

去年奶类产量居世界第三 我国现代奶业建设稳步推进

8月22日,《中国奶业质量报告(2018)》新闻发布会在北京举行。会上,中国奶业协会和农业农村部奶及奶制品质量监督检验测试中心(北京)向社会公开发布《中国奶业质量报告(2018)》(以下简称《报告》)。中国奶业协会副会长兼秘书长刘亚清表示,近年来,中国奶业以优质安全、绿色发展为核心目标,加快变革与创新。目前,乳品产量总体稳定,质量持续提升,现代奶业建设稳步推进,监管工作成效显著。

乳品质量安全持续提升

《报告》显示,2017年,我国奶类产量3655万吨,仅次于印度和美国,居世界第三位,约占全球产量的4.5%;乳制品产量2935万吨,同比增长4.2%,比2012年增长15.3%;中国规模以上乳制品制造企业主营业务收入3590亿元,同比增长6.8%,比2012年增长43.5%,利润总额244.9亿元。

乳品安全方面,2017年生鲜乳抽检合格率99.8%,三聚氰胺

等重点监控违禁添加物抽检合格率连续9年保持100%,乳制品抽检合格率99.2%,婴幼儿配方乳粉抽检合格率99.5%;乳品质量方面,2017年,农业农村部对4300余批次生鲜乳样品进行监测,乳脂肪平均值为3.80g/100g,乳蛋白平均值为3.23g/100g,菌落总数平均值为31.3万CFU/ml,体细胞数平均值为30.9万个/ml,这些反映牛奶营养品质的主要指标都达到历史最好水平。

针对消费者关注的婴幼儿配方奶粉,相关政府部门已连续9年组织实施生鲜乳质量安全监测计划和专项整治行动,监测范围覆盖所有奶站和运输车,落实“确保婴幼儿配方乳粉奶源安全六项措施”,强化婴幼儿乳粉奶源监管,仅2017年抽检生鲜乳样品2.3万批次,现场检查奶站1.03万个(次)和运输车0.83万辆(次)。同时,严格进口乳制品监管,未准入境乳制品244批次,已全部按要求退货或销毁。

对此,国家奶牛产业技术体系首席科学家、中国农业大学教授李胜利表示:“奶源是决定乳

品质量的关键,没有好奶源,优质乳制品生产将是无源之水,无本之木。”

经过多年不断的努力,我国奶牛养殖总体水平和生鲜乳安全水平大幅提升。《报告》显示,2017年,全国荷斯坦奶牛平均单产7.0吨,同比增长0.6吨,比2012年增长1.4吨。存栏100头以上奶牛规模养殖比重达到58.3%,同比提高6个百分点,比2012年提高21.1个百分点。规模牧场100%实现机械化挤奶,90%以上配备全混合日粮(TMR)搅拌车。奶农专业合作社达到16181个,同比增加0.9%。伊利等多家企业,运用现代高科技,围绕乳品质量安全,实现智能工厂管控和全球产业链全景化与透明性。

乳品消费市场需科学引导

当前我国奶业发展迅速,乳品质量稳步提升,但消费方面仍表现乏力。《报告》显示,2017年全国人均乳制品消费折合生鲜乳只有36.9公斤,主要以液态奶消费为主,是亚洲平

均水平的1/2,是世界平均水平的1/3,是发达国家平均水平的1/10,比发展中国家平均水平还低约40公斤。

如果以奶酪消费作对比,美国奶酪人均消费16.7公斤,折合生鲜乳167公斤,欧盟奶酪人均消费18.6公斤,折合生鲜乳186公斤;我国奶酪人均消费仅0.1公斤,折合生鲜乳仅1公斤。

近年来,进口乳制品增长迅速。2017年,我国全年进口乳制品247.1万吨,同比增长13.5%,折合生鲜乳1484.7万吨,进口总额88亿美元。进口数量最大的前四种乳制品分别为大包乳粉、液态奶、乳清粉、婴幼儿配方乳粉,分别占29%、28.4%、21.4%和12%。

目前,市场上国产奶和进口奶品类繁多,谈到消费者应如何理性选择,农业农村部奶及奶制品质量监督检验测试(北京)中心主任、中国农业科学院研究员王加启介绍了两者之间的区别。据介绍,对此,农业农村部奶产品质量安全风险评估实验室(北京)连续三年在国内20多个大中城市的超市内,对国产液态奶和进口液态奶进行抽样评估和比较研究,

主要区别体现在以下三个方面:

首先,进口液态奶保质期偏长。评估分析发现,国产巴氏奶的平均保质期为6天,而进口巴氏奶的平均保质期为16天。国产UHT奶的平均保质期为182天,进口UHT奶的平均保质期达到318天。其次,进口液态奶中活性蛋白质因子含量显著偏低。对牛奶中β-乳球蛋白和乳铁蛋白等活性蛋白检测评估发现,国产液态奶普遍高于进口液态奶;检测评估还发现,进口液态奶糠氨酸含量偏高。在国际上,把糠氨酸含量作为反映牛奶热加工程度的一个敏感指标。糠氨酸含量过高,表明牛奶的受热程度高、保存时间长或者运输距离远。评估结果表明,进口液态奶中糠氨酸的含量普遍高于国产液态奶。

王加启认为,进口奶在生产国可能是优质奶,但出口到中国,需经历运输距离远、保存时间长、加工温度高三大挑战,所以品质方面会有所下降。牛奶是鲜活食品,消费者在选择时应尽量选择在当地生产的产品。

