

售价腰斩 乳企淡季开打价格战

进入夏季,乳制品市场燃起了一轮价格战。7月25日,记者走访多家超市和门店发现,此轮价格战中,几乎所有乳制品企业都参与其中。光明优倍巴氏杀菌乳买一送一、圣牧有机酸牛奶整箱装从74.9元降至49.9元……业内人士表示,乳制品的这轮降价潮是由多方面原因造成的,总体来说,降价有利于各家企业实现自身的销售目标。随着产业上下游的继续调整和国外乳企开始加码中国市场,未来各家乳企还会在包括价格在内的更多层面展开更为激烈的竞争。

乳制品降价潮来临

在位于北京北三环的家乐福国展店,乳制品专区大量牛奶降价促销,涵盖常温纯牛奶、发酵乳等各个品类,涉及蒙牛、三元、光明、圣牧等各大品牌的20余款乳制品,平均价格降幅接近三成。其中,仅三元一个品牌在该超市就有6款牛奶在打折促销。在常温奶区,原价49.8元/箱的三元舒释奶打出了“买一赠一”的促销标语,降价幅度达五成;整箱装的三元小方白纯牛奶原价为72元,现价为47.76元;在冷藏奶区,1.8kg装的三元酸牛奶原价为每桶18.37元,经过促销后,售价降为14.9元。该超市乳制品专区导购人员表示,促销力度取决于厂家方面,从全年来看,目前牛奶的降价幅度算比较大的。

在北京某BHG华联生活超市,牛奶折扣促销的力度也不小。原价82.5元/箱的特仑苏环球纯牛奶现在降价为49.9元,降幅达四成。此外,在北京望京SOHO的一些全时便利店中,部分发酵乳也达到了“买一送一”的促销力度。

除了线下的超市和便利店,在各类电商平台也能发现不少打折销售的牛奶。在“京东超市”牛奶专区,原价86元/箱的蒙牛特仑苏牛奶现在68元就可以买到,光明莫斯利安常温温酸牛奶原价为每箱109.9元,现价降到了74.9元。

值得一提的是,除了国产牛奶,一些进口牛奶也加入了降价的行列。在京东商城,新西兰进口牛奶安佳Anchor全脂牛奶整箱装的价格由169元调整至88元,价格几乎降了一半。在家乐福国展店,产自德国的德亚脱脂牛奶的每箱售价也由54.03元降到了49元。

调查过程中,记者发现,尽管导购人员卖力宣传促销,但选购牛奶的顾客并不多。乳业专家宋亮在接受媒体采访时表示,进入夏季,随着人们对冷饮产品的消费开始增加,常温奶的销量就会出现下降。

终端表现差是主因

对于近期出现的奶制品降价潮,宋亮表示,一方面,由于夏天是常温奶的销售淡季,所以为了提振销量,一些品牌会

进行相应的促销降价。另一方面,随着常温奶降价,就减少消费者购买低温奶的欲望,因而又会造成低温奶的降价促销。

不过,多家乳制品企业表示,近期的促销降价行为并非刻意营销。圣牧相关负责人表示,北京的促销活动是北京经销商在局部地区为了促进品牌宣传的自主行为,仅部分超市有。光明乳业相关负责人则表示,目前市场上光明的促销活动是区域常规的市场促销或临期产品的促销,优倍巴氏杀菌乳在完成“买一送一”的促销后,虽然单盒售价降为18.4元,但仍在正常的促销范围内。

对于乳企的上述表态,宋亮表示,虽然全国很多地区都出现了奶制品的促销降价现象,“但部分地区的促销行为确实是经销商行为,降价的原因很可能是市场终端的表现很差。除了季节因素,销售表现差的原因还可能是因为产品性价比低”。

值得注意的是,在此轮降价潮中,降价力度最大的乳企是蒙牛等全国性大厂商。对此,宋亮认为,近两年包括蒙牛等在内的部分大企业加快了吞并整合的步伐,乳业市场集中度进一步提升,降价促销正是这些大企业挤压其他企业市场空间的一种手段。

事实上,国外乳制品加速进入中国市场的步伐,也助涨了国内乳制品燃起的“价格战”。2018年底,我国将正式实

施新的跨境购监管政策。新政落地后,如果国外乳企不在华注册,只能做代购和海淘,不能进行大批量做跨境购。因此,2018年以来外国乳企开始争相在华注册。梳理发现,目前共100家境外企业申请在华注册,其中已有14家企业成功获批。

据了解,在市面上,进口牛奶和进口奶粉的价格一般处于中上游水平,以常见的一升装的纸盒装液态奶为例,进口产品的价格基本上在20元左右,有促销活动的时候会出现更低的售价。

宋亮表示,国外进口的乳制品越来越多且价格便宜,具有较强的市场竞争力,国内品牌为消化自身产能,就不得不开始调低价格,用打折促销的方式提振销量。当前,中国乳制品品牌的价格战还在持续进行。

未来成本压力渐长

在“价格战”开打的同时,国内乳企正面临着越来越大的成本压力。国家统计局公布的数据显示,2017年全国乳品加工业利润总额244.87亿元,同比减少3.27%。与去年1-11月数据相比,销售收入增幅减少了0.17个百分点,销售成本增幅减少了0.43个百分点,但销售费用增幅扩大了1.47个百分点,导致利润总额降幅扩大。

