

# 扎堆羊奶粉 奶企拼杀小众市场

婴幼儿奶粉市场竞争火热,儿童羊奶粉成企业突破口。婴幼儿奶粉配方注册制还在路上,不少企业的目光已经转移到羊奶粉上。在婴幼儿配方奶粉注册制、跨境购等影响下,国内常规奶粉尚处低迷期,企业为破局,开始发展羊奶粉。但羊乳清不稳定的问题一直是奶粉企业的“拦路虎”,加之进口羊乳清粉的售价一路攀升,企业扎堆发展羊奶粉。

## 扎堆布局

羊奶粉成为奶企新的发力点。主推羊奶粉的澳优乳业在近期宣布补充产品线,旗下奶粉品牌佳贝艾特正式发布了旗下第一款名为“晴滢”的荷兰进口儿童羊奶粉,正式进军儿童羊奶粉市场。

据了解,除专项做羊奶粉的企业外,国内不少知名企业也在布局。正在冲刺IPO的奶粉企业飞鹤招股说明书显示,从2016年底开始,飞鹤乳业斥资在国内外打造羊奶粉基地。包括斥资2.25亿加拿大元(折合人民币11.43亿元)在加拿大金斯顿建立产能2万吨的羊奶粉基地,同时,在黑龙江省泰来县布局2万吨年产能的羊奶粉生产线。雅

士利也曾宣布推出澳洲“朵拉”奶粉正式进军羊奶粉市场;另有消息显示,圣元、三元股份也正在考虑推出一款羊奶粉产品。三元股份方面表示,之前确实考虑过羊奶粉业务,主要是在目前牛奶粉竞争激烈的情况下,推出羊奶粉可以实行产品差异化策略,作为市场发展的补充。

飞鹤方面表示,羊奶婴幼儿配方奶粉业务是一个具有吸引力且渗透不足的市场,公司一直在探讨进军羊奶婴幼儿配方奶粉市场的最佳方式。羊奶的好处日后会受到越来越多消费者的认可,行业发展与诸多因素相关,飞鹤会密切关注。雅士利相关负责人表示,雅士利是基于市场和消费者的需求,羊奶粉一直被高端消费群认可,因此推出羊奶粉产品,细分高端产品市场。

## 短板显现

数据显示,2016年中国进口羊奶配方奶粉约9000吨,市场零售规模在30亿元左右。另据海关数据显示,澳优乳业旗下品牌佳贝艾特2016年占比进口羊奶粉市场51.3%,并作为唯一的羊奶品牌位列进口奶粉排名第九。外资市场研究咨询机构Frost&Sullivan沙利文公司的研

究数据显示,去年国内羊奶配方奶粉销售量超过3.7万吨,市场零售销售额为110亿元。

羊奶粉的发展路上,原料供应以及消费者教育是羊奶粉生产企业需要迈过的坎。乳业专家宋亮认为,由于国内上游奶羊的养殖技术不够稳定,国外羊乳资源也较少,因此,资源的稀缺是羊奶粉发展的首要绊脚石。羊乳清粉主要用于生产婴儿配方羊奶粉,一般在产品中占超过50%的比例,但是羊乳清粉是羊奶酪生产的伴生产品,由于国内生产羊奶酪的企业寥寥可数,因此主要的羊乳清粉靠进口,在国际上,羊奶酪的需求也有限,羊乳清粉一直是紧缺产品。

由于此前对于羊乳清粉的标识没有规定,有企业在羊奶粉中掺杂大量的牛乳清粉,充当羊奶粉,欺骗消费者。根据配方注册制新政最新的2017年修订版本规定,产品名称中有动物性来源的,应当根据产品配方在配料表中如实标明使用的生乳、乳粉、乳清(蛋白)粉等乳制品原料的动物性来源。使用的乳制品原料有两种以上动物性来源时,应当标明各种动物性来源原料所占比例。这也就导致企业只能放弃牛乳清粉,转而购买羊乳清粉加入。宋亮认为,由于消费

者教育的普及还不够,羊奶粉还属小众。产品标识方面已经有了进步,这对于鼓励使用纯羊奶的企业是有帮助的。

此外,原材料以及制作成本也是企业发展羊奶粉需要克服的难题。有分析人士指出,国内优质奶源不多,企业纷纷将羊奶粉的生产与发展转向海外,短期内使得羊乳清粉价格暴涨,最早羊乳清粉价格为几千元/吨,后来达到几万元/吨,羊乳清粉的售价从此前的6万~7万元/吨,疯长至去年的10万~12万元/吨。企业制作成本也在不断攀升,由于羊乳清在喷粉制成奶粉过程中存在不稳定性,不符合相关规定,因此企业在这一过程中为了保证质量降低风险,对于产品制作的投入是巨大的,成本也随之提高。

## 产品小众

尽管拥有较大的市场,但羊奶粉仍然未全面被消费者接受。有数据显示,未来5~6年中国羊奶粉市场将有2~3倍的发展,市场容量可达150亿~180亿元,占市场总量的10%~12%。国内奶粉行业中技术性奶粉已经走到尽头,国家又禁止乳粉企业功能性宣传,加上跨境购的冲

