

中国奶业产业链发展欠均衡

破局或靠上下游利益联动

在近日举行的2018中国奶业20强(D20)峰会上,国家市场监管总局有关人士表示,当前国产婴幼儿配方奶粉质量正处于历史最好时期,近三年抽检合格率达到99%以上。尽管当前国内奶业处在发展振兴的新阶段,奶业质量、产品安全均达到了历时最高水平,消费者的信心也逐渐恢复,但奶业发展仍然面临着产业发展不均衡、不充分等问题,如进口奶的冲击依然强烈、产业链发展明显失衡、消费增长缓慢。那么,我国奶业发展的未来方向在哪里?

“近年来我国奶业发展取得了历史性变化,面貌焕然一新。然而,中国奶业发展不平衡、不充分的问题仍然突出。”在近日于呼伦贝尔举办的2018年中国奶业20强(D20)峰会上,农业农村部副部长于康震这样说道。

作为中国奶制品行业的高层次会议,今年D20峰会主题聚焦在“全力推进高质量发展、做强做优中国奶业”。《每日经济新闻》记者了解到,中国目前已迈入奶业大国的行列。然而,成为奶业强国、实现奶业高质量发展却依旧在路上。其中,上游养殖乳企持续承压、养殖加工发展不平衡的问题依旧严峻。与下游乳企纷纷刷新业绩的情况相反,上游养殖企业在今年上半年几乎陷入了全线亏损的境地。有养殖企业代表发言称,当前国内牧场正面临投资大、周期长、融资难、财务费用高、环保压力大等诸多难题。

在此背景下,奶业发展上下游利益联动、下游企业帮扶上游

企业渡过难关正成为行业内的共识。于康震表示,养殖和加工关联度高,一荣俱荣、一损俱损。乳企和奶农应牢固树立利益共同体、命运共同体意识,共担风险、共享成果。

上游养殖乳企持续承压

优质的奶源是国家奶业发展的根本要素,养殖企业的兴衰也决定了奶瓶子是否能牢牢掌握在国人的手中。然而,我国的原奶行业当前却陷入了凛冽的寒冬,企业的日子愈发艰难。

农业农村部数据显示,今年1-8月,原奶收购价格连续下跌,奶牛养殖企业也纷纷陷入亏损境地。在本届D20峰会上,中国奶业协会副秘书长张智山表示,我国奶牛养殖行业的经济效益较差,一半处于亏损状态。

梳理发现,在上市公司领域,现代牧业、原生态牧业和西部牧业三家公司都于2016年出现亏损,且持续亏损至今。而中

国圣牧以高达11.86亿元的净亏损成为今年上半年亏损幅度最大的原奶行业上市公司。

一些企业代表也在本次峰会上总结了上游行业当前面临的诸多发展困境。中地乳业集团有限公司董事长张建设在发言时表示,规模化牧场是奶源基地发展的主力军,牧场效益是奶源发展的驱动力,没有效益就没有发展。但目前,牧场普遍面临着投资大、周期长、融资难、财务费用高、环保压力大等难题。此外,有奶牛养殖从业者曾对记者表示,低廉进口原料奶也成为冲击奶价和上游企业盈利的一大原因。

而随着奶牛养殖企业的经营业绩普遍走低,国内目前的退奶情况也愈发严峻。中国奶业协会提供给记者的数据显示,2016年,我国100头以上的规模养殖场有8600个;而到了2017年,这一数字减少至7100个。国内的规模牛场数量出现大幅下降与国家正积极推进的标准

化规模养殖的目标背道而驰。

今年6月,国务院办公厅印发《关于推进奶业振兴保障乳品质量安全的意见》,其中提出到2020年国内奶源自给率保持在70%以上的任务。不过就目前上游企业普遍亏损、持续退奶的背景来看,奶源自给率上升的任务显得十分艰巨。

上下游联动发展或为破局之路

与上游养殖乳企普遍承压的情况不同,下游加工企业的业绩大多走高,奶业产业链发展不均衡的态势更加明显。

对于这种情况,加强奶业上下游产业链的结合,上下游企业联动发展成为当前业界的共识。峰会中,于康震在谈到奶业振兴时指出,要坚持和谐兴奶业,乳企和奶农共担风险、共享成果,让养殖加工联结更加紧密。

峰会中,蒙牛集团CEO卢

敏放表示,要支持产业链上游,帮助奶农种好草、养好牛、产好奶。通过科学制定奶价,平衡供需矛盾,帮助供奶方稳定养殖收益;推广管理体系,帮助牧场提升效益;开展金融帮扶,解决牧场的资金难题。

