

《中国的奶业》白皮书发布 抽检合格率连续3年超99%

本报讯 7月12日,2019中国奶业白皮书发布暨“一带一路”奶业论坛在天津举行。中国奶业协会发布了《中国的奶业》白皮书(以下简称《白皮书》)。这部《白皮书》首次用中英文向国内外介绍中国奶业的基本情况和发展现状。中国具有五千年悠久璀璨的历史,《白皮书》第一次明确提出中国也是世界奶业文明的重要发祥地之一。因为,中国出土了迄今世界最早的约3800年前的酸奶沉积物和约3600年前的奶酪实物及牛奶遗存,多部古籍中记载了饮食乳和乳制品以及制作工艺、营养功效。

奶业大发展的70年
牛奶产量比建国初期增长154倍

会上,谈到中国奶业的发展情况,中国奶业协会名誉会长刘成果表示,中国奶业发生了翻天覆地的变化,新中国的70年,是中国奶业大发展、大变革的70

年。新中国成立之初,全国牛奶产量只有20万吨,2018年达到了3075万吨,是1949年的154倍;牛奶加工厂只有零星几个,经过3年国民经济恢复调整,1952年乳制品产量也只有624吨,而2018年全国乳制品产量达到2687万吨,是1952年的4万多倍。近年来,中国奶业不论是奶畜养殖,还是乳品加工,规模化、标准化、机械化、组织化水平大幅度提升,龙头企业发展壮大,品牌建设持续推进,质量监管不断加强,产业素质日益提高,为保障乳品供给、促进奶农增收作出了积极贡献。

《白皮书》从奶类生产、乳品加工、国际贸易、消费市场和质量安全5个方面,全面叙述了中国奶业历经70年艰苦奋斗所取得的巨大成就。

经过新中国70年的建设,中国的乳品加工实现了工业化、机械化、自动化并迈向智能化,成为中国食品制造业第一大行业。2018年,中国规模以上乳品加工企业587个,主营业务收入3398.9亿元,占食品制造业主

营业务收入的18.5%,主营业务收入和增速继续保持第一并高于食品制造业平均增速。2018年全国乳制品产量2687万吨,是1952年乳制品产量的43063倍,年均增长17.5%,乳品加工实现了从微弱到强盛的跨越式发展。2000年后,乳制品制造业不仅总体规模增速很快,跨省区、集团化、上市成为明显特征,产业集中度不断提高。

《白皮书》显示,2018年,全国大中型乳品加工企业占企业总数的79%;其中6个企业主营业务收入超过100亿元,约占全国乳制品制造业主营业务收入的57%;排名前3位的企业,主营业务收入约占全国乳制品制造业主营业务收入的49.8%;排名前2位的企业进入世界乳品企业主营业务收入排名前10,亚洲排名第一、第二。

积极践行“一带一路”
倡议 提高国际竞争力

自2010年开始中国企业走出去在新西兰投资奶业成功后,

更多的中国企业积极践行“一带一路”倡议,走出去在境外投资奶业。根据中国奶业协会调查,截至2018年底,中国共有17家企业在境外投资奶业。

对此,刘成果指出,奶业的国际合作和交流不断深化,中国奶业的发展与国际奶业联系越来越紧密,中国企业要把握历史机遇,积极践行“一带一路”倡议,进行国际化布局,加快了走出去的步伐,到“一带一路”沿线多个国家去投资奶业、技术交流、贸易合作,强互补、促融合、共发展。

自中国加入WTO和建立双边自贸区后,进口量快速增长。2018年乳品、改良种用牛和牧草三大类商品进出口总额110.2亿美元,其中出口金额3.6亿美元,进口金额106.6亿美元,贸易逆差103.0亿美元,中国已成为世界乳品、奶牛和牧草最大进口国和净出口国。2018年中国乳品进出口总额、进口总额首次双双突破100亿美元,成为全球最大的乳品新兴市场。

奶以安为要。目前,中国奶业已初步建立基于风险分析和供应链管理的法律法规、技术标准、监督管理的治理体系,覆盖从牧场到餐桌全过程。据农业农村部从2009年至2018年抽检生鲜乳数据,黄曲霉素M1、铅、铬、三聚氰胺和革皮水解物等监测指标样品抽检合格率100%。

据国家市场监督管理总局公布的数据,乳制品的监督抽检合格率连续3年在99%以上,婴幼儿配方乳粉中三聚氰胺连续10年零检出,乳制品中黄曲霉毒素M1连续5年未检出。2018年国家食品安全监督抽检乳制品样品合格率为99.8%,是抽检合格率最高的一类食品。其中婴幼儿配方乳粉抽检样品合格率达到99.9%。

“到2025年,奶业实现全面振兴,基本实现现代化,奶源基地、产品加工、乳品质量和产业竞争力整体水平进入世界先进行列”,这是中国奶业新的目标。

(中国食品安全网)

