

# “有机”成婴儿奶粉角力新焦点

在国内婴幼儿奶粉行情进入下行通道之际,紧盯“超高端”消费市场的有机奶粉正在加快布局。近日,国内乳企巨头蒙牛宣布,旗下新品瑞哺恩有机婴幼儿奶粉正式推出市场。业内人士指出,进口品牌垄断有机婴幼儿奶粉的局面,将有望逐步被打破。

中国乳制品工业协会理事长宋昆冈指出,我国有机乳制品起步较晚,品种数量很少,有机婴幼儿奶粉未来将是我国婴幼儿奶粉创新发展的一个新亮点。在国内婴幼儿奶粉市场激烈竞争的今天,发展有机产品具有重要意义,将整体提升国产婴幼儿奶粉的质量水平。



## 寻找新的利润增长点

到目前为止,国内有机奶粉仍以进口为主,销售较好的婴幼儿有机奶粉品牌包括有澳优能力多、德国特福芬、德国喜宝,国内乳企近两年陆续进入该市场领域,如圣元去年底才正式宣布进军高端有机奶粉市场,并推出有机优博配方奶粉产品,该奶粉为100%法国原装进口产品,并具有法国有机奶源、全程有机可追溯、中法两国双重有机认证等。

今年4月,广东盐业与新西兰恒天然、新西兰GMP制药集团达成三方合作,也宣布联手将奥戈尼(Ogni)有机奶粉引入中国市场,首先进入成人奶粉,下一步将推出婴幼儿有机奶粉。伊利方面虽然尚未进入有机婴幼儿奶粉行列,但其早在2年前推出有机奶,业内认为不排除该公司未来会进入该高端领域抢占市场,目前推出有机奶是为将来有机奶粉上市作铺垫。

有机婴幼儿奶粉在中国市场上逐渐升温。据一份对新一代妈妈的调研数据显示,37.7%的妈妈愿意为“更绿色安全的食品”支付额外费用,29.5%的妈妈愿意选择通过“安全认证”的产品,远高于价格、进口等其他因素。

据业内人士介绍,有机奶粉在法国、德国等欧洲部分发达国家,市场占比达到30%左右,但目前国内这一块市场所占市场份额仅为1%。“从长远来说,国内的有机奶粉未来也会类似于欧洲,但全球有机奶源生产量非常有限,有机奶的市场份额不会太高,有机奶源的产量限制总的生产量。”

“有机婴幼儿奶粉市场份额占比不会太大,在奶粉领域里面仅占2%~3%。”乳业行业专家雷永军分析,国内奶粉行业市场规模约为700亿元,有机奶粉估计也就是十几亿的市场规模,非常小。

这么小的市场,为何国内乳企们仍争相进入?对此,业内分析,随着电商渠道冲击,我国陆续签署与澳大利亚、新西兰、欧盟、韩国等自贸协定,跨境电商蓬勃发展,此前一直攀升的国内婴幼儿奶粉价格进入下行通道,竞争激烈,利润逐渐摊薄。在种种因素作用之下,寻找新的利润增长点成为众多乳企的迫切目标之一。

“企业开拓有机婴幼儿奶粉市场,促进整个行业的细分和升级,在行业竞争不断加剧的当下,有助于脱离价格成本的竞争,刺激更多乳企探索业务新模式,开拓行业增长新蓝海。”有业内人士如是说。

## 有机奶粉一定营养高?

事实上,部分专家对有机奶和普通奶粉的品质、营养性差别有多大,心存疑虑。在近日举办的中国首届有机婴幼儿奶粉论坛上,浙江大学有机文化研究中心副主任胡删宣称,“根据丹麦科技大学研究发现,采用有机放养方式养殖的奶牛所生产的有机牛奶所含的维生素D水平比常规放养或圈养饲养方式所获的常规牛奶高出20%。”

不过,雷永军指出,无论是国际还是国内,有机奶的总量比较少,“有机”奶源属于一种稀缺资源,稀缺就会导致高价。他还表示,现在有机牛奶受到关注,是因为它有市场需求,消费者需求在发生变化,有很多高收入家庭需要最好、最贵的。你说有机

牛奶到底和普通牛奶有多大差异,其实我们也很难说有多大差异,就像一个LV包和普通包包,有机奶给人更放心,感觉更好。

“真正的有机奶很少,在欧盟、新西兰、澳洲也不多。如果能真正做到有机奶粉,我是推崇的。”国内乳业专家王丁棉也提出:“是不是真正的有机奶粉,有无检测标准?”据悉,国际农业对有机食品要求极其严格,不仅生产、采集、加工、包装、贮藏、运输标准有一套完整的规定,而且对牧场生态系统也要求全环境有机的,包括饮用水、饲料、草地、空气、土壤等。

