

食用油降价,热脸贴上冷屁股

消费者买涨不买跌,近期油价难上调,但液化气价即将大涨

走进各大超市,堆放在显眼处促销用的食用油已然不见,这种情形跟往年国庆中秋“双节”前相比还真有些不同。食用油从促销主角变配角,都是因为近来“身价”始终难以提升,对消费者来说是“买涨不买跌”,对商家而言则是“卖涨不买跌”。专家分析认为,食用油市场眼下这副态势,在节前很难有明显的回调。

谷底价跌了半个多月

“这个价格已经撑了半个多月了,还是没动。”在新街口附近的一家苏果超市,销售员指着5升装金龙鱼二代调和油说,“还是50块9,没涨也没降。”

从本月初开始,南京的食用油市场出现明显降价迹象,占据较高市场份额的金龙鱼食用油“高台跳水”,5升装调和油出现了10%-15%的降幅,在部分超市甚至跌破了50元大关,例如苏果长乐路、兴隆、马标等地段的门店每桶售价从55.6元、55.8元,统一下降到了49.9元;好又多长乐路店也从59.8元降到了49.8元,每桶降幅高达10元钱!

“最近这一两年里,这样的价格算是低的。”销售员把标价签摆摆正,感叹道:“一般来说,降个几天价格还会再上去,但是这次一连降了半个多月了!”

货架上,金龙鱼5升装大豆油的价格比调和油还要便宜,每桶45.5元。而苏果自家品牌的大豆油每桶只要38.9元!一些平常不太参与促销的葵花籽油也打起了折,多力葵花籽调和油共有两款,同为5升装,一款从66.9元降到了50.9元,每桶降幅达16元!

涨价抢着买,降价无人应

然而,“降价效应”却没有引来预期的火爆销售场面。“你越是降价,顾客越是不买,等你降得更多。”在一些超市食用油货架前,半天也没一个顾客,偶尔有人过来瞟一眼标价签,扭头又走了。消费者刘女士告诉记者,家里上个月买了一桶油还没吃完,“感觉最近油价都是跌的,生怕买回家还没等开始吃,价格又降了,白白吃亏……”

超市销售人员告诉记者,这一轮降价以来,食用油的销售量与降价前相比并没有增长,部分品种甚至减少了。这一幕,与三个多月前金龙鱼号称要“涨价”的那次风波相比截然不同。当时一些消费者在听说油价要上涨时,不管三七二十一,跑进超市拎了好几桶油回家,金龙鱼也趁机消化了一大批库存。

“其实这次降价的幅度一点不小,比起上次涨价的幅度大多了,但顾客就是不买账。”一位销售员摇摇头。

成本在降,想涨也难

在短短的3个月时间里,食用油市场先是猛刮涨价风,接着又猛刮降价风,这究竟玩的是哪一出?来自江苏省暨南京市物价部门的监测显示,个

中起主导作用的仍然是成本因素。

一方面,其中确有消费者“买涨不买跌”的心理作用,且眼下又是食用油消费淡季。另一方面,国际国内油料市场价格连续走低,受成本牵引作用,国内食用油市场很难独自走出一波高价曲线。

“5月份金龙鱼的涨价风波草草收场,很少有同行跟进涨价,就已经说明支撑行业集体提价的后劲不足。”物价部门的专家认为,在竞争激烈的客观环境下,金龙鱼或其他任何一个品牌想要一家独涨几乎是不可可能的。

而南京几家超市则向记者透露,他们在五六月份收到了部分品牌食用油要求涨价的通知,但只过了一个月左右,降价通知紧跟着又来了。

按照国人的口味,豆油、棕榈油、菜油,分别占油脂类消费的38.43%、20.81%、20.41%,三大油脂占据了整体油脂近80%的供应量。而今年上半年的大豆和油脂类的总进口量创新高,供应量大幅增加,大多数厂家都出现了不同程度的压库现象,这就很容易理解——在买方市场,厂商想涨价可不是说涨就能涨的!

