

中国乳业国际化面临多重挑战

近年来,中国乳企巨头纷纷走向国际市场,但中国乳业国际化仍然面临多重挑战,在近期举行的“中国乳业国际化的机遇与挑战”论坛上,工信部消费品司司长高延敏直接表示,当前中国乳企发展仍处于比较艰难的时期,中国乳企走出去的前景挑战不小。



乳企探索国际化道路

当前,中国乳业之所以能够在近几年开始了国际化道路的探索,主要归结于国内乳业整体实力的提升。

原工信部总工程师朱宏任指出,对比2008年“三聚氰胺事件”发生时的中国乳业,当前中国乳业的实力大大增强,在生产规模、装备水平、质量安全、品牌力等方面都有了非常大的提升。

但朱宏任也强调,当前乳业仍然存在问题,比如企业生产成本增加,存在结构性过剩,消费者信心尚未完全恢复等,这些问题都仍需要进一步完善。对于

本土乳企而言,要尽快推动技术进步、品牌国际化、降低成本,与国外产品在国内市场面对面竞争,在国际市场抢占奶源基地,并由此形成一套行之有效的国内外乳企竞合机制。

与此同时,中国乳业国际化的步伐在不断加快,一方面表现为中国乳品企业海外投资力度加大,我国先后有多个乳品企业走出国门,包括伊利、蒙牛、光明、圣元、辉山、飞鹤、贝因美等一批大企业参与国际合作。另一方面也表现在国外资本和国际乳业巨头大量进入中国,纷纷同本土乳企展开各种合作,抢滩中国市场。

对此,乳业分析师宋亮认为,当前中国乳业的发展水平与世界先进水平尚有差距,因此必须要积极走出去,利用国外品牌和先进技术缩小竞争差距,从而能培养出一批富有竞争力的品牌。

作为中国乳业“走出去”的典型代表,蒙牛乳业副总裁翟喆介绍,近年来,中国乳业一直在压力中求发展,从全球经济分化发展趋势看,中国引领着新兴经济体,国家“一带一路”的顶层设计也架起了中国与世界,现在与未来的桥梁,这些都是中国乳业乘风破浪、突破困境的机遇。

“中国乳企要突破瓶颈,国

际化合作是一个比较好的路径。”在飞鹤乳业副总裁卢光看来,乳制品“十三五”规划中,政府鼓励开展多种形式的国际合作,然而国际化不仅仅是“走出去”,他山之石可以攻玉,“引进来”也是一种重要手段。

国际化仍有多重问题待解决

即使很多企业“国际化”道路走得相对顺利,但是在很多业内人士看来,中国乳业国际化道路还有很长的路要走,还有很多挑战要克服。

首先,企业文化及管理制度存在差异。合作双方企业文化差异,导致在发展战略、企业内部人员关系、人事雇佣等方面存在矛盾,难以建立有效的激励机制、提升工作效率。

其次,缺失政策支持,海外投融资难。中央和地方政府给予乳品企业海外投资的扶持资金少,附加条件多,资金使用方向严格限制。受我国金融市场和资本市场管理约束,企业对外融资渠道受限,难以从国内银行获得长期、低息贷款。

第三,缺乏良好合作关系和可持续发展的商业模式。在投资所在地,一些企业做法简单粗暴,难以与当地企业和政府进行有效的利益关系协调和

沟通。与国外大型企业合作,缺乏可持续、双赢的商业模式,中方管理团队对项目的把控能力有待提高。

还有就是企业缺少熟悉海外业务的管理人才。国际化管理人才稀缺也是制约我国乳业国际化发展的重要因素,尤其欠缺熟悉国际法律、财务、人事管理、当地产业环境和商业惯例的专业人才。

另外,国内企业走出国门对国内奶源也造成冲击。尽管当前国内奶源供给过剩,但具有国内乳企背景的原料奶和成品正源源不断进入国内市场。虽然进口乳品满足了一些国内消费者的品质需要,但无疑也加重了国内奶源和产能过剩的局面。

