



在与美国标准的碰撞中，国内食品生产企业慢慢成长起来。图为乖宝生产车间。任磊磊 摄

## 从美国人的猫狗嘴里赚几亿美金有那么简单吗 一袋狗粮里的差距

### 美国宠物食品安全标准跟人一样

这几天，秦华特别忙碌，刚刚接待完省里组织的媒体采访团不久，又来了一批韩国客人。送走了韩国客人，他又被聊城市副市长叫过去参加一个座谈会。

秦华掌舵的乖宝公司是聊城一家生产宠物零食的企业。这家企业与雀巢普瑞纳、DelMonte 等主要品牌商和沃尔玛、日本永旺等大型知名零售商合作，是美国和加拿大沃尔玛超市在中国唯一的肉类宠物零食供应商。

能成为沃尔玛的供货商，秦华说，“真的很难”。

众所周知，沃尔玛对全球供应商的要求极为严格。秦华说，即便是宠物食品，沃尔玛对产品品质也一样要求非常高，国际性质量体系认证、环保、消防以及社会责任的认证要求一样都不能少。

沃尔玛对产品的品质要求包括食品安全的需求和能否达到宠物食品营养要求的标准。以宠物食品安全为例，在美国，宠物食品的安全标准和人食品的安全标准是一样的。宠物食品要求没有农药残留，不含抗生素、重金属，另外微生物不能超标，致病菌不得检出。

齐鲁晚报记者了解到，2007年，因中国输往美国的宠物食品含三聚氰胺导致猫狗死亡，美国开始关注中国生产的鸡肉干类宠物食品，先后进行过1200多项检测，分析其中含有的致病物质。2012年，美国又检测发现中国生产的鸡肉干类宠物食品中含有抗生素磺胺氯吡嗪、替米考星、甲氧卡胺嘧啶、恩诺沙星、磺胺喹恶啉和抗病毒药金刚烷胺。除磺胺喹恶啉外，其他几种在美国并未批准在禽类中使用，而国内对上述四种抗生素全部推荐使用，从中可以看出美国对禽肉中兽药残留的规定明显严于中国。

而金刚烷胺属于人用抗病毒药，移做兽用，缺乏安全有效的实验数据，其实早在2005年农业部就发文全面禁止金刚烷胺作为兽药使用，但仍有饲养者违规使用。

秦华同样要面对国内食品安全的隐患，为了达到美国宠物食品

卫生安全标准，乖宝的原材料供应商是通过全球良好农业规范认证的企业，全球获得此类认证的种植商仅80000多家；还从美国购买了一台与美国FDA使用的同一个公司生产的用于原材料农残、药残等检测的仪器。

严苛的安全标准也带来成本增加，以乖宝使用的肉鸡为例，其成本比国内消费的鸡肉价格一吨贵两三千元。

### FDA 立起的“门槛”

近日，青岛技术性贸易措施服务平台发布一条信息。消息称，美国食品药品管理局(FDA)发布预警，因中国输美的鸡肉干宠物食品中检出金刚烷胺，连带兽药残留的检测范围从鸡肉升级为所有含禽肉原料的肉干类宠物食品。

对食品生产企业来说，FDA就像一个金箍一样，决定着全球食品能否进入美国。FDA以严格和苛刻闻名全球。按照美国法律，凡是为美国人提供食品的设施，不管来自国内还是国外，都要在FDA注册，这其中不光包括婴儿配方奶粉，也包含了宠物食品和动物饲料。2016年1月1日的统计数据显示，全球总注册207655家，其中美国第一位，其次为日本、法国、意大利、中国。

乖宝也曾被FDA“折腾”过。2007年秦华创业的第二年，由于没有资金购买先进设备，他带领员工敲敲打打，用保温板代替不锈钢，自主设计了热风烘干机，成本仅相当于相同产能烘干机的1/20。员工们给它起了个响亮的名字“烘干隧道”。36条的烘干隧道一天可生产出价值100多万元的烘干鸡胸肉，而设备投资仅为170万元。

但美国人却对聊城人的发明提出质疑：这种“烘干隧道”无法证明能够满足美国USDA的热加工要求，过不了FDA这一关。秦华“自主创新”的非标设备如何满足美国国标呢？耗了几个月，熬了不少夜，请教了不少专家，终于实现突破，美国的FDA专家现场到访审核认定，这才过关。

