

乳品产业规模增长 原奶质量达世界先进水平

“

7月17日,第十届中国食品安全论坛中国乳业的全面振兴分论坛在北京举行。会上,中国乳制品工业协会副理事长兼秘书长刘美菊发表题为“中国乳业十年巨变”的演讲,谈及当前乳业发展形势,她表示:“中国原料奶质量目前已经达到世界先进水平。”



“过去十年中国乳品产业规模大幅增长。”刘美菊提供了一组数据:2008年,全行业销售收入1431亿元,乳制品产量1811万吨,其中液体乳1525万吨,婴幼儿配方乳粉约35万吨;到了2017年,全国共有规模以上乳制品企业611家,主营业务收入3590.41亿元,是2008年的2.5倍;乳制品产量2935.04万吨,是2008年的1.62倍;液体乳产量2691.66万吨,是2008年

的1.77倍,婴幼儿配方乳粉产量80万吨,是2008年的2.29倍。

刘美菊表示,中国乳制品加工技术装备已达到世界先进水平。目前,中国乳制品行业的设备水平、检验能力、科研能力、保障能力和职工队伍的建设等都有大幅度的提升。生产过程实现了程控化操作管理,原料进场和产品出场,都严格按照规定批批检测,真正做到原料可追溯,产

品可追溯,责任可追究。

谈到原奶质量,中国奶业协会期刊总编辑杨秀文说,中国奶业过去十年发生了翻天覆地的变化,中国奶业整体数据得到大幅提升,直接推动了中国奶牛单产和乳品质量的提升。2017年原农业部曾经对4355批次的生鲜乳进行检测,全国乳蛋白率抽检平均值3.23%,规模牧场生鲜乳乳蛋白率抽检平均值是3.19%,远高于国

家标准。在反映生鲜乳品质指标方面,细菌总数、黄曲霉素M1、铅、铬等指标均远远低于国家标准。

“品质应该成为做好中国婴幼儿配方奶粉,做大做强中国乳业的核心关键,尤其乳品行业必须将品质作为企业的核心价值观,只有这样才能够真正赢得消费者的信赖。”伊利集团副总裁陈福泉说。

谈到消费者关心的婴幼儿配方乳粉,国家市场监督管理总局副局长马福祥表示,国家市场监督管理总局始终把提升婴幼儿配方乳粉质量安全水平,作为食品安全监管的重中之重。积极推进婴幼儿配方乳粉产品配方注册工作,着力解决婴幼儿配方乳粉品牌过多、配方过多、标签混乱等突出问题。

“在奶粉配方科学性安全性审评方面,添加的营养素必须明示:不应使用的物质坚决禁止。在标签标识审查方面,坚持‘五个不得’:不得使用虚假、夸大、违反科学原则或者绝对化的词语;不得涉及疾病预防;不得涉及治疗功能;不得涉及保健功能;不得含有食品安全国家禁止添加的东西。”马福祥表示,下一步,国家市场监督管理总局将继续紧紧围绕食品安全战略,扎实做好婴幼儿配方乳粉产品配方注册工作,不断满足人民群众日益增长的对美好生活的需要。(新华网)

中国酒业进入黄金复苏期

白酒年轻化成新趋势

越来越多的白酒企业开始抓住机会涨价,确实,自2016年下半年开始,在全国一线名酒的拉动下,中国酒业开始迎来复苏,经历2017年行业的爆发增长,当中国酒业发展的巨轮驶向2018年之时,中国酒业已全面迎来发展的新黄金时代。

伴随着中国酒业新黄金十年而来的是一系列的行业发展趋势,业内分析,目前白酒行业正在经历区域名酒加速崛起的步伐,酱香型白酒热度不减反升、次高端领域持续扩容,新零售时代的到来将如何改革酒类渠道、品类价值进一步凸显、进口酒迎来黄金发展期等趋势变革。

中高端酒被热捧

从2010年到2016年我国白酒行业的产能一直保持着高速增长趋势,但2017年白酒行业产量有所下降,为1198万千升,同比下降11.80%。

据悉,近年来,白酒行业的产量增长速度有减缓态势,2017年产量出现了负增长。一方面,这是受白酒质量安全事故、政府严加惩治政治贪腐以及交通运输部、中央军委等颁发的多项禁酒令的共同影响,减缓了白酒行业产量的增长趋势;另一方面,这是由于部分行业龙头企业打出“限量”和“提价”的旗号,着重发展中高端白酒。