中长期有反弹迹象

跌进深谷后,未来食用

价格走势又会怎样?专家认为,尽管“双节”的效应可以提振一部分消费潜能,但消费者日趋理性,何况市场供应也十分充裕,两方面因素一冲抵,使得国内食用油价格在未来一段时期很难出现明显的上升。

从原料方面看,今年大豆丰收,且中国正在酝酿继续扩大花生种植面积,以减少国内压榨企业对国外进口油料的依赖。再加上先期库存的存在,厂家很可能在涨价时顾虑重重。

不过,从中长期来看,食用油价格反弹已现蛛丝马迹。江苏省物价局的最新监测数据显示,2009年全省油菜籽生产呈现价格下降、收益下降、种植意愿下降的“三降”格局。这势必使得来年的油料成本水涨船高;其次,尽管当前的销售不尽如人意,但国内大部分油品厂家“挺价”意愿明显而坚决,市场存在一定的看涨气氛。据悉,上周一级豆油出厂均价7300元/吨,环比上涨了350元/吨。

物价部门专家提醒消费者,无论是涨还是跌,都应该保持理性消费。尤其是食用油,市场供应早就不成问题,家里面够吃就行了,过量囤油未必经济,而且不利于油品的新鲜口感。快报记者 郑春平

■相关新闻

气源价暴涨34%,气价联动方案启动——液化气可能要涨10元/瓶

快报讯(记者 鲍铭东)进入8月份以来,液化气气源价一路暴涨,从月初的3760元/吨涨到目前的4510元/吨,比上个月的均价3365元/吨更是上涨了34%,按照南京市物价局新修改的气价联动方案,很可能民用液化气零售价格会首次应急上调,每瓶气预计涨幅在10元左右。

受国际原油价格上涨的影响和冲击,南京及华东地区的民用液化气市场批发价近期一路冲高,涨幅是这几年来最大的一次。这也让提供南京民用液化气零售服务的50余家企业叫苦不迭。南京百江的日供气量在120吨以上,因近期民用液化气的批发价与零售价倒挂,百江公司每天亏损超过15万元,月亏损额将会超过500万元。为了维护老用户和企业自身的权益,百江从即日起将

严控黑气点用户来门店套购液化气的行为,暂时停止新开户办理,必要时对公司用户进行用气的周期限制和控制,希望用户谅解。其他小公司面临的问题同样严峻,有的资金不足甚至连保供都成了问题。近日,多家液化气零售企业都向物价部门提交了涨价报告。

按照新的气价联动方案,物价部门可以在气源价格出现剧烈波动时适时调整民用瓶装液化气的销售基准价。物价局相关负责人透露,所谓剧烈波动,就是急涨急跌30%以上。因此,目前这种状况下,物价局很有可能首次批准应急涨价。可能先涨10元左右一瓶,下个月再根据气源价微调零售价,按照目前的气源价格走势,预计下个月的零售价应该会突破80元/瓶。

上周肉价涨得快,油价降速放缓

据新华社北京8月17日电(记者 王晓玲)据新华社全国农产品和农资价格行情系统监测,与前一周期(8月2日至8日)相比,上周(8月9日至15日)肉类、鸡蛋、蔬菜、成品粮价格继续上涨,其中猪肉和鸡蛋涨幅继续扩大;食用油、淡水鱼价格降速,其中食用油价格降速放缓。

猪肉价格涨速进一步加快。猪后臀尖肉和猪五花肉价格分别上涨3.3%、3.8%,涨幅分别较前一周期扩大1个和1.8个百分点。鸡蛋价格上涨3.4%,至每斤3.97元。受台风影响,东南地区各省市蔬菜周均价整体上涨,上海、浙江均有多个蔬菜价格涨幅在15%以上。

