



非洲民众依然处于贫困状态

1980年至2007年,全球谷物产量增长幅度为平均每年2%,而饲料粮需求增长幅度却超过平均每年3.5%。新华社发

在南亚国家印度,美国谷物食品制造商家乐氏公司14年前开始投放玉米片,可泡在冷牛奶中,充作早餐。

在非洲中西部国家尼日利亚,美国谷物出口商推动之下,小麦面包正在一些城市取代传统食品木薯团子,成为当地人的主食。

这是多家媒体近期提及的两个事例,可归之于“饮食全球化”。

如此“全球化”,与一些发展中国家民众收入增加和营养摄入结构调整同步,一段时期以来渐进推高全球谷物需求,时下则帮助推高全球谷物价格,进而可能形成一种长期趋势。

改饮食

美国家乐氏公司最初在印度推广早餐玉米片的努力并不成功;美式早餐玉米片需“冷食”,而印度人早餐惯常以“热食”。为适应印度人的饮食习惯和文化习俗,外国制造商着力推广之余,着手产品“本地化”,以求在销售额预计为900亿美元的印度加工食品市场争得一席之地。

以家乐氏为例,它向印度消费者大规模宣传早餐玉米片冷食方法,也推出了一种脆米圈和一种芒果味“果麦”,更以售价10卢比(约合0.25美元)的小包装产品吸引当地人尝试。

如今,家乐氏印度分公司经理阿努帕姆·杜塔告诉路透社记者,“要说家乐氏已经取(印度人)热食早餐而代之,那是言过其实……但我们在许多印度人家庭选择早餐内容的考虑之列”。

杜塔称,对家乐氏而言,“这是一个转折点”。

印度国内生产总值(GDP)增长率连年超过8%,而整个发展中国家群体的平均经济增长率大约为7%,处于相当高速的发展阶段,造就了一批依所在国家标准衡量属于“中产阶级”的消费群体。

全球范围内,“饮食全球化”一定程度上表现为俄罗斯市场需求更多猪肉,印度尼西亚市场需求更多牛肉,墨西哥市场需求更多乳制品。一些特定国家范围内,“饮食全球化”表现为民众由原主食大米改为现在主食面条,部分民众由习惯于在家做饭改为时常外出就餐,甚或偏好快餐……

以尼日利亚为例,尽管数以百万计民众依然处于贫困状态,但“中产阶级”群体趋于扩大,人均收入中值2000年至2005年翻了一倍,达到560美元,其中多数用于购买食品。

尼日利亚迄今多小麦种植,多数尼日利亚人原先也不以小麦制品为食。但不少尼日利亚城市居民现在“偏好”面包,致使人均小麦消费量1995年至2005年增加两倍多,达到人均每年20千克。

推价格

世界粮食计划署(WFP)执行干事乔塞特·希兰3月初向欧洲议会募集粮食援助资金时报告说,自2007年年中以来,谷物价格上涨近40%;全球食品储备降为30年来最低点,仅够53天应急供应。

相比之下,全球食品储备2007年尚可满足169天应急供应。

希兰认为,食品价格上涨是多种因素组合作用所致,如原油和能源价格,气候变化影响农作物收成,新兴经济体需求增长和一些国家寻求将农作物充作生产生物燃料的原料。谈及新兴经济体需求增长,希兰以中国和印度为例。

联合国粮食及农业组织(FAO)的资料则显示,新兴经济体民众减少摄入淀粉类食品,增加摄入肉类或乳制品确实会消耗更多饲料粮,如生产每千克牛肉需消耗将近8.5千克谷物,生产每千克猪肉需消耗5至7千克谷物,但中印每年粮食进口总量自1980年以来一直呈下降趋势,或许表明两国用于肉类生产的饲料粮基本处于自给自足状态。照此说法,中印不构成粮价攀升的主要原因。

不过,“饮食全球化”终究涉及需求结构调整。粮农组织近期认定,“改变消费模式对全球谷物市场的长期影响不应忽视”。这一观点的佐证在于,1980年至2007年,全球谷物产量增长幅度为平均每年2%,而饲料粮需求增长幅度却超过平

1元超值体验

2月26日-4月25日,中兴汽车推出“1元超值体验活动”。在此期间购车中兴虎皮卡、旗舰皮卡、中兴长铃皮卡加价1元可同时获得:一年交强险和价值1000元的车辆装饰活动期间到店购车还可获赠精美礼品一份。活动详情请咨询当地经销商。

■ 中兴虎皮卡一年交强险
■ 中兴旗舰皮卡/中兴长铃皮卡1000元装饰
■ 购车即送精美礼品一份

■ 中兴长铃皮卡一年交强险
■ 中兴旗舰皮卡/中兴长铃皮卡1000元装饰
■ 购车即送精美礼品一份

</div