根据前瞻产业研究院发布的《2018-2023年中国白酒行业市场需求与投资战略规划分析报告》数据显示,2010年到2017年,白酒行业销售收入整体上呈上升趋势,复合增长率为9.52%。2017年,白酒行业销售收入为5531亿元,同比降低7.7%;但这并不意味着白酒行业开始走下坡路。从产量和营收的变化趋势上看,白酒行业在价格上仍然有优势。换句话说,具有价格优势的中高端、高端白酒发展势头仍然强劲,这对白酒行业的发展是一个好的信号。

结合中国白酒行业细分产品的结构,2017年,中国高端白酒销量占比10.88%,中高端白酒占比6.93%,中端白酒占比29.01%,较2016年均有所提升。中国白酒的消费结构已经有所升级,中端以上的白酒需求量大幅提高。一方面,受中国经济发展,国民收入增加的影响;另一方面,消费观念的改变,健康白酒成为热点,消费者不再以价格为导向,而是以产品为导向。

白酒年轻化

目前,白酒行业除了高端化之外,年轻化趋势也越加明显。对于白酒年轻化,业内表示,其实消费市场的年龄结构群体研究是消费品公司一种常态的研究方法,但是作为酒精类饮料,在主导白酒年轻化这一行业命题前并非

无所顾忌。受国际惯例、国内企业社会责任与酒驾入刑等道德与法律层面约束,白酒年轻化需要企业大智慧地进行技术性处理。

目前,已经不乏一些酒企在涉入新品类进行白酒年轻化创新。例如,继去年发布10款新生代酒品后,五粮液新生代酒品再添新丁,五粮液仙林果酒新发布了一款“臻露”至此,仙林果酒的产品矩阵又多了一位将在年轻大众消费群体展露拳脚的产品。

据了解,早在两年前五粮液就参与“四川新生代酒品战略”的启动,实施白酒产业供给侧改革战略,大力开拓新渠道、新市场,并不断研发出针对新生代人群的酒品,青梅酒、石榴酒、杨梅酒,以及针对夜场的冰爆等等都已获得良好的市场反应。

在业内看来,参照快消品行业,近年来很多巨头业绩都在下滑,这主要是人口结构变化和消费者迭代造成的。确实,目前,我国人口结构发生了重大变化,人口公开数据显示,90后比80后少30.68%,00后比90后少19.39%。而我国劳动力人口也将从目前的9亿人减少到未来5年的5亿人,也就是说企业的目标消费者、潜在消费者在大量减少。与此同时,消费阶层也正在发生变化,80、90后已经成为社会中坚力量和政商界主流。消费结构的变化,将促使企业传播推广、品牌诉求等都需要年轻化。《华夏时报》

茅台上半年 利润增长约40%

2020年或迎来“后千亿”时代

本报讯 7月16日,贵州茅台发布主要经营数据公告称,2018年上半年实现营业总收入350亿元左右,同比增长37%左右;实现利润总额同比增长40%左右。

7月14日,茅台集团召开了“党委听取上半年生产经营情况汇报会”,会议指出,上半年,茅台集团主要经济指标实现50%以上的增长,创下了近年来最高增速。

茅台集团党委书记、董事长、总经理李保芳在会上指出,下半年的工作要继续坚持“能快则快,不设上限,不留后路。”以目前态势,全年实现900亿元,明年拿下1000亿元,已无多大悬念,各方面基础和条件也很好。2020年,我们将迎来茅台的“后千亿”时代。”李保芳这样说。

据悉,6月28日,国际咨询公司海德思哲(Heidrick & Struggles)发布了2018年“超级加速成长企业”名单,茅台市值排名第五。“超级加速成长企业”指的是全球市值500强公司中具备高水平的可持续有机增长与盈利能力的企业。其筛选标准有四个:在过去三年和过去七年中,营收增长排名前20%;通过收购带来的外部增长不超过20%;来自当地政府的补贴收入不超过20%;随着业务的逐年壮大,利润占收入的比例下滑不超过20%。