

《中国乳制品行业现阶段发展趋势报告》发布

建议严格跨境购监管 加强食安谣言治理

由国务院食安办指导,经济日报社主办,中国经济网承办的第十一届中国食品安全论坛分论坛——“中国乳业十年”6月24日下午在京举办。论坛上,《中国乳制品行业现阶段发展趋势报告》(以下简称《报告》)发布。

《报告》指出,近十年来,我国奶牛养殖规模化、标准化水平提高,生产效率提升,牛奶年产量稳定在3000万吨左右。值得注意的是,测算发现,进口乳粉与国内生鲜乳价差超过1元/千克时,乳企将采用进口乳粉作为原料,采购国内生鲜乳的积极性下降,从而引起国内生鲜乳价格下跌。

《报告》指出,从2014年以来,生鲜乳价格持续下行,并连续4年处于低迷态势,截至2018年7月,国内奶牛养殖户总数只有3.56万户,较2011年大幅下降九成。2018年下半年后一直保持小幅增长,并在2019年2月份出现2015年以来历史高点。预计2019年国内奶价呈温和上涨态势,整体涨幅不会太大。

在影响生产的因素分析方面,《报告》指出,由于国家扶持力度较大,推进奶业振兴;监管力度增强,质量安全提升;乳企技术升级,生产逐渐智能化。不

仅使我国乳制品抽检合格率连续数年高达99%以上,质量安全水平为历史最好时期。而且,依托大数据、云计算、智能化、物联网等新技术,伊利、蒙牛、光明乳业、君乐宝、飞鹤等已全面升级乳业生产智能化水平。

《报告》指出,从消费现状看,一是高端化、低温化产品需求旺盛。尼尔森数据显示,2017年下半年至2018上半年,我国低温奶销量同比增长5.9%;低温酸奶市场增长也很快,平均增速也在10%左右。同时,消费向品质化、高端化升级,如羊奶粉、有机奶粉被广为接受。再者,特殊医学用途配方食品(简称“特医食品”)等特殊配方奶粉市场潜力巨大,国内外主要乳企都在推进特医食品市场拓展步伐。

二是低线市场增长快、品牌观念增强。三四线城市及农村市场液态类乳品零售额明显高于一二线城市同类产品零售额增速,农村地区消费者也开始注重品牌消费。

三是低线城市消费能力较强、市场竞争趋烈。三四线城市消费能力提高,但由于乳制品消费习惯形成中,对奶粉认知度偏低,国外品牌具有质量安全“先发”优势,更具消费偏好。国产奶粉也将面临国外品牌渠道下

沉所带来以提升集中度为核心的“大吃小、强吃弱”残酷市场竞争挑战。

四是电商渠道乳制品销售增长迅猛。2017年我国已成为全球最大的电商消费国,跨境电商销售数据分析显示,购买奶粉人数最多。但是,由此也带来电商渠道产品假冒伪劣问题层出不穷,跨境电商成了许多不法分子及不良商家走私假冒洋奶粉的集散地,尤其是雅培、美赞臣、雀巢等国外知名品牌奶粉,频繁被“假冒”。

在进出口贸易方面,《报告》指出,2008年是我国乳制品贸易的“分水岭”。因“三聚氰胺”事件,导致国产乳制品被全球多国“封锁”,出口一度停滞,进口大幅增加。从进口品类看,我国进口的乳制品主要有奶粉、鲜奶、乳清粉、婴幼儿配方乳粉,其中奶粉进口量占比最大,其次是鲜奶。不过,在《电商法》出台后,以前靠“赚差价、不缴税”的代购,利润空间被压缩,市场规模萎缩,这对进一步规范跨境电商,保障国内消费者食品安全具有重要意义。此外,中国自由贸易化程度提高,推动乳企加快参与国际化,促使乳制品贸易快速发展,主要体现在两个方面:一是“一带一路”提高了我国乳企

与沿线国家的乳制品贸易投资合作的机会。蒙牛、伊利、君乐宝等在“一带一路”沿线国家开展奶源、研发、生产等方面合作,并将产品出口到多个国家,加快走出去。二是中新和中澳自贸协定签订对我国乳制品进口影响较大。目前,我国已与20多个国家签订自贸协定,其中与新西兰、澳大利亚两国签订的自贸协定对我国乳制品进口影响最大,将提高从两国进口乳制品的数量,且进口价格将更趋于合理。

为适应国内外市场需求,不断加大转型升级和创新力度,具有两个显著特征:一是乳制品企业并购经历了2011-2014和2017至今两个阶段。二是乳制品在国际化发展方面,不仅获得国外优质价廉乳资源,有效补充了国内乳资源;而且,迎合国内消费市场需要,提高品牌美誉度和综合竞争能力,提升了企业技术、管理水平,增强竞争力。

《报告》指出,未来中国乳品在国内市场上呈现出如下特征:乳品消费升级加快,产品结构不断升级;产品质量监管趋严,产业链联系更紧密;企业兼并重组加快,行业集中程度提升;进口量将继续增长,向深加工产品倾

