

企业纷纷布局鲜奶消费市场

一个新鲜的风口来了!全国一年卖出3000多亿元,企业纷纷“下手”!

日前,农业农村部等九部委联合发布的《关于进一步促进奶业振兴的若干意见》明确提出,要重点生产巴氏杀菌乳、发酵乳、奶酪等乳制品,积极培育鲜奶消费市场。

市场上对“新鲜奶”的呼声日益高涨,消费者的消费有什么新趋势?记者进行了相关调查。

鲜奶销量增长迅速

深圳的陈女士家有喝鲜奶的习惯,她每天都会到超市购买新鲜牛奶。近几年,她发现鲜奶的价格有一些上涨,尽管上涨,她还是选择了鲜奶。

深圳市民陈女士:每年都有涨,涨一块、两块都有。鲜奶对小孩和大人比较好。

记者走访深圳多家超市发

现,原来一些促销的牛奶品牌,现在减少了促销活动。从今年1月初开始,不少液态奶价格开始上涨。液态奶的价格上涨,并不影响各种鲜奶的上架,鲜奶在冷温冷藏区开始占据了越来越重要的位置。

盒马鲜生深圳区域日日鲜采购经理叶纪田:后来也发现客户非常在意鲜度,他们往往会伸手去挑选货架最里面的商品,所以,我们特地开发了一款只卖当天的鲜奶,1月、2月的生意比刚上市的时候增长了20%的样子,现在鲜奶占比为50%。

光明乳业武汉商超负责人彭超:从2019年一二月份的销售数据来看,高品质鲜奶,优倍同比增长了29%,基础鲜牛奶,同比增长21%,从整个增幅来看,更多的消费者越来越接受新鲜牛奶。

除了商超是鲜奶的主战场,

近几年,越来越多的电商平台开始销售鲜奶。记者从电商平台的页面了解到,鲜奶的售价每盒从6元至30元左右不等,保质期有1天、3天、7天等,价格普遍要高于常温奶。

京东零售子集团7FRESH生鲜负责人姚焯东:鲜奶用户主要以80后和90后年轻家庭用户为主,而且有越来越多的年轻家庭用户选择鲜奶产品,这与消费升级大趋势、国内奶业向好发展以及完善的冷链物流能力息息相关。2018年京东鲜奶日均销售10吨,鲜奶年销售规模同比增长100%,用户规模同比提升100%,并保持强劲的增长趋势。

鲜奶的畅销带动了生鲜乳价格的小幅上涨。根据中国价格信息网监测,1月全国监测城市鲜奶平均零售价格每斤为5.62元,环比涨4.9%,同比涨6.4%。同时,据农业农村部监

测,2019年1月生鲜乳价格每公斤3.61元,环比涨0.8%,同比涨3.1%。这是继2018年8月以来生鲜乳价格连续6个月上涨,累计涨幅达6.2%。

中国农垦乳业联盟经济专家组长宋亮:这些年,除了传统的低温奶企业在加快市场布局以外,像伊利、蒙牛也都在加码低温奶市场。低温酸奶这些年的增长也非常快,同比增速大概也在10%左右。高端低温产品的增速保持一个较高的增长速度,2018年上半年,高端低温产品的同比增速大概35%。

乳企积极布局低温奶生产线

随着人们生活水平的提高,营养损失较少、口感更好、更新鲜的牛奶被越来越多的消费者接受。为了争夺鲜奶这一块大蛋糕,乳制品企业纷纷布局低温

奶市场。

周本桂,是国内一家大型乳制品生产工厂的负责人,有着20年的乳制品从业经验的周本桂告诉记者,随着人们生活水平的提高,鲜奶的订单不断增加,现在他每天要紧盯鲜奶的出厂情况,今年刚过去的两个月里,他基本没有休息过。

光明乳业武汉乳品工厂厂长周本桂:2019年一二月份,同比的话,整个低温鲜奶部分增长了三成左右,为了满足消费者对鲜奶这块的需求,今年也组织了从奶源到生产到加工整个设备的改造。

随着我国乳制品标准的进一步严格明确,乳制品行业正从量争转化为质争,越来越多的乳制品企业主打“新鲜”,一些低温类产品成为各大乳企重点开发的领域。

>> 下转到15版

海鲜水饺为何认可度越来越高?

海鲜水饺,顾名思义是以海鲜食材为馅包制的一种饺子。因为用材特殊,这类水饺在全国大多数地方并不普及。关于其起源,大家比较认可的一种说法是,来自胶东半岛沿海一带,因此山东也常被称为海鲜水饺的故乡。

海鲜水饺因用材特殊,这类水饺在全国大多数地方并不普及。关于其起源,大家比较认可的一种说法是,来自胶东半岛沿海一带,因此山东也常被称为海鲜水饺的故乡。

胶东半岛盛产墨鱼、黄花鱼、鲅鱼、牡蛎等海鲜,北方人又有吃饺子的习惯,靠海吃海的山东人便发明了海鲜水饺。海鲜水饺皮薄馅白,滑嫩鲜香,所以又有“鲜从海上来”的美誉。

青岛颐尔佳食品有限公司销售经理张培云介绍,海鲜水饺取材正宗,用料新鲜,选取的是当地海鲜食材,不含添加剂,不仅较好地保存了海鲜的鲜味,还极具营养价值,是特别适合当下食品行业发展的一款产品。