作为另一大下游乳企,伊利集团也有帮扶上游企业的实践尝试。据伊利集团执行总裁张剑秋介绍,截至今年6月,伊利已为近4000户产业链上下游合作伙伴累计提供了206亿元的金融支持,有效解决了他们的融资难题,推动了产业链协同发展。

此外,在下游企业看来,国家层面的帮扶和专业化发展也是走出困境的重要因素。张建设对此提出了六点建议:逐渐提升生鲜乳国家标准引领发展;加大政策扶持力度,促进发展;价格协商符合第三方评价,公平发展;利益联结协调发展;种养加一体化共同发展;精细化管理,高质量发展。

(每日经济网)

中国将成为全球第二大葡萄酒市场

本报讯 据报道,全球的葡萄酒贸易近年来稳步增长,去年葡萄酒贸易量达到了108亿升,贸易额达到346亿美元,有报告预测,在未来的4年,葡萄酒将继续领跑全球酒类消费增幅,而增长的推动力之一将是来自中国的需求。预计到2021年,中国的葡萄酒市场规模有望达到230亿美元,取代英国,成为仅次于美国的第二大葡萄酒市场。

面对巨大的中国市场,张裕采取“以全球谋中国,以整理谋局部”的全球化竞争策略。“如果这个品牌放到国际市场上都相当有竞争力,你为什么还要害怕在国内市场的竞争?”烟台张裕葡萄酒股份有限公司总经理孙健曾一语道出了中国葡萄酒的自信。

目前,经过全球优质资源的收购与整合,张裕已经打造了“跨越新旧

世界,纵横南北半球”的全球布局。2017年,按照世界银行“人均年收入2.5~25万元”的标准,我国中等收入群体已超3亿人。张裕董事长周洪江表示,中国经济发展态势整体趋好,消费升级将会推动中国葡萄酒迎来黄金10年的发展期。未来的黄金10年,张裕将用世界眼光做大中国品牌、用国际标准做强中国张裕,使张裕成为更多消费者认可的国际品牌。

新疆驼奶产品将“远渡”美国加州

本报讯 价值百万元(人民币,下同)的驼奶产品将渡过太平洋,从中国新疆抵达美国加利福尼亚州,为当地糖尿病患者带来福音。

8日获悉,在刚过去的“十一”假期里,新疆旺源生物科技集团接到来自美国加利福尼亚州的百万元订货单,这笔订货单不仅拓宽了新疆驼奶产品走向国际市场的大门,同时让该企业带动农民、牧民增收致富的能力更强,范围更广。

据悉,今年9月,加利福尼亚

州的商人阿奇莫夫将朋友赠送的一罐旺源驼初乳给患有糖尿病的父亲食用,其父亲的精神状态得到好转的同时,糖尿病指标也有明显变化。之后,阿奇莫夫登录中国电商平台购买了一箱旺源驼初乳,在经过10余天的路程后,成功到达阿奇莫夫手中后,给其父亲食用。

在考察当地市场需求后,阿奇莫夫的美国健康食品公司与旺源集团达成共识,成为旺源集团加利福

尼亚州的代理商,在“十一”期间首次订货100万元的驼奶产品。阿奇莫夫将与加利福尼亚州糖尿病协会合作,驼奶产品将作为辅助治疗糖尿病病人的食品进行推广。阿奇莫夫称,随着产品推广面的不断扩大,公司后期的进货量将会根据需要进行增加。

被誉为“沙漠白金”“营养中的黄金”的骆驼奶有很高的医疗和养生价值,对糖尿病、肝病、肿瘤等有治疗和保健功效。

调查显示我国百姓摄入乳制品结构相对单一

本报讯 中国乳制品工业协会近日发布调查报告显示,我国百姓摄入乳制品结构相对单一,约22.5%的百姓每天喝奶量能够达到300克及以上。专家鼓励百姓多元摄入乳制品,形成正确摄入乳制品习惯。

中国乳制品工业协会、中国医疗保健国际交流促进会等近日联合发布《2018年中国人奶商指数报告》。《报告》显示,我国百姓对摄入乳制品的意识较高,但相应知识不够,摄入乳制品量少、结构单一。

《报告》显示,约22.5%的百姓每天喝奶量能够达到300克及以上。食用乳制品结构相对单一,大多数人只喝牛奶或酸奶,经常食用其他乳制品的人不足20%。

专家建议加强乳制品饮用常识科普,培养正确的意识和习惯,鼓励企业研发更加多元的产品,改善和丰富人们摄入乳制品的结构,满足市场需求。

本项调查2018年年初启动,覆盖全国20个城市。