乖宝用来辐照的两套高能电子加速器辐射照生产线，价值6000万元，专门对已经包装入箱的产品进行杀菌处理。这套设备能够穿过

包装袋和包装箱，把食品里含有的细菌杀死。

秦华说，以前他们在这一环节采用的是“钴60”这套系统，钴是一种放射性材料，即便在不通电工作的情况下依然会产生放射性元素，对环保不利，而这台设备在不通电的情况下是不会产生辐射的。并且经过设备处理后的产品不仅口感好，而且不容易变质。

“比如我们常吃的泡椒凤爪，很多产品为什么能保存那么长时间，就是因为添加了防腐剂，但如果用这个照一照，那就完全没问题。”当然，这种方式产生的成本比购买一袋防腐剂高了很多。

### 标准与监管的空白

目前，国内的宠物食品市场形成两大品牌阵营：一是以玛氏、雀巢、皇家为代表的国外品牌，约占据了60%以上的市场份额；二是以麦富迪、诺瑞、耐威克等为代表的国内品牌，主要约占40%的市场份额。

以往乖宝是以出口为主，出口的营业额占企业的60%。从2012年起，乖宝开始重视国内市场，国内销量每年以翻倍速度增长，由2012年的一两千万销售额发展到2015年的1亿元人民币，而乖宝的出口额由2011年最高的1.57亿美金减少到现在的不到1亿美金。

出口美国的宠物食品和在国内销售的宠物食品是否有区别呢？乖宝的一位工作人员表示，每一个国家和地区对食品安全的标准是不一样的，美国几乎是全球最严苛的国家。比如某种抗生素，美国完全禁用，而欧洲和中国规定了用量且相差不大。所以，在不同国家和地区销售的产品多是以当地的法律法规要求去生产执行。

齐鲁晚报记者了解到，2015年3月8日，中国才正式开始实施了两项宠物食品的国标。这两项国标指标与美国饲料管理协会(AAFCO)犬猫饲粮标准处于同一水平，达到国际标准。国标对宠物食品生产商提出了原料要求、感官指标、理化指标、卫生指标、检验规则、标签要求等。从原料、配方、生产、检测、出厂、上市各个环节进行

规范。

“国内生产宠物食品的企业大部分都是小作坊，目前实施的国标是一个推荐标准，并不是强制执行，所以对从业企业并不具有强制效力，而监管部门监管体系也并没有建立起来。”一位宠物食品专家对此表示担忧。另外，宠物零食和罐头的食品安全标准至今还是空白。

### 芬兰的Peter为什么不从中国跑掉

来自芬兰的Peter在芬兰有着自己的宠物食品品牌，这个从1999年就来中国合作宠物食品生产的芬兰人对中国日益增加的生产成本怨言颇深：“政府的高税收、严格的监管力度、人工成本的提升让中国原来的低成本优势消失了，现在我开始考虑在东南亚一些国家，例如越南、马来西亚、印度尼西亚等地寻找代加工厂。”

但让Peter难以割舍的是，“中国的产品是最好的”。“我们产品中零食和玩具都是在中国加工制造的，你们可以做出世界上最好的产品。中国工厂的商业意识、管理水平、物流建设等等都已经非常完善。在制造领域，中国是世界级的领导者，这种制造业的基础和本土宠物市场的发展目前看起来没有什么关系，但是这其实是中国企业特别大的一个优势。”

就在几天前，中国9家宠物食品生产企业获得了向日本出口热加工禽肉宠物食品资格，这是国内企业自2009年后再次向日本出口热加工禽肉宠物食品资格，其中包括乖宝在内山东企业有6家。能够攻破日本的技术壁垒，关键在于山东企业在工艺上进行了突破，在有效杀菌的前提下，又不至于使禽肉颜色、外观受损。这企业也从另一个侧面印证了Peter的话。

但代加工厂靠的是走量，成本优势是最大的竞争力，当然利润率也最低。乖宝的一位营销经理说，代加工的利润以个位数算。而乖宝营销自有品牌的毛利润率高达百分之四五十，但是打自己的品牌就需要企业有战略性营销，这是目前中国企业所欠缺的。

(下转 B02 版)



乖宝的所有产品纸箱上都贴有一个像指甲大小的黄色标签。这个黄色标签的秘密在于，在使用高能电子加速器完成杀菌后，这个标签就会由黄色变成红色。但就是这个小标签，目前也只能从美国进口。

任磊磊 摄