

配方液态奶成乳企竞争新战场

随着奶粉新政大限将近,各大乳企纷纷发力抢市场,有的通过发新品进行差异化竞争,有的则通过加码三四线市场开打渠道战。日前,继澳优、圣元之后,美赞臣也宣布加入配方液态奶大军,并于日前在京东商城首发。业内人士表示,目前,配方液态奶在国内仍是一个新兴市场,随着年轻妈妈喂养习惯的不断变化,配方液态奶将逐渐被消费者所接受,未来市场空间或将达百亿。

乳企涌入配方液态奶市场

据介绍,本次美赞臣推出的配方液态奶产品全部从美国原装进口,分为1、2、3阶段。美赞臣方面表示,这款“扭开即饮、无需冲调”的新产品是国内首款可满足0-3岁婴幼儿营养需求的配方液态奶产品,它将解决无数妈妈们冲调奶粉时极其繁琐的痛点。

美赞臣有关负责人表示,本次美赞臣的配方液态奶产品已经在美国上市销售10年,并且得到当地市场的广泛认可。根据北美市场的经验,配方液态奶产品因其便利性,可适用的情景很多,能在夜晚时刻、户外游玩、新手奶爸、老人喂养、上学喂养等情景下帮助妈妈们解决很多现

实的喂养问题。

除了美赞臣,合生元、澳优乳业、圣元也纷纷涉足配方液态奶领域。对于乳企纷纷进军配方液态奶一事,乳业专家宋亮表示,婴幼儿配方液态奶的市场目前是一个空白市场,是一个新领域,“未来,会有越来越多的乳企进入配方液态奶领域。到2020年,配方液态奶会有3亿元~5亿元的市场份额。”

配方液态奶将迎来消费元年

目前,配方液态奶在国内是一个新品类,在宋亮看来,其未来发展面临三个问题。首先,消费者对产品的认知度不是很高,需要企业投入精力对消费者进行教育;其次,产品从包装到材质,成本比较高,因此定价也相对较高;此外,国内消费者泡奶粉一般用温热的水泡,在欧美则是直接饮用,加热时对于包装材质的要求很高。

不过,宋亮同时指出,配方液态奶市场前景可观。“随着年轻妈妈喂养习惯的不断变化,配方液态奶将会成为一种新的品类被消费者所接受。”宋亮表示,现在90后、95后的妈妈们,她们一方面对于便捷性婴儿产品更加青睐;另一方面,从养



教关系看,现在的妈妈们不再倾向于让老人带孩子,而是倾向于由专业机构带孩子,在餐食方面更倾向于快消化,过去的果泥、菜泥产品现在慢慢升温了。配方液态奶也是如此,一旦它的认知过程实现的话,那么未来的销售增长就会非常好。

美国一项调研数据显示,超过70%被调查的妈妈都有使用配方液态奶的经历。有分析数据显示,伴随消费升级,中国也将在2018年迎来配方液态奶的消费元年,预计到2024年,这类产品将获取相当的市场份额。(中经网)

消费升级期进口葡萄酒增长趋于良性

本报讯 进口葡萄酒在“消费升级期”迎来新的增长。据中国海关统计数据,今年1至9月我国进口葡萄酒量达57.7万升,金额为26.2亿美元,累计数量与金额分别比去年增长19.3%和19.2%。

在业界看来,2000年初至今,国内进口葡萄酒分别经历了“高速发展期”“盘整期”以及现在的“消费升级期”,尤其从去年开始,“集团消费”“商务消费”逐渐减少,“家庭或个人”的消费群体开始崛起。

针对葡萄酒消费市场变化,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指出,中国的葡萄酒市场(尤其是酒庄酒)正在迎来价值回归,对于葡萄酒生产商,必须转变观念来迎合市场,“基于核心价值做好消费者沟通”。

据国际葡萄与葡萄酒组织(OIV)数据显示,中国消费者在去年消费了17.2亿升葡萄酒,每年增长6.9%,达全球之首。对此趋势,欧洲最大葡萄酒生产商卡思黛乐集团中国区总裁殷凯表示,中国进口葡萄酒市场呈现潜力大等特点,但市场暂未成熟理性。他认为,消费升级带来的量提升后,未来进口葡萄酒性价比将会提升,产业中上游有可能呈现内部结构优化,未来进口大品牌及经销商的盈利模式,将会是“量”乘以“单品合理利润”之积。