丁洛特:葡萄酒世界的布道者

“我还能再干20年!”已进入古稀之年的罗伯特·丁洛特先生精神矍铄,依然保持着工作激情。他曾经掌舵国际葡萄与葡萄酒组织11年,足迹遍布世界所有的葡萄酒国家,其间多次访华,对中国的张裕爱斐堡酒庄赞赏有加;他是法国乃至国际葡萄酒界享有盛誉的葡萄酒大师,却甘于埋首大学,勤耕不辍,并悉心洞察葡萄酒世界所发生的深刻变化。半个世纪以来,他始终扮演着葡萄酒文化的布道者角色,并将一直延续下去……

笔者问:您已经年近80,身体还很棒,而且在精神上乐观积极,是什么驱使您长久以来保持这种状态?

丁洛特:我的年纪很大吗?我倒感觉自己的身心都非常年轻,还能再干20年。我仍然喜欢做学术方面的工作,喜欢和学生及年轻人交流,每一天都过得很充实。当然,陶冶身心的方式是每天听听古典音乐,喝一些好的葡萄酒,但不会喝太多。

笔者问:您曾多次来到中国,还记得去过哪些中国城市吗?都有怎样的印象?

丁洛特:我去过中国很多城市,烟台、北京、上海、青岛、天津、西安……但记忆最深刻的是烟台。第一次到烟台是1987年,从北京坐了18个小时的火车去的,当时还没有好的宾馆,我就住在周边风景优美的房子里;5年后乘飞机去烟台成为可能,市

区也有了很好的大酒店。我目睹了中国匪夷所思的快速发展,人们的生活水平得到很快的提高,但他们仍保持着热情好客的传统。我还想去以前没有去过的地方,更多地了解中国的文化、风景、美食和生活方式。

笔者问:1987年6月,您第一次到烟台参加“烟台国际葡萄酒、白兰地感官品评专题讨论会”,还代表OIV宣布授予烟台“国际葡萄·葡萄酒城”的称号。还记得当时的经历吗?给您最难忘的印象是什么?

丁洛特:我刚才说过,1987年是我的发现中国之旅——站在张裕的百年老门头下,发现古老而神秘的中国居然深藏着一家已历经百余年的葡萄酒企业,感觉特别惊讶,特别激动。

在品评会上,OIV的专家对张裕各种葡萄酒进行了感官分析,其中张裕解百纳干红与张裕白兰地的表现给我们留下了深刻的印象,好几个同事都写下了“难以置信”的评语。我们为自己的发现感到自豪。

笔者问:已经如此高龄,还在关注中国葡萄酒,为推动葡萄酒与葡萄酒文化的发展奔波。是什么动力让您不辞辛劳,付出心血?

丁洛特:我是一个人道主义者,相信我们在世界上不是为了争斗和战争,而是为了给予和谋求幸福。中国人正在发现和重新认识葡萄

酒,在社交、欢庆场合的享用越来越普遍。我的愿望是把法国先进的技术与理念带给中国,使葡萄酒融入到中国文化中,同时也把像张裕在张裕爱斐堡这样的顶级酒庄上所做的创新和发展分享给全世界,这样我们就会拥有更多的朋友和葡萄酒爱好者,让更多的人真正通过葡萄酒而享受生命和生活。

笔者问:您一生中去过哪些国家的酒庄?顶级酒庄及其葡萄酒都有什么特质?

丁洛特:这么多年来,世界各地的知名酒庄我至少去过上百个,除法国外,还去过美国加利福尼亚州、华盛顿州、瑞士、澳大利亚、中国、黎巴嫩、摩洛哥、意大利、西班牙、阿根廷和葡萄牙等国家或地区的酒庄。

我发现,其中的顶级酒庄都有悠久的历史 and 酿酒传统,从而赋予一种不可复制的贵族气质。因为对葡萄品种特性及其与土地适应性的了解,对酿酒工艺的掌握,需要一个漫长的探索过程。比如祖籍波尔多的赤霞珠葡萄,100多年前被张裕引进到中国,经过数代酿酒师的培育,才有了今天张裕爱斐堡国际酒庄的优质葡萄原料,从而令其酒品上乘,有自己强烈的个性和风味,一如一个人一样,拥有自己的灵魂。

笔者问:您多次去过张裕爱斐堡国际酒庄,它吸引您的地方在哪里?

