

中国乳业改革开放40年： 消费量增长近40倍 质量与国际同等

最严的监管、最完善的管理政策体系、最高的抽检合格率、最先进的技术装备,这些都汇聚在中国食品领域中最受人瞩目的行业——乳业中。经历40年曲折发展,我国乳制品现已呈现产品品种丰富,结构逐渐趋向合理的趋势。产品从大中城市逐步蔓延向农村和山区,企业从小规模到大规模转型。在行业不懈努力下,我国乳业体量得到数十倍的增长,研发出多种亮点产品,市场的供应几乎达到饱和。

历经三阶段 乳品消费量增长近40倍

从改革开放至2000年,乳制品保持两位数增长的快速增长阶段,到2000年后市场逐渐趋于饱和的稳定发展阶段,再到2008年“三聚氰胺事件”后,奶牛饲养和原料奶的质量水平、加工企业的技术水平、检验手段得到大幅提升的新发展阶段,中国乳业在经历三个发展阶段后,体量增长突飞

猛进。
“中国乳制品工业是在食品行业里发展最快的,取得了辉煌的业绩。”中国乳制品工业协会名誉理事长宋昆冈这样说。记者注意到,这从多项指标几十倍的增幅中也可见一斑。数据显示,从1978年到2016年,中国奶类的产量从97.1万吨增长至3712万吨。其中,牛奶产量从88.3万吨增长至3602万吨。固体乳制品(主要包括奶粉、炼乳、奶油、干酪及干酪素)产量4.65万吨增长至256万吨。

从进出口情况来看,1978年进口量微乎其微,甚至没有数据可查。到了2016年,我国乳制品进口总量达到230万吨,货值达到67.8亿美元。

此外,乳品企业的规模在40年的发展中也取得了长足的进步。据了解,1978年,中国收奶量最大的企业一年收奶2万吨,而目前我国最大的乳企收购牛奶可达到400多万吨。包括国内生产加进口在内,中国的乳制品的消费量从1978年增长了将近40倍。

重创十年后： 国产乳品质量与国际无差距

2008年,“三聚氰胺事件”爆发。十年过去,消费者心里仍留有阴霾,对乳业的打击不言而喻。

该事件爆发后,我国加工企业纷纷进行了技术改造和设备更新,相关监管部门制订的一系列政策也使我国乳业质量提升和飞跃。

《食品安全法》《乳品质量安全管理条例》、生产许可证、婴幼儿配方奶粉配方的注册……相关管理法规标准不胜枚举。宋昆冈表示,虽然仍有继续修改的余地,但中国现在对乳制品的管理法规标准是完善的。同时,我国对乳制品的生产销售的管理也非常严,例如售卖乳制品,尤其婴配奶粉必须要取得工商部门核发的经销许可证。更值得一提的是追溯制度,我们要求所有的乳制品必须建立追溯体系,做到原料来源可追溯,产品质量问题可追查,销售去向可溯源。

监管方面,根据原国家食品

药品监管总局公布的食品监督抽查的结果,乳制品在34类大食品的抽检结果中都在99.5%以上,高于所有的食品。据抽检结果来看,2017年婴配奶粉整体合格率达到99.7%,其中连续5、6个月达到100%。

对标国际,宋昆冈坦言,我国制定的标准是全球最严标准之一。“从产品的质量来看,我们和国外没有差距,至少应该是同等的。以婴配奶粉为例,我们和国外应该说至少是同等的。”

2008年之后,我国在奶源建设方面积极提倡发展规模饲养,用现代科学技术喂牛,目前奶牛场规模在逐渐增大。据统计,现在在我国百头以上的奶牛场占到奶牛总数的50%以上,散户饲养奶牛的方式已不复存在。

奶牛饲养水平的提升,直接带动了牛奶质量的提升。不仅体现在牛奶干物质含量(包括脂肪、蛋白质的含量)增加上,也体现在产量增加上。以北京、上海为例,奶牛产奶量一般在9、10吨以上,而全国奶牛的平均产奶量在6吨左右。另外还有一些大城市的牛群,平

均产量超过十一二吨,达到了很高的水平。

而从技术装备水平来看,目前我国的乳企工厂基本上都是21世纪新建设起来的,小部分老工厂也经过了技术改造,所以技术装备可以达到世界一流。其中,婴幼儿配方奶粉的工厂被称为“智能工厂”。

虽然成绩堪称斐然,但部分消费者对国产乳制品仍心存疑虑。宋昆冈认为,“三聚氰胺事件”是一个突发的安全事件,消费者不信任的情绪是可以理解的,这个事件提醒了乳品企业和监管部门。因此事件发生之后国家采取了很多措施去监控,比如原料进厂PP检验、产品出厂PP检验、风险物质定期监控等。根据规定,监管部门在市场上随机抽检、在检测中盲验,因此消费者可以相信这些监测数据。面对消费者对于专家发声的质疑,宋昆冈则表示,专家是第三方身份,没有经济利益的驱动去保护某个企业。有些专家的评论和见解不一定恰当,这个情况是存在的,但消费者没有必要去怀疑专家。(中经网)

乳铁蛋白原料价格大幅上涨 奶粉大品牌不涨价

日前,因乳铁蛋白原料价格大幅上涨,而令一些添加、主打乳铁蛋白配方的配方奶粉(主要是婴幼儿配方奶粉)“心慌慌”,有的国产品牌因此发出调价信号,引发市民担忧。那么,乳铁蛋白的价格上涨,会否引发新一轮配方奶粉市场的价格上调呢?

