

■ 本版撰文 本报记者 栾 鹤

编者按:智利是第一个同中国建交的南美洲国家,中智尽管地理上相距甚远,但不影响智利长期以来支持中国参与全球经济,并取得很多“第一”:智利是拉美首个承认中国市场经济地位的国家,是该地区首个支持中国加入世贸组织的国家,也是首个同中国签署双边自由贸易协定的拉美国家。

据中国海关统计,2013年,中智双边贸易额达338.06亿美元。目前,中国是智利全球第一大贸易伙伴、第一大出口目的地国和第二大进口来源国。智利正在加大农产品“走出去”的进程,在欧美市场已树立了“高质量食品出口大国”的形象,这也正在为越来越多中国民众所了解。

智利农产品借FTA深耕中国市场

近日,农业部部长韩长赋在京会见了到访的智利农业部部长富尔切,双方就推动双边农业合作交换了意见。富尔切此行的目的之一,即是进一步扩大智利农产品对华出口。

据智利《信使报》报道,富尔切上任之初即表示,对于智利农产品出口应有战略眼光,除目前已经拥有的或参与的市场,还应把目光放到中国、印度和其他亚洲人口密度大的国家,未来粮食需求增长主要来自这些国家。

智利农产品瞄准中国

根据中智两国的自由贸易协定(FTA),自2006年7月始,占两国税目总数97%的产品将于10年内分阶段降为零关税,包括智利葡萄酒、三文鱼、蓝莓等产品。到2015年,智利葡萄酒、特级初榨橄榄油、蓝莓等产品都将降为零关税。中国消费者将购买到零关税的智利产品。对于经销商而言,同样规格的产品,从智利进口,利润远远高于从欧洲国家进口。

据智利贸易促进局国际事务副局长拉斐尔·萨巴特介绍,智利对中国出口额的79%为矿业产品,21%为农副业产品及海产品。中国是智利食品出口第三大目的地国家。2013年,智利农副食品对华出口实现6.27亿美元,海产品对华出口达2.14亿美元。其中,出口最多的产品为:樱桃、鲜葡萄、海藻、三文鱼与鲑鱼、红葡萄酒、猪肉。

智利是世界最主要的食品生产国之一,也是世界上第二大蓝莓出口国、第一大干果出口国。食品行业在其GDP中占比超过10%。智利农产品在欧美市场一贯以高品质形象出现,环境纯净保证了产品的无污染,绿色有机食品是智利农产品发展的优势。

中国是智利食品出口最主要的目的地国家之一。在中国,每10颗进口樱桃和李子中有8颗来自智利。由于中智两国相距遥远,中国民众和商人对智利农产品了解不多。很多中国进口商在进口水果时往往不把智利作为进口渠道之一。

智利新任驻华大使埃内日前表示,他在任期间要

推动两国贸易升级和多元化。他说:“智利希望更进一步加强双边贸易,比如向中国出口更多的食品。目前,智利食品出口额排名全球第17,我们希望2020年可以排到全球第10。”

据了解,联想旗下的佳沃在智利买下了大片土地,以种植蓝莓等高端水果。智利的气候条件是全世界最适合种植蓝莓的两片土地之一。而且智利的土壤极为肥沃,有机质的含量是中国土壤的5倍至25倍,并且几乎没有任何病虫害,因此成就了全世界最好的蓝莓果园。

借电商平台扩大终端销售

为迎合中国消费者的网购习惯,2013年底,智利驻华大使馆、智利出口促进局、智利水果出口商协会以及智利蓝莓和樱桃委员会联合通过天猫购物网络平台在中国市场发起水果和海鲜推介促销活动。

智利政府和有关机构联合发起此次活动主要考虑到每年中国春节前后是智利水果,特别是蓝莓和樱桃需求量大幅增长时期。中国近年来网购消费者和网购成交量增长迅速,他们看好天猫在中国境内拥有的数量庞大的消费者。

大量优质的智利水果、海鲜通过特批的空中绿色航线,专机送往中国。这一空中绿色航线降低了大量的时间和运输成本。智利和中国处于地球的两端,季节相反,全然不必有吃“反季水果”的顾虑。