笔者发现,青岛船歌食品有限公司(简称:船歌)生产的墨鱼水饺配料表中,其主料有野生墨鱼肉、猪肉,辅料为韭菜、葱、姜,产品标示无任何食品添加剂。

烟台市南沪食品有限公司

(简称:南沪)客户经理邢超军介绍,南沪做海鲜水饺有十几年了,非常注重食材的选择,除了保持原料的新鲜度,还要保证无添加剂,因此产品保质期一般只有3个月左右,比一般水饺的保质期(大多为一年)要短很多。在他看来,海鲜水饺对原料要求非常严格,必须选择好食材。因此,早期的海鲜水饺受限于原料产地属性强、用料高端、保质期短、售价高等一系列问题未能走出沿海地区。

2009年,青岛船歌第一次用餐饮的形式将海鲜水饺进行推广,鱼水饺成为其开拓市场的主打品类,由此海鲜水饺逐渐在全国有了一定的名气和地位。然而,当时受消费水平及饮食习惯、物流发展水平等因素的制约,海鲜水饺这个产品依旧没能在全国市场形成大气候。

单从品类来看,市场上比较认可的海鲜水饺单品有鲅鱼、鳕鱼、黄花鱼、墨鱼、三文鱼、金枪鱼等以鱼肉为原料的鱼水饺和皮皮虾、小龙虾等以虾为原料的虾水饺,还有少部分海参、贝类等其他原料的水饺。

厂家集中高低端并驾齐驱

在天猫官网搜索关键词“海鲜水饺”,页面上会出现几

十个海鲜水饺品牌,如船歌、泰祥、南沪、亿家知味、婵娟、菊花女、安心渔、大海边、大洋岛等。辽宁菊花女食品有限公司(简称:菊花女)张金杰介绍,海鲜水饺生产厂家多集中在环渤海湾一带,以山东省最多,东北等其他沿海地区也分布一些。理论上讲,南方沿海城市应该也是这个品类的生产集中地,但南方人不太爱吃饺子,所以目前生产厂家多集中在山东省。

据悉,约20年前就有一大批速冻食品生产企业纷纷开始生产海鲜水饺,如荣成泰祥食品股份有限公司(简称:泰祥)、青岛颐尔佳食品有限公司(简称:亿家知味)、南沪等。

随着时间的积淀,这些企业的优势地位日渐凸显,他们生产的海鲜水饺品种多,市场占有率大,年销售额高达十几亿元、二十亿元,形成了一支稳定的海鲜水饺生产大军。鉴于近几年海鲜水饺越来越受欢迎,众多中小企业也逐渐开始关注这个品类。

泰祥总经理席永进介绍,早期受价格相对较高、国内消费水平较低等条件限制,海鲜水饺多用于出口。作为第一批海鲜水饺生产企业,泰祥曾以出口为主,该业务占公司大部分销售份额。近几年,随着国

内消费升级,泰祥开始调整战略,由出口转向内销,并依旧沿用出口标准生产海鲜水饺,产品在国内市场非常受欢迎。

单就海鲜水饺价格来看,厂家对于海鲜水饺的开发呈现出高低端截然不同的态度。高端产品价格是低端产品的两倍左右,即使低端产品的售价也要比普通馅料的水饺高很多。

据了解,一般具备一定规模的企业多走高端路线,中小企业则多选择生产一些更实惠的产品。张金杰介绍,海鲜水饺价格之所以有这么大的差异,主要是由海鲜食材的质量和占比决定的,占比高价格必然也高。

餐饮助力海鲜水饺顺势而飞

邢超军表示,近两年,随着餐饮端明显发力,海鲜水饺销量大增,尤其是中高端饭店贡献了很大份额,而终端消费者销量表现却不明显。

张培云介绍,海鲜水饺价格普遍较高,在一般小超市没有市场,所以目前的销售渠道主要在高端商超和高端餐饮等场所。随着早期市场培育的完成,人们对海鲜水饺的认可度越来越高,这个品类具有走向全国市场的潜质,但限于其属于“娇气产品”,对冷藏条件有

严苛要求,所以线上销售情况不尽如人意。

近两年,随着传统商超等数量不断的减少,线上销售变得火爆,如果能解决最后3公里的问题,终端市场销量将会有一个较大幅度的增长。尽管如此,张金杰仍很看好海鲜水饺的市场。

一是品质好、定位高端是其卖点,口味延伸也不是问题。当下,虾爬子、墨鱼、海参等比较受欢迎,下一个风口或许是鱿鱼、八爪鱼等新口味。

二是经销商普遍比较认可这个品类,全国市场缺口依然很大,给厂家留了较大的发挥空间。但早期一些中小企业起步时,由于没有品牌观念,销售和经营仅限于产地周围,导致全国市场仍处于小混乱阶段。

在这种状况下,市场洗牌在即,厂家想要布局全国市场,需要具有敏锐的嗅觉,改变闭塞思维,在营销思路、销售手段上多做文章,尝试开拓一些新渠道。例如,针对某些品类难以实现机械化生产的问题,厂家可以考虑开设饺子直营店做连锁快餐,借用原材料直供优势,在餐饮端寻求突破,进而解决最后3公里的供应难题以及大规模网配难题。

(中国渔业报)