

第二届中国乳业资本论坛召开

新形势下乳业存量竞争加剧

本报讯 第二届中国乳业资本论坛日前在京召开。本届论坛以“融聚新动能·共建新业态”为主题,就“构建乳业共同体,打造全球价值链”“新形势下乳业的机会与挑战”等行业关注的话题展开深入分析。中国奶业协会副秘书长周振峰时表示,中国奶业产能全面增长,产业素质全面提升,质量安全水平全面提升,现代化格局初步形成,已基本具备创民族品

牌,建世界一流奶业的基础。

国家统计局数据显示,2019年上半年全国乳品加工业销售收入1902.5亿元 增长10.1% 利润总额186.6亿元增长40.8%,同比增长40.8%,销售利润率9.8%,比1-4月数据增加0.1个百分点。根据国家统计局数据,2019年1-6月进入统计范围的企业有563家,比1-5月数据增加1家,其中亏损企业134家,比1-5月数据增加2家,亏

损比例23.8%。

凯度消费者指数研究北方区总经理赵晖在论坛上称,中国快消品市场较去年上涨5.4%,消费升级得益于生活方式提升与需求的转变。从数据来看,液态奶年度微弱增长,但仍高于食品饮料总体2.3%的增速。户均需求仍是增长阻碍,市场增长依然是依赖家庭自然增长及均价的持续提升。“虽然行业存在着液态奶年度微弱增

长等挑战,但是市场仍存在新零售时代下市场增长驱动等发展机遇。”

赵晖表示,新形势下乳业面临的挑战主要有以下几个方面,一是从购买量上看,存量竞争愈发显著,竞争程度加剧。二是终端促销投入也越来越大,促销效率需要更科学的评估。三是大卖场和连锁超市仍是最主要渠道,但比重持续下降。“小超市、便利店、网购 等便

利型渠道增长迅速,这也使得企业获客成本增加。因此在新零售下,要把重点从中低端品类向高端、健康品类转移,从健康、口感等多方面切入,迎合消费者需求。除此之外,网购将会在增加消费体验中扮演越来越重要角色,乳企打造具有差异化、物超所值的高端产品仍是关键,迎合消费者健康诉求、做好产品的加减法,满足消费者的追求”。

中国酒业高质量发展论坛共议白酒发展路径

本报讯 近日,2019年全国秋季糖酒会(以下简称秋糖会)在天津举办,由衡水老白干、华糖云商主办的“新品类、新定位、新成果——2019中国酒业高质量发展论坛”同期举行,为与会人士共同探讨白酒行业高质量发展的路径。

中国酒业协会理事长王延才在作主旨演讲时表示,从今年的宏观数据来看,中国酒业已经开启了高质量发展的序曲。从产品结构上来看,优质的中高端酒销量在增加。从未来发展上来看,中国酒业的创新力需要不断提升。以衡水老白干为例,近年来,衡水老白干通过品类创新开拓新市场、新定位赢得新消费,长期致力于产品质量提升,

今年还获得全国质量奖,就是酒类企业全面质量管理提升的具体体现。

国家食品质检中心副主任、教授级高工程劲松从白酒香型创新和全面质量管理创新等角度进行了分享。程劲松表示,衡水老白干以品质立身,创新驱动发展,在业内独创老白干香型,香型安全有保证。同时,衡水老白干产品质量的先进性和管理模式已经在行业输出推广,其以创新驱动高质量发展,更有力地证明了企业在生产工艺和管理模式上的精准、高效、到位,代表了业内先进水平。

糖烟酒周刊创始人、华糖云商总经理杜建明认为,中国酒业高质量发展是满足消费升级的

必然要求,是企业核心竞争力提升的具体体现,高质量发展的根本路径在于开拓创新。

衡水老白干酿酒集团董事长刘彦龙进行现场分享,从新品类、新定位、追求卓越、追求高质量发展取得新成果等角度进行主题分享。刘彦龙表示,自2007年导入卓越绩效模式以来,衡水老白干始终深耕于高质量发展发展的沃土,逐步从重视产品质量和过程质量,向树立全面质量管理理念跨越,走出了一条以管理创新、营销创新和技术创新为重点,推动行业转型升级的发展之路,而衡水老白干的终极目标,是为消费者的美好生活酿造一杯“不上头”的好酒。

地方动态

伊利前三季度净利增长11.55%

本报讯 10月30日晚间,内蒙古伊利实业集团股份有限公司(以下简称“伊利”)发布三季报显示,伊利2019年前三季度营业收入为685.17亿元,同比增长12.61%;净利润为56.31亿元,同比增长11.55%。其中,液体乳、奶粉及奶制品和冷饮产品分别营收560.74亿元、66.81亿元和54.53亿元。