此次活动极大地提高了智利农产品的知名度。智利政府对天猫“喵鲜生”的预售模式颇感兴趣;中国对智利商品正在体现出越来越强的消费力。

基于压缩了中间环节,电商的产品价格基本上比超市便宜10%至15%。据了解,智利方面已与国内最大的进口食品电商平台1号店进行接洽。电商将会是中国未来最重要的消费市场,智利方面正谋求与1号店和京东合作,同时寻找更多的渠道和平台。

据媒体报道,1号店的一位高管表示,为了对接更多的进口产品,该公司开辟了两种渠道。针对本身在

国内有经销商的企业,可以通过地区采购部门来洽谈;如果是没有经销商,但产品优质、性价比高,供应商可以与集团采购团队联系。

继1号店、天猫、京东商城涉足生鲜电商之后,苏宁易购正式开通国际生鲜购物通道,目前已上线智利7种生鲜产品,并支持全国销售。

据苏宁易购相关负责人介绍,供应商确认订单后,通过专业冷链公司将商品空运至国内目的地。整个过程快速、高效,保障了生鲜食品的质量。

业界普遍认为,冷链配送体系的完整度是时下衡量食品电商专业度的最重要标准,冷链物流的快速发展,使得生鲜商品品质迅速提升,为市场拓展了巨大的空间。高毛利的生鲜电商市场现已成为国内各大电商的必争之地。

多渠道进军市场

9月1日,上海自贸区内最大的贸易企业上海外高桥国际贸易营运中心迎来了智利商团。2013年,这个中心在国务院总理李克强的指示下做出新尝试:建立一批具备保税展示功能的进口商品国家馆,摸索中国对外贸易的制度创新。

质量上乘 价格亲民

智利葡萄酒在华销售逆市上扬

据海关数据显示,今年1-6月,智利葡萄酒对华出口量同比上涨52.84%,以9.49%的市场份额稳居进口酒第三把交椅。

尽管目前进口葡萄酒受到国内“限奢令”影响,葡萄酒进口额整体持续严重下滑,但以高性价比著称的智利葡萄酒仍实现了逆市上扬。

在世界葡萄酒市场格局中,依据产地不同,向来有“旧

世界”和“新世界”之分,法国、西班牙、意大利等欧洲国家是“旧世界”的代表,智利、澳大利亚则是“新世界”的代表。

智利地形狭长,气候多样,从北到南长达1000英里的沿海地带分布着14个产区,葡萄酒品种丰富。再加上欧洲古老的酿酒方法,使得其酿制的葡萄酒,既有欧洲传统,又不失南美风味,给人一种新旧交叠的感觉。

与一味强调高端奢华的“旧世界”葡萄酒不同,智利葡萄酒关注不同阶层对葡萄酒的需求,许多品牌质量上乘,价格亲民。智利酒庄还针对年轻人偏重个人口味以及多聚会等特点,开发了适宜年轻人的葡萄酒品牌,如Carmen酒庄的Wave系列,该品牌葡萄酒具有海滨情调,易使人联想到在大海中冲浪;Sant Rita酒庄的SR系列,突出展示了一名愿意尝试新鲜事物的年轻人形象。

目前,智利在中国散装葡萄酒进口中占据头把交椅,年进口金额约6000多万美元。这与智利与中国签订自由贸易协定有着密切关系。目前,欧洲葡萄酒进入中国市场的关税一般为14%,而智利葡萄酒2013年关税仅为2.8%左右,到2015年还将降为零。

而中粮、张裕等早在智利购置了酒庄,出产的葡萄酒远销中国,也是中国进口智利葡萄酒增量的原因之一。

智利前驻华大使路易斯·施密特曾对记者表示:“1992年,我代表智利红酒‘Undurraga’来中国,那也是我的第一次中国之行。当时,中国人对红酒的了解并不多。现在,中国消费者对红酒不仅不再陌生,而且正消费着来自各国的红酒,智利的、法国的、澳大利亚的。我们的红酒有着高端的品质和合理的价格,希望能越来越受到中国消费者的欢迎。”

