

连续12年丰收却做不出一个好面包

国产小麦也需要一场供给侧改革

680元的面包，面粉比普通面粉贵四倍

目前，国内烘焙产业消费量以每年15%速度增长，烘焙用面粉中，强筋粉适于生产面包，弱筋粉适用于制作饼干、糕点。

齐鲁晚报记者了解到，市面上普通面粉进价约1.8元一斤；烘焙用面粉，中低档的2元左右一斤，高档的3元一斤。在各大电商平台，进口高筋、低筋面粉售价大多为普通面粉的三四倍。在天猫超市，一款2斤装的俄罗斯艾力利克高筋粉售价为20元。

进口烘焙面粉做出的面包价格很贵。以统一集团在台北开的面包坊昂舒巴黎为例，最贵的一款“艾蜜莉的红酒枕头”售价680元。这样的面包用的是法国的Viron面粉，这是法国一流烘焙坊采用的面粉，比一般面粉市价贵四倍。

不光高端品牌烘焙连锁经营企业，即使普通的烘焙一族在买原材料时也多选用国外面粉，像济南市民颜女士做烘焙时用的面粉就是Glod、MYKA等牌子，来自于美国和俄罗斯的优质小麦。

“高筋粉蛋白质含量在10%-15%之间，才能具有弹性的面筋薄膜组织，这样面团发酵时产生的二氧化碳不会逸至面团外，做出的面包才蓬松柔软。”金龙鱼山东分公司相关负责人告诉记者，丹麦、北美等地是这类高筋麦、优质麦的主要产区。

小麦产量12年连增，优质麦仍需进口

2015年，国内小麦产量突破13000万吨大关，基本满足国内市场需求。这是国产小麦产量的第12年连增。从2011年到

现在，家庭烘焙正悄然兴起。但是，烘焙连锁企业和烘焙爱好者在选取面粉原料时多选用进口面粉，在12年连续丰收的前提下，国产小麦为什么得不到青睐？

本报记者 韩笑 实习生 于丽丽



品牌烘焙连锁店和普通的烘焙族买原料多选用进口面粉。（网络图片）

2015年，中国年均进口小麦330万吨。海关总署数据显示，2015年进口自澳大利亚的小麦占42.2%，进口自加拿大的小麦占33.4%。

业内人士透露，现在国内小麦价格要高于国外小麦价格，甚至国外小麦的到岸价都比国内低。从国外进口的小麦都是优质专用小麦，即强筋麦和弱筋麦。区分优质专用小麦与普通小麦，关键看其蛋白质含量、烘烤品质和面筋含量等指标。

上述金龙鱼山东分公司负责人介绍，近年来，国内市场对高品质专用面粉需求不断增加，但国内优质专用小麦种植满足不了市场需求，存在很大

缺口。

“我省强筋粉的加工和高级食品原料的生产，大多依赖进口小麦，或与进口小麦搭配，而弱筋粉的生产则需要添加剂以改变面团的特性。国外进口面粉面向高端烘焙消费，国产烘焙粉的市场定位于中低端。”业内人士告诉记者。

国内优质专用小麦为何满足不了市场要求？山东省农业科学院小麦育种团队研究员李豪圣对齐鲁晚报记者说，我国为保证粮食供给，在小麦品种审定时，产量是考虑的重要因素，优质小麦品种因为产量相对较低，所以通过审定的难度较大，这造成了我国优质小麦品种较少

的现状。而美国、加拿大等地地广人稀，产量压力不大，能较多生产优质小麦。

国内农户对优质小麦的种植积极性偏低，顾虑多。“国外的小麦都是规模化、标准化生产，国内的小麦多散户种植，长期以来形成了粗放种植，做不到专种、专收、专储、专卖。而专用小麦比较难侍候，没有专业技术指导农户不敢轻易去种。”李豪圣说。

关键是要形成产业链

“在连续12年丰收情况下，国产小麦依然不能满足加工业和消费需求，的确需要一场供给侧改革。”中国农科院农产品

加工研究所研究员魏益民对齐鲁晚报记者说。

山东省农科院研究员刘建军介绍，“十二五”期间，河南、山东、河北三省审定小麦品种共179个，其中强筋品种仅17个。强筋小麦品质指标不均衡，蛋白质数量指标偏低，综合抗性和产量有待进一步提高。

“有了优质品种还远远不够，关键是要形成产业链，简单说，就是有种的、有收的、有加工的，最后还能销得出。”业内人士说。在李豪圣看来，这一问题可通过成立农民专业合作社、家庭农场等新型经营主体来解决，这样在实现统一种植、规模种植、推广种植技术、与企业对接、实行订单生产上才具优势。

同样，市场上见到的淡奶油、黄油、奶酪等烘焙用品，也多以进口产品为主。来自凯度消费的数据显示，截至2015年9月，中国奶酪零售市场体量大约为8.44亿元，整个品类自2013年以来保持20%左右的年均增长率。