击,未来资源稀缺型奶粉是重要发展方向,这对于布局上游山羊奶源养殖的企业来说是利好的。但对于企业来说,对待羊奶粉市场不应该一拥而上还应量力而为。

宋亮指出,在生产方面,由于羊乳清是羊奶酪的伴生物,但国内消费者对于羊奶酪的接受程度不高,导致国内羊乳清生产量较少,大多数情况下还是依赖进口。未来国内羊乳清的供应会增加,但国内奶羊规模化养殖目前是短板,因此还需要快速发展。

从目前来看,国内外的羊乳清并不多,但国内想涉足羊奶粉的品牌越来越多,加剧了上游资源的矛盾。由于羊奶粉的市场空间有限,如果企业扎堆推出羊奶粉,只会加剧行业的恶性竞争,对羊奶粉的产业是不利的。

宋亮认为,羊奶粉最主要的作用还是使用在营养保健产品方面,羊奶的功能性要比其他产品强,未来羊奶更多的还是向营养保健品方向发展。长期来看,在婴幼儿奶粉方面羊奶粉仅仅是小众产品,企业更应该将目光放在羊奶的成人营养保健产业方面,有条件的企业可以布局上游养殖业,建立起一批优质的奶源供应基地是当务之急。

(中经网)

## 果蔬汁类饮料最受欢迎



随着消费不断升级,市民对饮料的需求也在发生变化。为了适应市场,饮料企业同样在不断求变。那么从消费者角度,市民更倾向于什么饮品?哪些因素影响着消费者对饮料的选择?为此,近期某报纸发布了线上及线下《今年夏天喝什么?听你的》饮料消费调查,得到读者积极反馈。

统计数据显示,果蔬汁饮料、茶类饮料分别位列“您平时愿意选择哪种类型的饮料”前两名,占比分别为25%和16%,表明在饮料消费选择中,果蔬汁饮料是最受青睐的饮料品类,茶饮料位居第二,乳酸菌饮料、矿泉水以同样的占比居于第三位受欢迎的饮料品类。碳酸饮料以11%的占比居于第四类受欢迎的饮料品类。

对于果蔬汁饮料的偏好,75%的被访者表示会“留意果汁含量”,66%的被访者认为“鲜榨果汁更健康”,表示愿意购买价位相对偏高的鲜榨果汁。可见,消费者购买果蔬汁的主要动力是希望获得其中有益健康的成分,相比之下,价格因素的影响并不是很大。

近些年,随着我国食品营养标签制度的完善以及国内消费者相关营养知识水平的提升,极大地促进了公众对果蔬汁产品的认知和接受程度。过去,连果汁和果汁饮料的区别是什么都傻傻分不清。现在,很多消费者已经从浓缩果汁向更高端、新鲜度更高的NFC果汁完成了消费进阶,追求更天然、更营养健康的产品。

(中国网)

## 全球乳制品交易价格指数下滑0.8%

全球乳制品贸易平台日前公布的数据显示,在最新一次拍卖中,全球乳制品交易价格指数下降0.8%。

在最新一次拍卖中,具有指标意义的全脂奶粉交易平均价格为每吨3022美元,比上一次拍卖下降3.3%。全脂奶粉价格是恒天然等大型乳制品企业决定原奶收购价的重要指标。

虽然整体价格指数有所下滑,但无水乳脂、黄油和脱脂奶

粉价格不同程度上涨。

在此次拍卖之前,乳制品贸易平台指数已经连续六次上涨。新西兰乳业分析师表示,过去几个月全脂奶粉销售保持平稳态势,不少买家需求已经暂时趋于饱和,例如本次拍卖中销往亚洲北部市场的全脂奶粉数量明显减少。

有分析师认为,虽然指数略有下滑,但相关产品价格水平仍处于近几年相对高位,如

果相关产品价格水平在7月份得以延续,将有助于奶农在南半球的冬季维持信心,准备即将开始的2017年至2018年新的产奶季。

全球乳制品贸易平台由以新西兰恒天然公司为首的国际乳制品卖家组成,一般每两周组织一次乳制品拍卖,买家遍及全球90多个国家和地区,拍卖价格直接影响全球乳制品定价。

(人民网)

## 现代牧业上半年预亏5亿元

本报讯 日前国内最大原料奶供应商现代牧业发布盈利预警称,预计上半年亏损不少于5亿元。而据了解,去年同期现代牧业亏损5.66亿元。据悉,受影响的不仅仅是“大户人家”现代牧业,中小牧场和散户也被波及。

现代牧业称,中国原料奶售价相比去年同期维持相对较低水平,现代牧业今年上半年

的原料奶售价相比上年同期下降近11%是其亏损的主要原因之一。其发布上半年盈利预警报告,预计今年前六个月净亏损不少于5亿元。

现代牧业自认为其亏损来源于:今年上半年收奶价被挤兑得较低,所以奶农、牧场都没赚头;应收贸易账的呆账拨备所致。

据了解,去年上半年现代

牧业亏损超过5.6亿元,这也是其2010年上市以来的首次亏损。当时现代牧业表示,亏损主要是受进口大包粉和复原乳的冲击和影响,原奶市场形势严峻,导致销售困难,公司上半年总营收同比减少10%,另外上半年中国原料奶售价下跌,以及为了应对原料奶的销售难题而控制了奶牛数量。