斜;“少子老龄化”加剧,服务消费成主流。在国际市场化发展方面则呈现出如下特点:进入国际品牌打造阶段、品牌国际化进程加快。

为推动中国乳业未来国内外市场的快速稳健发展,《报告》提出了三条发展建议:一是严格跨境购监管,政府继续完善建立相关法律法规,从政策层面有效规制跨境电商企业和平台的违法行为,提高消费者维权意识,保护自身合法权益。二是强化液态奶监管,整顿品牌杂乱现象。我国乳制品主要消费产品是液态奶,占比超85%。目前,随着液态奶进口数量和品牌不断增加,我国液态奶市场面临品牌“杂、乱”,代加工产品鱼龙混杂,质量安全风险增加等问题。因此,整顿液态奶品牌乱象,提高行业准入门槛,优化产品结构,提升产品品质,保障液态奶消费安全,应成为行业监管的重点之一。三是加强食安谣言治理,促进消费信心恢复。近年来,社交媒体、网络软件等新兴媒体流行,加快乳业网络谣言传播速度,影响面大,危害性大。因此,构建良好健康的乳业消费环境,提升乳品消费信心成为现阶段我国乳业发展的首要。

(中国经济网)

白酒板块今年以来市值增近万亿元

白酒板块目前坐拥四只“百元股”、贵州茅台逼近千元关口、“市值亚军”五粮液再创历史新高……年初以来,白酒板块已经累涨超七成,领涨中信二级行业板块,成为食品饮料板块甚至大消费板块的中坚力量。

6月24日,白酒股集体强势上攻,两大龙头五粮液和贵州茅台股价均创历史新高。Wind数据显示,白酒板块年初以来涨幅已高达75.19%,最新总市值已达2.29万亿元,相较于年初,其总市值增加逾9600亿元。市场人士分析,随着A股“入富”等因素发酵,一直受外资青睐的消费板块仍有望保持向上势头,而白酒板块强势行情也有望继续演绎。

龙头品种连创新高

24日,白酒板块成为A股市场一大亮点,截至收盘,白酒概念板块上涨1.26%,大多数个股均收涨,其中顺鑫农业涨5.58%,口子窖、山西汾酒、泸州老窖、舍得酒业、洋河股份纷纷跟涨。尤为亮眼的是,白酒板块市值最大的两大龙头股贵州茅台和五粮液股价盘中双双创下历史新高。

上午盘中,A股市场白酒板块

“市值冠军”贵州茅台股价一度达到999.69元,打破了该股此前创造的990元的最高纪录,距“千元股”仅一步之遥;不过午后涨幅缩小,最终收涨1.11%报987.10点,成交额达45.3亿元,最新总市值为1.24万亿元。

消息面上,公司日前发布2018年年度权益分派实施方案,分红将在本周执行,拟每股派现金红利14.539元,共计派发现金红利182.64亿元。据分析计算,若加上此次分红,该公司上市18年来累计分红将高达757亿元。

板块“市值亚军”五粮液当日收涨1.84%报115.05元,盘中也一度涨至117.40元,创历史最高点。

值得注意的是,19只个股组成的白酒板块目前坐拥四只“百元股”,占据两市全部百元股总数的四分之一;白酒板块也是今年新冠A股的二级板块(中信)。

获得资金认可

2015年以来的四年间,白酒和调味品支撑起的食品饮料股行情展现出“穿越牛熊”的优势;特别是今年以来,受益于消费升级的优质龙头公司持续跑赢大盘并受到外资青睐。在白酒板块逾9600亿元

的市值增量中,行业龙头贵州茅台贡献了近5000亿元,为白酒牛市打下“半壁江山”。

券商机构普遍认为,优质龙头公司驱动的白酒板块上涨,成为了今年食品饮料板块涨幅领衔各大行业板块的主要引擎和大消费股走强的中坚力量。而受益于行业周期和外资持续青睐,白酒龙头股强劲行情具有可持续性。

市场人士分析,随着A股“入富”等因素发酵,增量外资入场或进一步助推消费类核心资产走强。国盛证券此前的研究表明,外资入场节奏与大消费为代表的核心资产走势密切相关。不少机构认为,外资对白酒股长期战略性配置,会使得整个板块估值稳步提高。

白酒股上涨还与业绩支撑密切相关;近年来,白酒行业业绩分化较为严重,以贵州茅台、五粮液为代表的高端白酒业绩增速迅猛,而低端酒增速放缓;此轮白酒周期是结构性繁荣,白酒板块的龙头股将更容易充分受益。

有分析人士称,白酒行业是持续增长的消费白马行业,未来或将受到越来越多资金的认可。高端白酒仍具备一定上涨空间,“强者恒强”或成为该板块的一个显著现象。

月饼原料成本升 销售价涨幅不大



本报讯 中秋节月饼市场硝烟再起。结合消费升级特点,广州今年月饼市场也有较大调整;其中产能落后品牌逐步淘汰,品牌集中的趋势越来越明显,消费者更加年轻,80后、90后已经成为月饼消费的主力。据悉,今年月饼原料成本整体上涨,部分月饼品牌价格也有小幅上涨。

广州酒家相关负责人表示,近年月饼市场的消费者更加年轻,月饼行业需要不断创新来应对市场变化。对此,近几年也推出了创新口味的月饼,包括冰皮、奶黄、流心系列。

岭南集团旗下酒店近年来也加大了月饼市场的投入和创新,集团旗下中国大酒店的月饼创意不断,推出广州本地文化浓郁的包装设计,推高了销售行情。

据悉,今年月饼的原料成本整体上涨,月饼馅料所需要的莲子、五仁类的成本比去年成本上涨了不少。此外,月饼包装的成本和人力成本整体也有不同程度上涨。不过,记者观察到,消费者青睐性价比高、实惠的月饼礼盒,今年月饼的整体定价比去年仅有小幅度上涨。

(广州日报)