

我国奶业将全面发力

5月25日,国务院新闻办公室就加快推进奶业振兴、保障乳品质量安全的有关情况,举行国务院政策例行吹风会。农业农村部副部长于康震出席吹风会,并就当前我国奶业发展现状、发展存在的问题以及应对措施等话题答记者问。

乳品质量安全处于最好时期

于康震介绍,当前,我国奶业的规模化、标准化、机械化、组织化水平大幅提升,龙头企业发展壮大,品牌建设持续推进,质量监管不断加强,产业素质日益提高。

数据显示,2017年,全国奶类和乳制品产量分别达到3655万吨和2935万吨,总体规模仅次于印度和美国,居世界第三位。奶业已成为现代农业和食品工业中最具活力、增长最快的产业之一。

“可以说,当前是乳品质量安全水平最好的时期。”于康震介绍,一方面,奶业产品质量显著提升,奶业全产业链质量安全监管体系不断完善,生鲜乳监测计划全面实施,生鲜乳抽检覆盖所有奶站和运输车。2017年,生鲜乳抽检合格率达到99.8%,乳制品抽检合格率达到99.2%,婴幼儿配方乳粉抽检合格率达到99.5%,三聚氰胺等违禁添加物抽检合格率,已经连续9年保持在百分之百。

另一方面,产业素质显著提升。2017年全国奶牛规模养殖比重达到56%,

比2008年提高了36.5个百分点,规模养殖成为生鲜乳供应主力军;奶牛年均单产已经达到了7吨,比2008年增加了2.2吨。行业联合也进一步加强,全国奶农专业合作社达1.6万个,乳品企业自建和参股的奶源基地比重已经超过了30%,奶业企业前20强的市场份额已经超过了55%,产业集中度明显提高。

国际竞争力仍有待提高

我国奶业仍然面临着产品供需结构不平衡、产业竞争力不强、消费培育不足等突出问题。于康震介绍,2017年,我国人均奶类消费量达36.9公斤,平均到每天是100克,相当于世界平均水平的三分之一,远未达到《中国居民膳食指南》推荐的每天300克的标准。此外,国外主要以奶酪、黄油等干乳制品消费为主,而我国这方面消费才刚刚起步。

在我国奶业发展过程中,进口乳制品是一个不容回避的问题。记者了解到,由于我国乳制品关税低,约为世界平均水平的五分之一,这使得进口乳制品完税后的价格大幅低于国内的生产成本,导致进口大包粉大量进入国内市场,乳制品进口量激增。海关的一组数据显示,我国乳制品进口量从2008年的38.7万吨,增加至2017年的247.1万吨,相当于1485万吨的生鲜乳,占国内生鲜乳产

量的40.6%。

“导致进口影响加剧的原因,除了我国乳制品关税低,最重要的因素是我国生产成本偏高,竞争力还不强。”于康震分析,目前,我国奶牛养殖以舍饲为主,基础设施、饲料等物化投入和人工成本高,比新西兰、澳大利亚的放牧式生产高80%左右,比欧美的半舍饲式生产高40%左右,玉米饲料价格高出国际水平60%至80%。同时,与奶业发达国家相比,我国奶牛单产水平、资源利用效率和劳动生产率仍有一定差距。

此外,在养殖加工环节,乳业利益联结机制仍不完善。国外大都是在奶牛养殖的基础上办乳品加工厂,养、收、加、销一体化,奶农既是牧场主又是加工企业的股东。而在我国,奶牛养殖和乳品加工分割形成不同的利益主体,一体化经营的企业数量不多,乳品企业原料奶主要从广大奶农手中收购,时常出现奶少时抢奶、奶多时限收拒收的现象,奶农权益保障力度不足,造成生产波动。

强化全产业链薄弱环节

5月23日,国务院常务会议审议通过了《关于加快推进奶业振兴和保障乳品质量安全的意见》,并围绕奶源基地建设、乳制品加工流通、乳品质量监管以及消费引导等方面作出了全面部署。

于康震表示,农业农村部将全面贯彻落实《意见》的各项要求,按照国务院部门的职责分工,协同奶业产业链上的其他有关部门,持续抓好奶业振兴各项工作。

于康震认为,首先要“养好牛”,夯实优质奶源基地建设基础。继续实施奶业振兴苜蓿发展行动,每年新建50万亩高产优质苜蓿基地,加大粮改饲力度,实施奶牛遗传改良计划,建设国家奶牛核心育种场,推进奶牛标准化规模养殖,大幅提高存栏100头以上规模养殖比重,稳步提高奶牛的单产。

其次是“强监管”,提高生鲜乳质量安全水平。完善奶牛养殖标准和规范,建立健全生鲜乳标准化生产体系,落实养殖者主体责任,不断提高“产出来”的水平。实施生鲜乳质量安全监测计划,加强饲料、兽药等投入品的使用监管,对全国奶站和运输车全部纳入精细化、全时段管理,构建严密的全产业链质量安全监管体系,不断增强“管出来”的能力。

同时,还要“促融合”,完善养殖、加工、利益联结机制。培育壮大奶农专业合作组织,支持奶牛养殖存量整合,增强养殖环节应对市场风险的能力。鼓励乳品企业通过自建、收购、参股、托管等方式加强奶源基地建设,督促乳品企业严格履行生鲜乳购销合同,稳定产销关系。