■ 资讯平台

瑞幸咖啡全国门店数量达3000家

本报讯 7月16日,瑞幸咖啡第3000家门店杭州火车东站西广场店开业,该门店位于杭州火车东站到达层地段,为消费者提供大师咖啡、小鹿茶、鲜榨果蔬汁、健康轻食等产品和服务。在此之前,瑞幸咖啡提出过“无限场景”品牌战略,目前已经在咖啡厅、办公室、大学校园、加油站、休闲聚会等场景进行了布局。

瑞幸咖啡第3000家线下门店的落地,意味着距离年底要建成用户门店数超过4500家的目标又进了一步。在此前的瑞幸咖啡战略发布会上,瑞幸咖啡创始人、CEO钱治亚透露,2019年底,瑞幸计划全国门店总数超过4500家,以期成为中国最大的咖啡连锁品牌,而为了这个目标,瑞幸咖啡显然开始加快了开店和多线布局的步伐。

据瑞幸咖啡透露,将计划到2021年底前建成门店1万家。

此前,钱治亚曾公开表示,瑞幸咖啡的企业愿景是从咖啡开始,成为人们日常生活的一部分。据咨询机构沙利文《中国咖啡行业发展分析》显示,在瑞幸咖啡的顾客里,有85%的消费者认为瑞幸咖啡的口味和竞争品牌相同或者比竞争品牌更好,而86.1%的消费者在首次购

买了现磨咖啡后提高了消费频次。

从咖啡开始的瑞幸咖啡却不止于咖啡。7月8日,瑞幸咖啡在战略级新品发布会上宣布,瑞幸咖啡在全国将陆续上线10余款小鹿茶产品,这些产品中将包括芝士茶、手摇茶、牛乳茶等4个品类,从品类和数量来看,瑞幸咖啡开始全面布局茶饮市场,满足更多元化的消费需求。

前五个月巴西对华咖啡出口增长显著

本报讯 巴西咖啡出口商协会日前发布的统计数据显示,2019年1月至5月,巴西对中国咖啡出口同比增长约23%,这主要归功于中国年轻人对咖啡的兴趣与日俱增。

该协会主席纳尔逊·卡瓦良斯表示,巴西希望进一步增加对华咖啡出口。他说:“协会希望在中国市场取得更大份额。巴西咖啡质高量多,能满足不同消费群体的需求。”

卡瓦良斯说,对华咖啡出口增长主要归功于中国年轻人消费需求增长。他以瑞幸咖啡和星巴克在中国的业务增长为例说,开设咖啡店能使年轻人以更多方式饮用咖啡。

巴西是咖啡主要生产国和出口国。卡瓦良斯表示,去年在上海举行的首届中国国际进口博览会为巴西扩大对华咖啡出口提供了重要机遇。

(《经济参考报》)

农夫山泉推中端NFC果汁完善产品拼图

本报讯 日前,针对推出新品低温NFC果汁的消息,农夫山泉相关负责人表示,推出新果汁,是为了形成农夫山泉NFC果汁产品差异化,构建完整的产品体系。在业内人士看来,构建更完整的NFC果汁版图后,农夫山泉有望在这一领域获得更大市场份额。

据了解,新推出的农夫山泉低温NFC果汁,对产品口味进行了部分调整,包括三个口味。渠道则集中于线下的商超、便利店,及线上的天猫、京东等平台。产品规

格为300ml/瓶,保质期为45天,售价为9.9元/瓶。

农夫山泉相关负责人介绍,新品低温NFC果汁将依托农夫山泉原17.5°NFC果汁的全程冷链运输及储藏体系进行布局。

在中国食品产业分析师朱丹蓬看来,农夫山泉新品果汁推出后,将使得农夫山泉在NFC果汁领域的布局日趋完善,形成了高中低搭配的格局,可以满足更多的消费人群。

截至目前,农夫山泉共推出了三个系列的NFC果汁

产品。三个系列产品在原料、口感乃至售价上均有不同。其中,新推出的产品定位于中档价位。

近年来,果汁已成为饮料市场增长较快的品类。数据显示,2017年,我国果汁零售量为136亿升,2018年则上升至超140亿升。零售额方面,2018年全国果汁零售额达1071亿元,虽然纯果汁占果汁市场比例最小,但是毛利率最高、均价高,是增长最快的细分市场。2016年,纯果汁均价上涨4.1%,销量上涨9.8%,总销售额上涨

14.3%。

就农夫山泉自身发展而言,朱丹蓬认为,农夫山泉的体量不断增大,在饮用水和茶饮领域的优势明显。以目前的发展态势看,未来三年,农夫山泉依托自身的产业链、渠道、品牌优势,有望在果汁领域做到领先。

目前,农夫山泉总资产超过200亿元,净资产144.11亿元,净利润36.16亿元。其中,仅茶π这一个单品的销售额就接近30亿元,且农夫山泉在饮用水领域的市场份额超过26%,稳坐头把交椅。