中国乳业国际化其实尚未与国家战略真正融合。实施国际化的乳企希望搭上“一带一路”的东风,但由于乳企各自为战,也没有权威机构对乳业国际化进行跟踪监测,因此政府不能全面、真实了解乳业国际化现状,制定引导和支持政策无参考依据。

工信部消费品司司长高延敏认为,当前中国乳企发展仍然处于比较艰难的时期,中国乳企走出去的前景“机遇不大,挑战不小”。

(中新网)

■ 资讯

前10月云南出口咖啡类产品8.4万吨

据云南检验检疫局消息,在该局多项措施推进下,截至今年10月底,云南省出口咖啡类产品8.4万吨,同比增长42.5%。

优越的自然地理气候条件,使云南小粒咖啡以其优良的品质备受国外客商的青睐,出口量占全国咖啡出口的50%以上,

位居全国之首。但是,一直以来90%的出口产品却是价格较低的生咖啡豆,而且受消费习惯影响国内销售也不景气。为了帮助出口企业拓展潜在的国内市场,使名优产品取得与其名气相当的经济效益,云南检验检疫局主动作为,多项措施推进云企

出口咖啡。

据该局相关负责人介绍,今年该局推荐企业参加电商采供对接推进会,积极引导“三同”企业与“精品云南·一县一品”“阿里巴巴·昆明产业带”“一心到家”等电商平台或零售商线下对接、线上入围。

(光明网)

■ 市场动态

国内最大葡萄酒贸易中心将落户武汉



近日,在汉欧国际葡萄酒推荐会上,一批来自法国波尔多顶级贵腐甜白产区的葡萄酒,通过中欧(武汉)班列来到武汉。这仅仅是个开始,依托中欧(武汉)班列的优势,国内最大的葡萄酒贸易中心有望落户武汉。

目前,中欧(武汉)班列运输的货物已从最初的建材、机器零配件等扩展到葡萄酒、牛奶等食品。为了利用自身有利条件,将国外优质土特产引进国内,转化为运输、销售一条龙模式,武汉汉欧国际物流有

限公司今年6月成立了武汉国贸公司,聘用一批海归年轻人前往班列通行的国家,寻找当地最好的食品,再通过中欧(武汉)班列运输回国销售,运输成本大大减少。

武汉汉欧国际物流有限公司董事长王利军告诉记者,目前汉欧国际将与汉口北进口商品城合作,更多的“洋特产”将进入到武汉家庭。由于突破了列车集装箱的冷链技术,今后奶酪、冰淇淋等食品也将运达武汉。

(新华网)

古井贡酒核心产品全线停货

本报讯 亳州古井销售有限公司日前向后台各中心、外勤各销售部发布了“关于年份原浆省内献礼版、省外古井贡酒5年原浆(以下简称“古5”)、全国古井贡酒8年原浆(以下简称“古8”)不再接受订单的通知”,自当日起对年份原浆省内献礼版、省外古5、全国古8停止新订单开票。

据了解,古井贡酒曾于今

年10月17日下发关于省外市场年份原浆古5、古8四季度暂停供货的通知。此次再次明确停供,旨在实现控货、保价。

资料显示,今年前三季度该公司营业收入45.06亿元,同比增长12.25%;净利润5.82亿元,同比增长16.26%。其中三季度实现营业收入14.6亿元,同比增长12.23%;净利润1.5亿元,同比增长26.04%。公司在今年

年实现营收、净利润双指标增长,且在19家上市酒企中获得营业收入排位第6位,净利润金额排位第7位,综合业绩表现亮眼。

古井贡酒并不是唯一一家停供的上市酒企。目前,洋河梦之蓝、水晶瓶五粮液、老字号泸州老窖特曲、国窖1573经典装和百年泸州老窖窖龄酒等酒企大单品均已宣布停货。