对于进口葡萄酒行业的盈利模式变化,中国食品饮料行业研究员朱丹蓬认为,这符合目前行业的发展规律,他指出消费升级及进口品牌增加后,进口葡萄酒将从“单瓶”“单箱”利润转向单批次利润,而这种盈利模式改变又有可能影响市场扩展消费人群,“实际上这是良性循环的体现”。

1-10月厦门口岸茶叶出口近5000吨

本报讯 从厦门检验检疫局获悉,2017年1-10月,厦门检验检疫局放行出口茶叶4907.9吨,货值3299.7万美元,主要销往越南、马来西亚、印度尼西亚、新加坡、中国香港等十几个国家和地区。

作为国内茶叶产量最大的省份,茶叶一直是福建省出口贸易的特色产

品。为助推茶叶走出国门,厦门检验检疫局充分发挥职能优势服务出口:督促企业切实落实质量安全主体责任,指导企业制定自检自控体系和溯源体系,不定期开展质量安全监督检查,及时消除安全风险隐患;优化监管模式,加强源头管理,重点关注基地备案、生产原料等关键节点,有效构筑质量安全防线;

加强信息服务,持续跟踪、研究国外技术法规变化情况,及时发布预警信息,帮助茶企有效应对国外技术壁垒;促进品牌提升,联动食药监等部门,开展“同线同标同质”帮扶行动,促进生产技术水平不断提高,形成一批质量可信、安全可靠、国际竞争力强的优质茶叶品牌。

国内牛奶产量将跨越4000万吨

本报讯 中国乳业经历数年前的波折之后迎来稳步上升阶段,消费升级正不断催生乳业科技和产品创新。这是日前在沪举行的2017中国国际乳业科技与创新大会传出的信息。

据悉,2016年中国奶牛存栏已达1425.3万头,奶类总产量约3712.1万吨,其中牛奶产量3602.2万吨。中国规模以上企业乳制品产量同比增长7.68%。业内人士称,我国奶业发展已进入一个调整结构、转型升级的重要阶

段,奶业生产现代化进程不断加快,规模化养殖率提高。未来几年我国牛奶产量将跨越4000万吨和5000万吨两个台阶。

本次大会是第一届,主题是“新鲜·健康”,中国科学院院士赵国屏担任大会主席,未来有望作为系列会议长期举办,旨在汇聚全球乳业专家的智慧,借助上海建设具有全球影响力的科技创新中心的东风,分享乳业科技新动态和新方向,促进中国乳业科技创新与发

展。

目前我国生鲜乳和乳制品的产量仅次于印度和美国,居世界第三。我国已成为乳业生产和消费大国,但还不是强国,主要面临核心竞争力不强、进口影响加剧、消费信心不足等问题。

据悉,三聚氰胺事件爆发前中国乳品在国内市场占比60%;爆发后占比30%,其中一线城市低于15%;去年已经恢复到65%,今年有望突破70%。这意味着,国产乳品正在重新赢得市场。

亚洲咖啡协会云南成立

推选中国、韩国等13个国家为理事国 共同制定亚洲咖啡标准

本报讯 日前,由中国、越南、泰国等20多个亚洲国家发起的亚洲咖啡协会在中国云南省昆明市成立。其宗旨是在亚洲地区及全球开拓咖啡相关业务,谋求亚洲地区咖啡产业升级和发展,促进咖农增收致富。

亚洲咖啡协会首批推选中国、韩国、日本、越南、缅甸、马来西亚、泰国、印度尼西亚、印度、尼泊尔、斯里兰卡、沙特阿拉伯、土耳其共13个国家为理事

国。中国企业家熊相人当选亚洲咖啡协会首届主席。

亚洲是世界咖啡消费增长最快的地区,未来将是全球咖啡消费的核心地带。为此,中国、越南、泰国等20多个亚洲国家于2015年提出成立亚洲咖啡协会,2017年7月亚洲咖啡协会在斯里兰卡科伦坡注册登记,在中国云南省昆明市设立唯一代表处,昆明市为亚洲咖啡协会年会永久举办地。

熊相人表示:“协会将致力于制定亚洲咖啡标准,建立亚洲咖啡价格体系,扶持亚洲咖啡品牌,开拓亚洲咖啡产业的国际减贫合作,倡导和推广亚洲咖啡文化。”

“代表处将通过亚洲咖啡协会的平台来实现亚洲咖啡产业的信息共享。不仅服务亚洲国家、亚洲企业,也欢迎亚洲以外的国家加入,成为会员单位。”熊相人说。