丁洛特:恢宏的哥特式

建筑与张裕百年酒文化博物馆,经验丰富的国际酿酒师团队与葡萄种植、橡木桶陈酿等张裕百年技艺的传承……在张裕爱斐堡,我感受到了中西的文化融合,传统与现代的技术结合,既有对张裕百年酿酒传统的坚持,也有在法国有着20多年酿酒经验的首席酿酒师哥哈迪所带来的先进技术及酿酒理念。我想,正是这种中西融合所造就的个性魅力令我着迷,它将成为全球化时代顶级酒庄的一个值得研究的范本。

笔者问:相信您也多次品尝过张裕爱斐堡赤霞珠干红葡萄酒,它给您的印象如何?在香气、口感等方面有什么独特的风格?

丁洛特:我去酒庄时,赤霞珠干红是我每天要喝的酒,它结构平衡,口感高雅,果香味细腻有力,赤霞珠典型的黑醋栗(blackcurrant)香味非常饱满,还带着独特的红果香气。而且余味悠长,品尝时在口中能保留12秒以上的时间,它跟“旧世界”国家的顶级葡萄酒比较起来也同样极具特色。

笔者问:中国有句俗话说,“酒香也怕巷子深”,世界上的顶级酒庄都是如何吸引消费者的?

丁洛特:从世界范围来看,顶级酒庄的顶级葡萄酒都是稀缺的,这就催生了期酒(即葡萄酒期货)交易的流行。在法国的顶级酒庄,每年4月开始都会举行盛大的期



张裕爱斐堡北京国际酒庄名誉庄主:罗伯特·丁洛特先生

酒品尝会。2007年,我在张裕爱斐堡国际酒庄参加了中国首个期酒品尝会,见证了中国葡萄酒史上第一桶期酒的发售,并认识了江南春、王中军、唐国强等钟爱顶级葡萄酒的中国朋友,对此我深感荣幸。

我还欣喜地看到,张裕爱斐堡国际酒庄还提供一种“私人酒窖”服务——在酒窖内设置储酒区,为拥有者提供专业的储酒服务,配备名贵的爱斐堡葡萄酒,私人酒窖拥有者甚至还可以在酒窖内举办一场私人酒会来与朋友、知己分享自己的藏酒,这已经在中国的精英名流中流行起来,成为一种休闲生活与高级社交方式。甚至意大利、芬兰、克罗地亚、突尼斯、哥伦比亚等国的驻华大使也在此拥有“私人酒窖”,举办葡萄酒外交PARTY。应当说,这在世界范围内都是前所未有的创新。

笔者问:但是在中国,大家对葡萄酒、对酒庄的认识还很薄弱,您对中国在葡萄酒文化的推广有什么箴言?

丁洛特:我想,应该让中国的消费者不断地亲身体会葡萄酒文化的魅力,这是一个潜移默化的过程,需要中国葡萄酒企业的共同努力,尤其是像张裕这样拥有悠久历史的企业,这方面就做的很到位:张裕爱斐堡国际酒庄除酿酒外,还是葡萄酒文化的推广平台——酒庄内不仅设有葡萄酒博物馆展示中国葡萄酒百年发展历程;还有致力于品酒培训的爱斐堡国际品鉴中心;更有充满葡萄酒风情的“酒庄小镇”,内设高级会所、葡萄酒主题餐厅、葡萄酒精油SPA……独特的葡萄酒主题文化吸引了越来越多的精英人士来此休闲度假。