继。

### 三、怎么办?

毫无疑问, 要解决这些问题, 只有从提高肉制品本身的质量、改善其在消费者心目中的形象, 改进肉制品加工企业的经营和管理, 建立和加强行业管理等来实现。

#### 1、肉制品产品本身要解决的问题

主要是充分发挥中、西两类制品的优点, 开创新局面。

西式肉制品设备在 80 年代初的大量引进和我国科技工作者对现代肉类加工技术的逐渐掌握, 使西式肉制品在中国显示出不凡的生命力, 这主要是因为:

(A) 西式肉制品加工技术完全建立在物理学、化学、生物化学和其它相关科学的基础之上。如乳化技术、腌制技术、保水技术、栅栏技术 (Hurdle effect)、高温灭菌技术、真空技术、HACCP 技术、包装技术等; (B) 西式肉制品有完善的加工设备, 为其工厂化、大规模生产提供了强有力的保证; (C) 工厂的科学管理。

中国传统风味肉制品的优点是: 产品色香味形各具特色, 能最大限度地满足不同消费者的嗜好习惯; 加工工艺符合科学道理; 腌制剂、添加剂、香辛料天然、安全、易得。因而也具有很强烈的生命力。

#### 2、肉制品生产企业要解决的问题

当前市场不景气和不少企业经营困难是事实, 但仍然有相当一部分企业经营得比较好, 发展得比较快, 可见外部环境并不是经营好坏的决定性因素, 企业内部的活力才是根本原因。

经营好的企业, 其做法大凡是: 有一个好的领导班子 (特别是第一把手); 有一种好的机制; 有一批好的产品 (加上正确的市场定位); 重视科学技术及科技人才等。

随着市场的逐步成熟和日渐规范, 以及消费者对商品的深入认识, 企业经营者的指导思想也应提升。要从过去把目光盯着产品利润, 改为把精力落在产品质量和企业内部的管理上来。盯着产品利润的企业家, 必然忽视产品质量, 最后也必然自食苦果。只有着眼于产品质量的企业家, 才会有长远的利润。

河南双汇实业集团是通过 ISO 9002 国际认证的企业, 今年火腿肠的产品抽查中, 被抽产品都合格。北京荷美尔公司从控制原料肉品质开始来控制肉制品质量, 按美国 USDA 标准生产, 使产品在 0~4℃ 下有 50~60 天的保存期。有志于在肉类行业长期发展的企业, 我想都应在产品品质上下功夫。

#### 3、肉制品加工行业要解决的问题

目前当务之急是强化行业管理。在改革开放前, 肉制品加工企业几乎都集中在商业系统, 可由一个部门统一管理和协调, 但现在它分散在许多部门, 且有各种不同的经济成分, 因而缺乏统一的管理和协调, 出现上述的恶性竞争也就不足为怪了。

解决办法是所有肉制品加工企业, 必须共同参加中国肉类协会和地方肉类协会, 由它代表行业向政府汇报企业的困难和问题, 向消费者发布信息, 协调企业之间的关系等等, 这是利国、利民、利企业的大事。

台湾水饺问题就是一个很发人深思的例子。1992-1995 年间, 台湾发生了一次速冻水饺价格大战, 从每个水饺 (14 克重) 0.85~2.2 元台币, 降到 0.6~0.7 台币, 这个价格不足以支付成本, 所以生产厂家叫苦不迭, 只有降低水饺质量、微利保本或亏本销售, 个别厂家只得停产。另一方面, 消费者也吃不到好的水饺, 如馅料太少、油脂含量过高、有异味、水煮时开裂等。

台湾冷冻食品发展协会随即组织一个“冷

冻水饺产销研究小组”，进行了调查和测算。结论是：每个重14克的速冻水饺，使用合法且安全卫生的原料（特别是肉），严格的品质管理，产品的微生物含量、粗脂肪含量、皮馅比等均符合优良食品标准的最低生产成本为0.8元。生产厂家加15%的毛利，商场加30%的毛利，这样最低的零售价每个为1.2元台币（合人民币0.4元）。

然后，台湾冷冻食品发展协会举行新闻发布会，公布研究结果，同时搞了一个优良品质的冷冻水饺品尝会，通过电视、广告等各种媒体告诉消费者，如果买到每个低于1.2元台币的冷冻水饺，那肯定是原料“缩水”了，品管与卫生检验“被忽略”了或产品品质“降低”了。

后来，冷冻水饺的品质和价格都走上了正轨。

当前火腿肠的问题也十分类似，必须通过协会来解决。

#### 四、发展趋势

##### 1、发展家禽制品

家禽制品由于健康和价格方面的原因，很受消费者青睐。1997年上海禽肉制品的比重已上升到43%，1995~1997年间上海市禽肉制品的比重每年约上升7.7个百分点。1997年南京（桂花）盐水鸭销售480万只，南京板鸭的年生产能力已达200万只。

##### 2、发展中式肉禽制品

中国传统风味肉制品，特别是腌腊、熏烤制品，因真材实料、价格低廉、地方口味浓重而销量不断上升。1997年上海中式肉禽制品在肉制品中的比重已上升到59.5%，1995~1997年间上海市中式肉禽制品的比重每年上升约8.9个百分点。

##### 3、发展高档西式肉制品

近年由于不少企业过于追逐利润，而在西式香肠和火腿中大量添加淀粉、卡拉胶，并追求保水性，致使产品质量下降，口感变坏，信誉受损，销量下滑。其实，西式肉制品中有许多高档的产品可以开发生产，以满足高层次消费者的需求。

##### 4、发展低温产品

由于低温加热肉制品可以保持肉制品的风味和营养价值，所以欧美各国的火腿和香肠，几乎都属于“低温加热”类产品，同样也是我国今后肉制品发展的总趋势。现在国内大的火腿肠生产厂家也已经作好低温产品生产的准备。

##### 5、开发新产品和创建名牌产品

#### 五、充满信心

肉类食品是一个永不衰败的行业。随着生活节奏的加快，需求量必将不断上升。特别是肉类制品目前只占肉类总产量的2-3%，人均不足2千克，离真正的需求相距甚远，潜力很大。

当前肉制品市场低迷是一个暂时的现象。事在人为，可以提高质量、增加品种、设立专柜、改善服务等来扩大销售。

国家发行1000亿元国债用于各项基础设施建设，对于拉动经济、促进生产和消费是一项重大的举措，因为仅此一项，就可以增加200万人的就业机会，投资的40%约400亿元，将会变成职工工资，这意味着消费者购买力将会增加，肉制品加工业也将受益。

国家保证今年国民经济8%的增长率，也具有同样意义，因为每一个百分点就会增加86万个就业岗位。

预计今年第四季度开始，肉制品市场将有起色。