(《经济日报》)

发力高端 国产葡萄酒打响“反击战”

据海关数据显示,2017年,中国进口葡萄酒总额约为27.98亿美元,同比增长约17.95%;进口葡萄酒总量约7.46亿升,同比增长约16.88%。中国市场进口葡萄酒业进口量和进口额,连续第三年将同比增长率稳定在两位数的水平。面对进口葡萄酒持续深耕中国市场,国内葡萄酒企业并未坐以待毙,张裕葡萄酒、长城葡萄酒作为国产葡萄酒巨头,今年先后提出布局中高端,张裕葡萄酒在二次创业中提出要加码高端产品,而长城葡萄酒则宣布,将逐步把每瓶长城葡萄酒的超市终端零售价调到50元以上。不难看出,国产葡萄酒剑指高端的一场“自卫反击战”已经在路上。

再度发力高端

作为国产葡萄酒的两大巨头,张裕葡萄酒和长城葡萄酒不约而同地瞄准中高端葡萄酒市场。据悉,在张裕的新战略中将重点聚焦中高端产品,张裕葡萄酒有限公司总经理孙建表示,未来张裕将立足中端和高端领域,国内葡萄酒消费橄榄形的结构已经隐现,100~1000元的产品存在很大的市场空间。反观低端产品则显得比较危险,因为低端产品的利润率很低,一般在千元左右,现在市场上依然有较大的销量,但从长远看不利于企业和品牌的发展。除此之外,低端产品由于产品品质不存在较强的竞争优势,所以只能沉迷于价格战,这对于市场和企业而言都是有百害而无一利的。

无独有偶,中粮酒业旗下的长城葡萄酒也在快马加鞭地布局高端产品线。据了解,长城葡萄酒对于布局高端进行了一系列调整,将桑干酒庄定位为东方名庄,对产品包装、价格进行了一系列的调整,并先后在国内多个市场举行产品上市品鉴会。除此之外,中粮酒业副总经理李士伟曾公开表示,长城葡萄酒有意在宁夏产区新建一个新的高端精品酒庄,产品或参照澳大利亚知名酒商富邑旗下的顶级产品“葛兰许”。

从去年末长城葡萄酒大刀阔斧梳理产品线开始,企业对低端和贡献率低的产品进行了大规模清理。从目前来看,长城葡萄酒的产品结构已经基本清晰,形成以河北桑干酒庄、长城五星、昌黎华夏、宁夏天赋、蓬莱海岸五大子品牌。

对此,业内人士指出,国产葡萄酒发力高端并非首次,早在2011年国内葡萄酒品牌就曾布局高端,其中长城推出的天赋葡园便是例证。但由于2012年国内酒类市场进入大调整,中高端产品成为重灾区,无奈国产品葡萄酒企业只得回归低端产品求生。然而,随着消费升级,市场对于高端产品的需求进一步扩大,这让国产葡萄酒企业再次看到机会,从现在的市场环境而言,高端产品线是未来国产葡萄酒掘金地。

受进口酒挤压

据海关数据显示,2017年中国进口葡萄酒总额约为27.98亿美元,同比增长约17.95%;进口葡萄酒总量约7.46亿升,

同比增长约16.88%。中国进口葡萄酒进口量和进口额,连续第三年将同比增长率稳定在两位数的水平。

对比进口葡萄酒的数据,国产葡萄酒则呈现出疲态加剧的趋势。进口葡萄酒力度加大,占比仍高且仍冲击国产葡萄酒发展,是行业主要矛盾。

业内专家则指出,进口葡萄酒的大举进入,是推动国产葡萄酒走中高端路线的重要原因之一。值得注意的是,随着关税的进一步下调,进口葡萄酒价格也随着下降,这对于一直在低价位厮杀的国产葡萄酒而言造成了进一步的冲击。可以预见的是,未来进入中国市场的进口葡萄酒将越来越多。

在李士伟看来,区别于之前的国产葡萄酒发力高端一般通过提价来实现,现在国产葡萄酒布局高端不单单从价格出发,而应从产品品质出发,只有这样才是真正意义上的高端产品。

出海作战或是机会

记者发现,面对进口葡萄酒大局进军中国市场的同时,国产葡萄酒也在加速布局海外。据悉,从2013年开始,张裕先后收购了法国富朗多干邑公司、西班牙



牙爱欧公爵、法国蜜合花酒庄等,投入资金超过3.5亿元。除此之外,中粮酒业旗下中粮名庄荟也在加速与海外酒庄取得深入合作,进一步掌握上游资源。威龙股份则将募集资金投资的1.8万亩有机酿酒葡萄种植项目变更为“澳大利亚1万亩有机酿酒葡萄种植项目”。

对此,孙健表示,通过海外并购打通上游资源,抓住进口酒市场机会,并且通过并购获取海外酒庄或酒庄的优质渠道资源,扩大海外销售途径,扩展企业影响力。事实上,在国内发展到一定程度,将产品销售至全世界,再通过并购酒庄做大做强,这也是全球葡萄酒集团发展的一条途径。

但有业内声音指出海外并购不仅需要高额资金,收购之后仍然任重道远。收购后酒庄的人力统筹、资源管理以及与国内市场的对接都需要严格的管理,否则很容易造成进口产品的水土不服,反而得不偿失。

(《北京商报》)