

进口乳品量持续攀升 国内乳企为何失地难收

一听到三聚氰胺,很多消费者立马会联想到国产牛奶合格率。那么,时隔多年,当前的国产牛奶合格率到底是一个什么水平?国家食药监管总局数据显示,今年一季度国产牛奶抽检合格率达100%。然而,国内乳制品企业仍要面对的是:一段时期以来,国外乳品进口量高速攀升。国内乳企为何失地难收?5月10日,国家奶业科技创新联盟理事长王加启表示,消费信心不足与产业链不平衡这两大问题成为亟待破局的奶业顽疾。

国外乳品进口量高速攀升

5月10日,第五届“中国好鲜奶·新鲜盛典”召开,旨在突破国内奶业现状,引发创新变革的“中国优质乳工程”再次成为会议热点。会上,乳业市场的发展再成为参会人士探讨的重点。

中国奶业协会会长高鸿宾在会上表示,今年一季度在国家食药监管总局抽查的国产牛奶中,合格率为100%，“国产奶业已经有了脱胎换骨的变化,但造成消费者仍然相信进口奶就是好、国内乳企失地难收的重要原因之一,是由于消费者目前仍存在一定的消费误区”。

5月9日,国家食药监总局公布一批对乳制品、饮料等7类食品519批次样品的抽检结果。其中不合格样品3批次,均为从德国、美国进口的乳制品。其中,一款从德国进口的脱脂纯牛奶因被检测出非商业无菌而被责令召回。实际上,近年来进口乳制品频频因为质量不合格等问题登上报端,其长时期保鲜后留存的营养成分也备受争议。

但有业内人士表示,近年来,国民乳业消费量增长长期滞缓,但国外乳品进口



量却持续高速攀升。

国家奶业科技创新联盟副理事长顾加升在会上公布的最新数据也显示,2008年至今,我国乳制品自给率一度从超过95%跌至谷底的75%左右。他坦言,“进口奶的大举进攻已经让国产奶陷入了非常

严峻的形势之中。”对此,王加启认为,我国目前之所以还要大量进口乳制品,根本原因在于乳业并未进行系统性、深入性及细致性的思考,未能提出解决问题的方法。王加启表示,“洋产品并不能从根本上解决国民健康饮奶的核心问题,尤其是在短保质期的低温巴氏鲜奶上,提高本土乳制品的品质才是唯一出路”。

在此背景下,一场为突破国内奶业现状的“中国优质乳工程”悄然展开。顾加升透露,优质乳工程下一步还要从巴氏奶向常温奶甚至奶粉等行业延伸,争取建立起一套全行业通行的产业标准。

低温奶增速高于全行业

过去,常温奶由于其便利性等优势占据乳业大半江山,但近年来随着消费升级等因素转变,鲜奶亦成为奶制品中的一大选择。行业数据显示,2016年整个液态奶市场增长缓慢,但低温奶增幅明显。

以新希望为代表的以生产鲜奶见长的地方乳企也加大了产品走出去,甚至是资本走出去的步伐。

近年来,新希望乳业的第二轮动作已

经悄然展开,苏州双喜、湖南南山等多家区域性乳企先后被新希望整合其中。据新希望乳业董事长席刚的思路,未来3~5年,新希望乳业还将继续加大行业整合力度,通过四川华西等占据西南,华东、华中及华北等地区亦计划与当地区域品牌合作切入。新希望乳业计划由一家区域性乳企成为一家全国性的鲜奶企业。

有业内人士认为,当前中国乳业的一大特点是部分地方乳企本身在当地具有较久的品牌沉淀,但在经济下行周期中,其产品研发、市场营销等领域无法满足乳业消费升级的需要。通过资本收购、合作整合的方式将区域性乳企进行并联,正成为中国乳业的一大突破口。

但席刚同时强调,“收购容易,但如何通过并购使得企业得到持续性的成长非常关键”。新希望乳业未来一段时期的重点,仍然是以城市型乳业为主,把长板做长。

对于产品跨省跨区发展的问题,席刚表示,“短期内新希望乳业没有考虑向其他区域拓展的事宜,公司目前的重点是如何提高当地的市占率及用户持续购买力”。

(中经网)