(新华网)

中国优质乳标识制度在厦门公布

本报讯 在8月20日于厦门召开的第二届中国优质乳工程巴氏鲜奶发展论坛上,中国优质乳工程团队公布并正式实施优质乳标识制度,规定只有全品项通过验收的乳品企业,才能在产品上使用优质乳标识。

“通过优质乳标识管理制度,把产品的原料等级、加工工艺、品质高低全部标识出来,让消费者明明白白消费。”国家奶业科技创新联盟郑楠博士表示。

始于2014年的中国优质乳工程被业内称作“现代奶业革命”,由中国农业科学院奶业创新团队主导,吸引诸多乳企参与。优质乳工程所设定的牛奶标准要高于国家标准,旨在从奶源、加工、冷链、标识等方面入手,全方位提升中国奶业水平。

据了解,2017年全国生鲜乳产品的抽检合格率达99.8%,各项指标看齐世界先进水平。2017年我国进口的乳制品折合成生鲜乳约1485万吨,形成“身边的新鲜好奶却卖不过来自远方的洋奶”的怪象。

农业农村部奶及奶制品质量监督检验测试中心(北京)主任王加启说:“希望通过实施中国优质乳工程,普及巴氏鲜奶,让本土奶企发挥本土区位优势,提升民族奶业核心竞争力。”

同时,国家奶业科技创新联盟在论坛上首次公布了中国优质乳工程的技术规范。中国农业科学院副院长梅旭荣说:优质乳标识制度和技术规范的正式公布,标志着国家奶业科技创新联盟迈上了新台阶。

三元上半年营收同比增22.8%

本报讯 8月29日,三元股份发布了2018年半年报,财报显示,报告期内,三元的营业收入约为37.95亿元,同比增长22.8%;归属于上市公司股东的净利润接近1.25亿元,同比增长185%以上,而去年同期该数字为0.44亿元。

对于今年上半年公司净利润激增,三元表示,主要是本期主营业务乳制品销售同比增加以及法国Bras-sica Holdings公司纳入公司合并范围增加收入。

目前,从大背景来看,在行业供需格局改善背景下,乳制品行业量价齐升,复苏趋势逐步确立,乳业竞争格局明晰,乳制品行业壁垒逐渐抬高,企业聚焦产品创新,提高质量,不断满足消费者消费升级需求。并且,三四线城市市场空间巨大,企业纷纷采取“渠道下沉”和“区域深耕”的营销策略。

对于乳品企业纷纷选择渠道下沉的战略,三元股份方面此次也表示,配方注册制落地后,外资乳品企业纷纷将目光瞄准我国三四线城市,乳品行

业正在由传统营销向新营销转型,市场出现“线下体验,线上购买”的局面。今后,公司将更加重视渠道建设,深耕到户和电商渠道,加大销售渠道下沉力度,并大力推动渠道纵深发展,巩固和提高市场份额。

根据三元股份方面的预计,未来,国内乳制品行业将持续稳定增长,乳品行业呈现纯牛奶高端化、低温酸奶多元化等发展趋势。同时,奶业国际合作不断扩大,国内外交流沟通日益频繁。

蒙牛上半年收入超300亿元

本报讯 8月30日,蒙牛乳业(2319.HK)在港发布2018年中期业绩公告。上半年,蒙牛实现销售收入344.74亿元,同比增长17%;净利润15.62亿元,同比增长38.5%,增幅远超行业水平。

蒙牛乳业表示,在市场竞争日趋激烈,综合成本不断提升的背景下,蒙牛依托结构改善调整利润空间,依托新兴业务布局未来发展,依托营销创新提升品牌美誉,依托渠道拓展提升销售业绩,呈现出高质量、可持续的成长态势。

上半年,蒙牛各主体业务板块均实现快速增长,高附加值的明星产品以及奶粉板块的出色表现,促进了集

团整体利润的大幅改善。常温品类中,特仑苏、基础白奶、花色奶、常温酸奶等表现均超过预期。低温品类则继续稳居市场份额首位,冠益乳BB-12、欧式炭烧酸奶等产品均保持较高成长幅度。冰淇淋业务稳步迈进,达成双位数增长。奶粉业务销售收入实现超过60%的突破式增长,雅士利扭亏为盈。而被称为蒙牛增长新引擎的鲜奶、奶酪、植物基、海外四个新业务单元,均表现出良好的成长态势,为集团未来业绩提供了可持续的发展空间。

渠道建设方面,蒙牛在传统领域与新零售领域同步发力。上半年,蒙牛持续加大在三四线城市布

局的力度,在镇、村一级的网点数量较去年同期大幅增加。新零售领域的收入在蒙牛的销售占比也不断提升,上半年,蒙牛电商的销售收入增长60%,线上品类也从常温奶扩张到低温酸奶、冰淇淋,在“6·18电商节”活动中,蒙牛再夺全网销售冠军。

在传统商超、电商渠道之外,蒙牛在快消品牌中率先试水社交零售模式。今年年初推出的“慢燃”纤维奶昔牛奶,瞄准日趋火爆的体重管理市场,启用了与消费者直接交流的“一对一”的新零售渠道,迅速成为爆品。这种创新型的营销模式,未来将在蒙牛的业务中占据更重要的位置。