有业内人士指出,“有机奶粉”属于“超高端”市场,其盈利能力无疑是最高,很多乳企渴望涉足有机奶粉的领域,但受限于有机原料的稀缺性,要生产真正的有机婴幼儿奶粉,要跨越奶源和生产的障碍。以稀缺的奶源为例,它是制约有机奶粉大量产出的最大掣肘,有数据显示,目前欧洲每年生产的有机奶源6000吨左右,用来出口外销的仅有2000吨。美国耶鲁大学公布的国际环境测评指数显示,排名前四位的国家集中在欧洲。”

中国乳制品工业协会理事长宋昆冈指出:“有机奶粉的生产一直是中国乳业的一项难题,我国有机乳制品起步较晚,品种数量很少,有机婴幼儿奶粉无疑是一款高端产品,这是我国婴幼儿奶粉创新发展的一个新亮点。”

尽管有难度,但正在蓬勃高速发展的有机食品市场,吸引不少企业投身其中。据透露,全球有机产品消费正在不断增长,其贸易额已达到400亿欧元,伴随着国际市场有机产品的不断升温,国内产品需求愈发旺盛的当下,有机婴幼儿奶粉将成为未来市场发展的热点。(新华网)

## 企业动态

### 雀巢旗下“美极”方便面被指铅超标

印度政府官员近日表示,雀巢旗下的“美极”(Maggi)方便面在印度被检测出铅含量超标。该事件发酵成印度近10年来最大的食品安全事件,印度卫生部已经禁止相关产品销售,并要求雀巢印度公司悉数召回。

据了解,作为最早进入印度市场的国外品牌,“美极”方便面在印度畅销超过30年,许多宝莱坞明星为其代言,它每包约合0.2美元(约1.3元人民币)的价格十分平民。今年5月,印度北方邦食品监管机构在食品安全例行检查中发现,一些“美极”方便面含味精且铅超标。“美极”方便面铅含量为17.2ppm,远超当地规定允许的2.5ppm。6月1日,这一机构向法院提交诉状,状告雀巢印度分公司。

雀巢(中国)有限公司相关负责人否认了方便面铅超标的问题,并表示中国目前并没有“美极”方便面生产线,也没有相关产品销售。

(综合整理)

### 合生元前4个月净利增长7.5%

本报讯 张勇 合生元日前发布的数据显示,今年前4个月合生元录得13.77亿元营业收入,与去年同期相比减少5.7%,不过净利润却不跌反增,达到1.75亿元,同比增长7.5%。

公司公告显示,合生元的业务由婴幼儿配方奶粉、益生菌、干制婴幼儿食品及营养补充剂以及婴幼儿护理用品四大板块组成,今年前4个月这4个业务板块的营业收入均出现了下滑。

在业内人士看来,合生元营业收入的下滑有着行业的普遍性,并非个例。其传统销售渠道在受到海外代购等因素的影响下,进口产品的销量受到了冲击,此外,国内外奶粉企业之间的竞争加剧也是不容忽视的原因。

## 行业资讯

# 我国续签互认协议惠及三分之一农产品出口企业

在2015年世界认可日活动暨共同推动认证认可服务“一带一路”建设的愿景与行动启动仪式上,国家认监委与全球良好农业规范组织(GLOBALGAP)续签《中华人民共和国国家认证认可监督管理委员会和GLOBALGAP关于良好农业规范认证体系基准比较的谅解备忘录》,我国继续保持了良好农业规范认证的国际互

认资格。该互认成果惠及我国三分之一的农产品出口企业。

据了解,GLOBALGAP标准是由欧洲零售商协会提出的一套保障农产品质量安全的标准体系。目前,全球有112个国家的近14万个企业/农场获得GLOBALGAP认证。GLOBALGAP获得全球食品安全倡议组织(GFSI)的认可,并与全球20

个国家和地区(GAP)签订了互认协定。

我国自2004年起与欧洲良好农业规范组织(EUREPGAP)开展全面合作,并于2005年签署了《技术合作备忘录》。2009年实现了中国良好农业规范与GLOBALGAP的互认,这是我国首个获得国际互认的食品农产品认证项目。

此次互认协议续签,使我国众多出口企业获益。据统计,我国有超过1/3的出口农产品企业通过了中国良好农业规范或GLOBALGAP认证。通过互认,企业可用50%甚至更低的成本同时获得GLOBALGAP证书,通过GAP认证产品价格较常规产品通常也高出20%~30%。

(中国食品网)