行业信息

进口酒整体微跌 啤酒进口量增长17%

在国内酒类市场结构性复苏背景下,进口酒市场却呈现微跌态势。近日,中国食品土畜进出口商会酒类进出口商分会发布的一季度国内酒类进口数据显示,包括烈酒、葡萄酒、啤酒在内的国内酒类进口总量2.91亿升,进口额9.28亿美元,同比均出现下滑,分别下降34.90%和5.21%,进口酒市场持续下行。

数据显示,2017年一季度,葡萄酒进口量1.52亿升,

进口额5.82亿美元,金额同比小幅下跌1.50%,啤酒和烈酒进口额则延续增势,分别增长18.45%和12.13%。受益于白兰地的持续升温,其1~3月进口额为1.6亿美元(约占烈酒进口额的75.1%),同比增长23.6%,在进口酒类中仅次于瓶装葡萄酒。

葡萄酒方面,整体维持小幅跌势。瓶装酒量额涨跌幅度较小,散装酒量额升幅较大,葡萄酒量额互有涨跌。

瓶装酒进口额5.4亿美元,占葡萄酒进口总额92.2%,同比下降3.6%。此外,一季度数据显示,法国、澳大利亚、智利占据进口瓶装酒市场前三名,三者市场份额高达78%,其中法澳延续小幅跌势,智利稳健上行。

另据数据显示,一季度我国啤酒进口量1.2亿升,同比增长17.3%,进口额1.2亿美元,同比增长12.1%。德国、荷兰、墨西哥占据一季度进口啤酒市场前三名,其中荷兰下降

明显,墨西哥、葡萄牙、英国出口量有明显增加。

中国食品土畜进出口商会酒类进出口商分会秘书长王旭伟表示,去年进口酒类市场整体呈稳步增长态势,今年年初市场消化存量、进行微调也属正常,预计今年全年进口酒市场将维持在10%~15%的增速。随着国内消费者对进口酒的认知度和接受度不断扩大,进口酒市场的进一步发展值得期待。

(新华网)

企业动态

五粮液发力互联网定制酒

本报讯 互联网定制白酒进入爆发期,不断有白酒企业加入互联网定制白酒的格局中。近日,宜宾五粮液股份有限公司推出与酒仙网共同打造的互联网定制产品密鉴,这也是五粮液发力互联网定制酒品的首款产品。

宜宾五粮液系列酒品牌营销公司总经理徐强对表示,五粮液未来将加大力度推出其他互联网定制酒,这也是为了迎合新时代消费者所做出的创新。

崇尚个性化的年轻一代消费群体快速崛起,白酒也进入到个性化消费时代。面对不断高企的行业竞争壁垒、市场竞争困局及新型消费人群,加码定制酒或成为中国白酒厂商的最佳出路。中国酒业协会副理事长兼秘书长宋书玉指出,在“互联网定制”模式下,酒企可借助互联网定制产品的研发开拓销售渠道,实现电商和酒企之间的合作共赢。

老字号食品餐饮企业将借食餐会拥抱“互联网+”

本报讯 随着食品餐饮行业供给侧结构性改革的推进,老字号企业“触网”已成趋势。据了解,今年将有更多的老字号餐饮企业,借2017中国食品餐饮博览会之机,与“互联网+”亲密接触。

在2017中国食餐会新闻发布会上,商务部流通产业促进中心副主任周强介绍说,食餐会由商务部与湖南省政府共同主办,定于2017

年9月14~17日在湖南长沙举行,展会规模为6万平方米。期间将举办论坛会议、主题馆日、赛事评选等各类活动20余项。

此次食餐会的一大特点是打造“互联网+老字号”线上线下推广活动。周强说,各省区市商务主管部门将遴选出一批具有区域特点、适合电商渠道的国家级老字号、省级老字号企业参与本次活动。

并邀请京东商城,共同打造“互联网+老字号”线上线下推广活动,促进老字号产品销售、传承老字号文化。

京东商城消费品事业部干货食品采销部总经理李昌明表示,集团将对入驻京东电商平台的部分优质老字号企业提供减免保证金、平台使用费、交易服务费等优惠措施。

1月13日,商务部等16部门发布《关于促进老字号改革

创新发展的指导意见》,《意见》明确要支持老字号线上线下融合发展,实施“老字号+互联网”工程。目前已有超过三成的中华老字号通过天猫、淘宝等平台开展线上销售。据了解,此次食餐会还将为各地的新菜系提供宣传推广展示机会。在去年推出“美满中华八大菜系品鉴会”的基础上,从本届起,力争以后每届食餐会打造推出一个新菜系品牌。