创新产品的快速发展是伊利2019年前三季度的重要特点。继2019年上半年,连续推出“NOC须尽欢鲜果活菌冰淇淋”“金典娟姗纯牛奶”“金领冠塞纳牧有机婴幼儿

配方奶粉”等一系列高端新品后,近期伊利集团正式跨界矿泉水行业,推出中高端矿泉水产品“inikin伊刻活泉”。

同时,伊利也在健康食品领域进行了全新布局。据悉,今年以来,伊利进行多品类发展,推出植物蛋白饮料、奶酪等健康产品

此外,伊利继续加码国际化,将已有的“乳业丝路”继续延伸;进入印尼、泰国、新加坡等东南亚市场;收购新西兰第二大乳业合作社Westland,进一步整合全球优质资源。

主产区生鲜乳上涨 养殖企业将受益

本报讯 据农业农村部消息,10月第四周内蒙古、河北等10个奶牛主产省(区)生鲜乳平均价格3.8元/公斤,比前一周上涨0.5%,同比上涨8%。

10月30日晚,伊利股份发布三季度报告显示,公司前三季度营业总收入达686.77亿元,同比增长11.98%;净利润56.48亿元,同比增长11.73%,实现高位双增长同时再创亚洲乳业新高。

10月28日晚,光明乳业公布的三季报显示,光明乳业实现营业收入171.37亿,同比增长8.25%;净利润6.14亿元,同比增长16.40%;归属于上市公司股东的净利润4.44亿,同比增长11.27%。原奶价格上升+海外子公司低毛利业务放量稀释毛利率;销售费用率降低助净利率逆势增长。

分析认为,下半年为原奶需求旺季,加之国内奶牛存栏量连续下降、国家通过奶业振兴规划等多种原因导致原奶价格上行。目前进口奶粉还原奶含税价与国内生鲜乳价差已被抹平,

未来两者的联动预计增强。机构判断短期国内原奶将是温和抬升的态势。

中银国际证券指出,2019-2020年乳业龙头竞争格局改善趋势不变,伊利股权激励方案获得股东会通过,业绩释放动力有望增强,9月费用投放强度有减弱迹象,继续看好伊利股份。

中国国际金融表示,10月海外乳品价格延续小幅上行趋势,当前恒天然全脂乳粉拍卖价格略高于过去3年中枢水平3060美元/吨,往后看,预计全球牛奶供应将会保持偏紧,海外奶价能否续升取决于中国及亚洲其他地区需求强劲增长是否维持。同时,国内生鲜乳价格续升,下游乳企第三季竞争仍然较为激烈,1-9月国内生鲜乳累计总产量同比中个位数增长,9月奶牛存栏量同比中低个位数下降,环比低个位数下降。

今年夏季奶牛热应激明显,行业缺奶情况加重,奶价环比继续提升,大型规模牧场奶价平均

上涨至4元/公斤以上,龙头企业反馈第三季度奶价同比涨幅超过第二季度。预计今年下半年奶价同比环比均将有所上涨,企业需通过产品结构升级与促销幅度调整转嫁成本压力,目前龙头企业暂无直接提价计划。下游需求端增速目前保持平稳。两大龙头在部分高端主力产品上的促销投放力度仍然较大,预计今年下半年龙头销售费用率水平或仍将维持在相对高位,但龙头企业增速持续超过行业,份额不断巩固。2019年第四季度受春节偏早利好,主要企业收入增速有望较第三季度提速。中期上继续看好行业改善周期中龙头企业份额提升的能力及乳品行业产品高端化趋势,中长期看龙头盈利能力仍有提升空间。预计下游龙头在行业上行周期中份额将加速提升,重申伊利和蒙牛“跑赢行业”评级;上游龙头在行业供给偏紧背景下将实现利润大幅改善,维持现代牧业“跑赢行业”评级。

雀巢旗下全家奶粉品牌推出新品“舒淳”

本报讯 近日,雀巢旗下全家营养奶粉品牌“雀巢怡运”推出新品“舒淳”全脂营养奶粉(下称“‘舒淳’奶粉”)。这款产品主打A2奶源,强化铁、维生素D并添加BB-12益生菌。

中国疾病预防控制中心营养食品研究所张坚研究员介绍说,根据中国居民膳食营养素推荐摄入量,钙与牛奶的每日人均摄入量分别为800毫克与300克,而调查显示,我国居民钙的人均每日摄入量仅有400毫克左右,奶制品的人均每日摄入量也只有40~50克,与推荐量差距较大。有研究表明,很多人饮奶后感觉不舒服有可能与酪蛋白有

关,而现在广受欢迎的A2奶粉正是因为只保留了更亲和人体的A2-β-酪蛋白,使肠胃更舒适;添加其中的活性益生菌能调节肠道健康;维生素D、钙、铁等更是全家老小日常营养摄入中必不可少的营养素。

雀巢大中华区奶品事业部市场总监何福莹表示,“舒淳”奶粉的奶源地正是雀巢在20世纪80年代已开始投资合作的黑龙江双城,通过分群牧养、单独收奶,确保A2-β-酪蛋白奶源。首批“舒淳”奶粉上市后将通过京东、天猫雀巢官方旗舰店以及沃尔玛、家乐福、大润发等大型超市渠道进行“线上+线下”联合销售。