乳铁蛋白比较抢手

近日,“乳铁蛋白原料价格上涨,有国产婴幼儿配方奶粉因此涨钱”的消息在微信朋友圈传播。记者走访业内资深人士得知,奶粉配方注册制后,乳铁蛋白市场发生了变化。一些品牌直接与国外乳铁蛋白生产工厂锁定了订单,抢占了乳铁蛋白资源,因此中小奶粉企业难以买到。由于原材料价格上涨,因此中小企业不得不上调产品价格。否则,将面临修改配方的尴尬境地。记者走访部分华润万家、人人乐、永辉、家乐福等连锁超市和孕婴用品专卖店以及浏览京东、淘宝等电商平台了解到,

目前,美赞臣、雀巢、惠氏、雅培、飞鹤、伊利、贝因美、雅士利等占有相当的市场份额,其中,部分品牌的一些产品便主打添加乳铁蛋白。销售人员说:“有些年轻父母担心孩子营养不好、抵抗力低,专门购买添加乳铁蛋白的配方奶粉。”

乳铁蛋白营养存疑

乳铁蛋白究竟是什么物质呢?记者专门走访了营养专家和乳业专家得知,乳铁蛋白的来源主要有两种,一是从原奶中直接提取,从原奶里面同时提取五六种营养素单做原料卖;另一种是从生产奶酪时的副产物乳清里提取。乳铁蛋白本身是很珍贵又稀少的。虽然很多企业宣传乳铁蛋白具有提高免疫力等功能,但关于婴幼儿奶粉中乳铁蛋白作用的争议一直存在。乳业专家宋亮认为,添加乳铁蛋白是有作用的,但是作用多大有待考证。“业内有一种说法,乳铁蛋白是牛奶中本身含有的活性物质,后期添加的在功能

性各方面不如原本含有的,并且乳铁蛋白在加热条件下容易损伤,所以后添加的功能性如何、效果能否达到一定水平有待考验。”在宋亮看来,婴幼儿身体发育只要满足正常的营养就可以了,没必要过分追求某些东西。

大品牌不会因此涨价

而对于“乳铁蛋白会否引发配方奶粉新一轮价格上涨”的观点,宋亮表示大品牌因为产量大,一般能够内部消化原材料上涨带来的成本压力,不会因此而涨价,而中小企业则如坐针毡。美赞臣、雀巢、惠氏等品牌也表示,相对于渠道和人工的成本来说,原材料上涨的成本压力相对小一些,有的最近加大了与京东、淘宝等电商平台的合作力度,为了保持市场占有率,将二三线城市作为新的战场,一方面满足人们的需求,另一方面借机进一步扩大自己的市场份额。专业人士表示,大品牌乳企更加看重渠道和人工成本。(新华网)

去年中国饮品啤酒 企业营收“增多降少”

2017年中国软饮料行业总产销18051万吨,同比下降1.60%;同期啤酒行业产销量4402万千升,下降0.7%;冷饮产销量维持在300万吨左右。而国家统计局数据显示,2017年中国饮料类商品零售额2273.5亿元,同比增长10.3%;反映了在饮品冷饮消费量总体稳定或略降的环境下,结构正处于调整中。

上海市饮品行业协会和上海市东方世纪消费品发展促进中心日前联合发布了《2018中国饮品冷饮产业年度报告》,通过分析汇总27家在主板与新三板上市的中国饮品啤酒企业的2017年业绩,营收增长的有18家企业,下降的为9家企业,和上年形成鲜明对比(2016年是“降多增少”),包括康师傅、华润啤酒、青岛啤酒、统一、达利等行业龙头均实现了增长,而燕京啤酒、养元饮品和承德露露等则出现了下跌。

而2018年1-4月,中国软饮料的产销量为5247.8万吨,增长5.5%;啤酒产销量为1228.4万千升,增长了2.4%;冷冻饮品产销量略有下降;产业零售增速略高,显示行业出现了缓慢回升阶段。上海市饮品行业协会常务副会长兼东方快消品中心主任陈杰表示:随

着国内经济水平和人们生活水平的提高,消费也在不断升级,消费者对健康高端的高品质产品的需求持续增长。

现制饮品的消费场景广泛,包括购物、餐饮、娱乐、外卖、办公等,所以近年来现制饮品的增长速度要明显高于工业饮品。美团最新的报告显示:2017年底中国现制饮品的门店数达到44万家,而2016年底门店则为41万家,而门店年度增长率为7%。广州、上海和深圳分别以16420家、15225家、14125家排名全国城市前三位。现制饮品的新增长也引发了资本的追捧,根据东方快消品中心的产业监测,2018年1-5月发生在中国饮品行业的主要资本并购事件,有一半和现制饮品相关,如喜茶和奈雪的茶融资均超过亿元。

主办单位对长三角地区50家知名饮品冷饮企业高管进行的实地访谈显示,受访高管对2018年的市场充满信心,82.3%的企业预期2018年的销售规模同比增长,17.7%的企业表示会基本持平;60%的增长企业中表示增长幅度在0%~10%和10%~20%两个区间中。而增长的途径主要包括推出新品、开发渠道、涨价以及调整结构等。