除了销售成本,奶源成本也是影响乳企营收的一个关键因素。公开资料显示,目前在我国

乳制品行业的成本结构中,直接材料(生鲜乳+大包粉)占比50%以上,包装材料+辅助材料占比约35%,以生鲜乳为主的奶源成本是乳制品成本中的大头。

不过,奶源成本仍面临一定的上涨压力。原农业部发布的生鲜乳产量指数显示,2017年国内生鲜乳产量同比下降1.42%;内蒙古、河北等10个奶牛主产省(区)生鲜乳平均价格为3.48元/公斤,同比涨0.19%。

奶源成本上涨的背后,是奶牛养殖成本的上升。据了解,国内奶牛养殖所用的苜蓿草大部分从美国进口,受关税提高的影响,进口苜蓿草的价格上涨了约10%~15%。因此,奶牛养殖成本也随之出现了一定程度的上升。

在宋亮看来,当前中国奶牛存在养殖成本高的问题。他表示,现在较小比例的成本变动都会对奶牛养殖户产生较大影响,而奶牛养殖户很难自己把成本降下来。未来,奶牛养殖成本将会出现一定幅度的上升,养殖户或养殖企业不可避免会出现亏损。

业内人士表示,国内奶源价格高、企业生产成本高涨的问题短期内不可能得到解决,如果成本继续上涨,打“价格战”对各家乳企来说都将是一种负担。不过,国内乳企众多,但绝大部分企业规模较小,价格成为竞争的关键因素,各家乳企不可能舍弃促销这一手段。(北京商报)

产业发展追不上市场需求 羊奶业谋划转型升级

在消费者对羊奶认可度持续提升、国内羊奶市场持续做大的情况下,国内羊奶的从业者认识到产业发展已经追不上市场需求,而解决这一问题的关键就在于羊奶行业的转型升级。

相较于牛奶,羊奶中含有200多种营养物质和生物活性因子,以其营养丰富、易于吸收等优点被视为乳品中的精品,被称为“奶中之王”,是世界上公认的最接近人奶的乳品。在国内,羊奶市场已经历了近10年的发展,认可度逐渐提高,市场规模也在不断扩大。

在业内专家看来,羊奶粉市场规模的增速在20%至30%,甚至有些企业达到30%以上。而支撑羊奶粉高增长的因素除了二孩放开、消费者对羊奶粉认知度提升以外,还有消费升级背景下婴幼儿奶粉企业在寻找差异化定位。

不过,羊奶市场的快速



发展,让从业者感受到转型升级的压力。红星美羚总经理助理刘润东坦言,中国羊乳产业的发展需要突破市场发育与产业发展阶段不相匹配的瓶颈。

产业瓶颈形成的原因在很大程度上归因于技术的滞后。作为婴幼儿奶粉中不可替代的原料,国内羊奶产业对乳清粉需求几乎完全依赖进口满足,这导致国内羊奶厂商对于国外乳清粉制造商缺少议价能力。

业内人士介绍说,随着羊奶企业扎堆“纯羊”概念,作为核心原料之一且主要依赖进口的羊乳清粉出现了供需紧张,价格暴涨,甚至出现了“有价无货”的现象。2014年以来,羊乳清粉的价格从每吨6万元涨到最高价超过每吨10万元,2017年上半年,D90脱盐羊乳清粉报价每吨13万元,11月涨至每吨15万元,最高时达到每吨25万元,至少是牛乳清粉价格的5倍。

日前,国内首条1500吨

羊乳清粉生产线日前正式在陕西投产,该项目被寄望于平抑进口羊乳清粉高企的价格。刘润东表示,羊乳企业需要通过构建完整产业链,推动产业技术进步来解决问题。此外,还必须加速引入优良奶羊品种,推进奶源建设。

值得关注的是,羊奶市场的商机已经为多地所关注。陕西省工业和信息化厅工业处处长张康宁表示,陕西把羊奶产业作为重要产业发展,省政府报告中也提出了打造千亿羊乳产业这样一个奋斗目标。该省很快就会发布千亿羊乳产业的规划。

对于产业发展的未来,刘润东表示要从两个方面考虑。从企业来说,要坚守纯鲜羊奶加工,在确保符合国家菌群落硬性标准同时,做到保持产品拥有营养活性;从市场来讲,要做好科普教育,让国内消费者像选择牛奶粉一样把选择羊奶粉变成常态。(中新网)

上半年老白干酒净利同比增208%

本报讯 近日,河北衡水老白干酒股份有限公司(以下简称:“老白干酒”)发布公告称:2018年半年度营业收入为14.59亿元,与上年同期相比增加31.78%。实现归属于上市公司股东的净利润为1.46亿元,与上年同期相比,同比增加208%左右。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为1.24亿元,与上年同期相比,同比增加194%。

老白干酒表示,上半年度业绩增长的主要是不断地梳理产品线,优化产品结构,深化市场建设,2018年上半年度主营业务收入增长,毛利率增加,费用率下降,利润增加所致。

公司于2018年4月份完成对丰联酒业控股集团有限公司的收购,对丰联酒业进行合并报表,合并范围变动带来收入增加,利润增加所致。上半年公司出售深南种猪分公司,资产处置收益增加所致。

资料显示,老白干酒主要从事白酒的生产与销售,主要产品为衡水老白干系列酒、承德乾隆醉系列酒、文王贡系列酒、武陵系列酒、孔府家系列酒。