2013年智利葡萄酒出口量排名世界第四,仅次于意大利、西班牙和法国。中国目前已成为智利红葡萄酒出口的第三大市场,仅次于美国和英国,年销售额超1.5亿美元。

今年3月首次发布的《中国进口葡萄酒CFDF指数及市场报告》显示,在2013年中国进口葡萄酒市场上,法国葡萄酒是瓶装葡萄酒的最大输入国,进口总额约为6.59亿美元,其后依次为澳大利亚、智利、西班牙、意大利。

该报告也对近6年国内进口葡萄酒市场的发展阶段、发展现状做了系统梳理。该报告认为,目前,中国进口葡萄酒经历了3个主要发展阶段。一是1996年到1998年的第一个小高潮,但受到外国经济形势影响,这波小高潮很快落幕;第二个阶段是从2007年起至2012年,随着中国人入世,进口葡萄酒关税从2001年以前的114%下降到14%,进口葡萄酒迎来井喷;第三个阶段则是2012年后进入调整期。

业内人士分析,眼下虽然正属于调整期,但国家出于对粮食安全的考虑,对发展葡萄酒等果酒市场采取政策鼓励,进口葡萄酒在华发展趋势将继续看好。

国际葡萄酒及烈酒展览会于年初公布的调查结果显示,2013年,中国已取代法国,成为全球最大红葡萄酒消费国。正如法国卡思黛乐亚太区总裁毕杜维所说:“中国市场的机遇并未消失,只是在发生变革——2014年将成为中国葡萄酒市场‘个人消费元年’。”

智利西梅核桃协会会长:

希望更多中国消费者喜爱智利西梅和核桃

继智利红酒、蓝莓、三文鱼等产品在华销售大获全胜之后,智利农产品两大行业品牌“智利西梅”和“智利核桃”也开始了中国之旅。为提高中国消费者对智利西梅和核桃的认知度,智利西梅核桃协会会长安德烈斯·罗德里格斯特地来华进行宣传,并在京接受了本报记者的专访。

记者:请您介绍一下智利西梅和核桃的特点以及主要出口市场?

安德烈斯:智利是目前全球第一西梅出口国。智利生产品质优良的西梅,主要是因为地中海气候以及地势险峻的地理位置能够保护西梅免于害虫的侵害。

目前,智利已有3.46万公顷核桃种植地,约可生产4.5万吨核桃。智利每年的核桃产量都在增加,预计在未来的四五年内将会提高两倍。

智利是世界上第三大核桃出口国,很快将成为第二大。智利核桃出口到世界各地,包括欧洲、中东、亚洲和拉丁美洲等40多个国家。亚洲是发展中的新焦点,我们的核桃已经成功出口到韩国。

记者:智利西梅和核桃是否已进入中国市场,目前采取了怎样的营销策略?

安德烈斯:智利取得国内西梅进口授权已有4年时间了。智利西梅受到中国进口商和消费者的欢迎和好评。目前,我们还在继续努力让更多的中国消费者认识智利西梅。之前,中国消费者可能更多地了解本土的乌梅,我们将继续加大智利西梅出口中国的力度。

今年以来,智利的无壳核桃获得了中国的进口授权,我们将会继续努力让带壳核桃获得授权。中国是一个巨大的市场,不仅是全球最大的核桃生产国,也是最大的进口国。

去年,我们开始了“智利西梅”的行业品牌营销推广活动。我们的营销活动主要包括店内促销活动、消费者博览会以及在中国12个城市的主要超市内进行公关活动。“智利核桃”的行业品牌营销活动也已经拉开帷幕。

记者:与其他产地的西梅与核桃相比,智利的产品有哪些优势?

安德烈斯:首先,高品质的西梅是在高标准的环境下产出的。智利西梅产自地中海气候,充足的日照使它富含糖分,不需要再添加糖或者其他成分就可食用。与其他地区生产的偏酸的梅子相比,偏甜口味的西梅更受中国消费者喜爱。

智利西梅生长在地势险峻的地方,这样的地理位置能够保护西梅免于害虫的侵害。智利的土壤、气候等是种植西梅得天独厚的自然条件。我们了解中国消费者很关心产品的营养属性。智利西梅非常



营养和健康,它包含了超过20种化合物的抗氧化剂,具有高钾、高纤维的特点,有助于胃肠道疾病,对膀胱结石、心血管疾病和高血脂有一定的预防和治疗作用。有研究表明,每天食用西梅也有助