山东乳制品工业协会秘书长兰文忠表示，国内喜欢吃乳制品、烘焙产品的以年轻人为主，消费量是有限的，国内乳制品消费市场不够大。而生产奶酪需要耗费大量原料奶，需要稳定且供应充足的奶源，而且对原料奶的质量要求较高，尤其是对细菌含量要求极为严格。

业内人士告诉齐鲁晚报记者，目前我国在保证粮食供给的同时，没办法用更多的土地养更多的奶牛，在满足消费者对牛奶需求的同时，无法提供更多原料来制作黄油等乳制品。此外，良种奶牛数量不足，用国产牛奶生产出来的乳制品质量差一些。现在省内有一些小企业在尝试生产奶酪，但是量不大，因为大规模生产会赔钱。

一盆红掌 国外育种公司赚了1/3

和国外比，国内花卉新品研发还差得远

花卉价格时高时低，种植企业很难一直赚钱，但是掌握新品种、新栽培技术的花卉公司总能获得绝大部分利润。荷兰大型花卉公司安祖公司几年间推出300多个新品种，然而，在育种上做得最好的省内城市青州只能推出8个。

在一盆花上，国内公司和国外巨头的差距显而易见。

本报记者 朱洪蕾

一棵红掌 国外育种公司赚1/3

第六届山东省花卉博览会将会在9月28日于济南举办，商河县成为花博会主办地，而商河能够成为花博会的主办城市，离不开当地日益成熟的花卉基地的支持。

有7万平方米花卉温室、100万株红掌的乡村绿洲农业科技开发公司（简称乡村绿洲）是商河县最具有代表性的花卉种植基地。它是江北最大的红掌基地之一，也是江北最大的温泉养殖基地。主要是国内销售，走批发市场，乡村绿洲在全国各大城市都设一个

批发点。

乡村绿洲农业科技开发公司副总经理叶秀芹说，红掌品种有23个，其中四五个品种是荷兰安祖公司的全国独家代理。现在乡村绿洲在花卉后期养殖上已经非常成熟，但是利润较高的前期组培还不成熟，这部分还掌握在安祖公司手中。

荷兰安祖公司组培平苗，以一株十几元的价格进口到中国，这大概占最终销售价格的1/3。之后，乡村绿洲养殖13个月，其间它需要负担人工、电费的成本。随后，按照特级、A级、B级、C级向外分销。特级花能卖40多元，A级B级花能卖30多元，C级花30元。在一棵红掌身上，乡村绿洲能赚三四元，这只占最终售价的1/10左

右。叶秀芹说：“指着走量。”

“组培吃的是技术饭，”叶秀芹说，安祖公司提供的小苗在养殖过程中，基本上不发生病情，而国产的苗则更容易生病。乡村绿洲也在进行组培实验，但受限于环境、设备、人才、技术等方面，一时无法和安祖相匹敌。

国外公司出300个新品 我们才能出8个

“新品种永不过时”，山东省林木种苗站副站长、山东省花卉协会副秘书长陈俊强说，“当苹果手机没有出现的时候，我们认为手机已经过剩了，但苹果手机掀起的购买热潮说明产业结构调整，新产品推出多么重要。”

这几年兴起的多肉植物，就是抓住了消费市场中的一类精准人群——新新人类。多肉植物养起来很省心，外观上很萌很憨。但现在多肉植物价格下来了，“这很正常，供大于求时肯定会产生价格波动，在这个波动过程中，有些企业被淘汰，有的则开始做大、做强、做精。”陈俊强说。

陈俊强说，一个产业要健康持续发展，从业者顺势而变很关键。荷兰的花卉从业者现在已经在着手改变，以前荷兰以双梗、4寸盆主打，现在增加了单梗品种的比例，并增加了2寸、3寸、5寸等多个规格。在应用上，现在荷兰市场上的蝴蝶兰有各种造型，并搭配各类装饰品，以满足不同消费喜好。陈俊强说，现在国内一些公

司已经有了培育新品种这个意识，但和欧洲、美国的花卉公司还不能抗衡，国外花卉巨头发展了上百年，甚至几百年，他们可以把全球的资源聚拢到这个公司进行研发，国内企业现在还做不到，目前研发主要靠联合大专院校，进行局部突破。

以红掌为例，从整个全国市场来讲供大于求，但是有些新品种、新栽培方式、组合方式会吸引不同的消费者。“在育种上，省内青州做得比较好，这几年出了8个花卉新品种，算是做得好的，但是与国外还是有不小的差距。”陈俊强表示。

以荷兰安祖公司为例，近年来，安祖公司推出的新品种超过300个，仅仅是红掌新品种，安祖公司的育种部门每年可以推出大约15个。