

国际合作助力我国奶业持续发展

“截至2018年底,我国100头以上的规模化养殖场比例已经达到61.4%,奶牛平均单产突破7吨,乳制品和婴幼儿配方乳粉抽检合格率达到99.5%以上,三聚氰胺等重点监控违禁添加物抽检合格率连续10年保持100%。”12月6日,在中荷奶业发展论坛暨中荷奶业发展中心(SDDDC)六周年年会上,农业农村部总畜牧师马有祥分享了这样一组数据。

马有祥指出,“我国奶业能取得长足进步,离不开国际合作。目前,我国已与北美、欧洲、大洋洲等众多奶业发达国家建立起合作关系,在奶业科技研究、人才培养、行业交流、产业研究等方面成果显著。”

合作:互惠双赢

自改革开放以来,我国奶业发展迅速。从1978年到2018年,人均乳品消费量从1千克增长至34.3千克;全国奶类总产量从不足100吨增长至3176.8万

吨,跃居世界第三位。

国人对于乳制品需求增长迅速,但我国的耕地面积却十分有限。乳制品行业的发展重点也从数量扩张转向质量提升。因此,提高牛奶产量和质量十分关键。

而荷兰作为一个传统的农业国家,畜牧业现代化水平较高,在牧场精细化管理、奶牛育种、营养饲喂、乳品质量安全监管等方面积累了丰富的经验。目前荷兰已有18000个牧场、160万头奶牛,年产量1450万吨,其乳品贸易总额占全球11%。

为了借鉴荷兰奶业先进技术经验,促进中国奶业发展,提高奶业产量、安全和质量水平,2013年11月,中国农业大学、荷兰瓦赫宁根大学和荷兰皇家菲仕兰公司共同发起SDDDC。

自中心成立以来,中荷双方在奶业科技研究和创新、高层次人才培养、从业人员培训、荷兰奶业考察、技术中心(示范牧场)建设等方面展开

深度合作,目前已有11家合作伙伴。

“中国的牧场结构和规模与荷兰有着较大差异,我们需要针对中国的实际情况做出调整,但大家的目标是一致的。与中国的大学和企业合作是非仕兰的一个长期项目,我们希望扩大业务范围,将市场份额做大,同时提高消费者对乳品行业的信心。”荷兰皇家菲仕兰全球乳业拓展总监Atze Schaap说。

利用先进技术提高产量

河南花花牛乳业有限公司从2016年起加入SDDDC,在前期合作中,以线上评估、人员培训、牧场考察等方式为主,自2019年以来,其合作程度进一步加深。

花花牛副总裁杨永介绍,今年7月,他们邀请SDDDC对牧场进行全面评估,中心主任、中国农业大学教授李胜利组织了饲料、繁育、养殖管理等方面的一系列专家带着风

速仪、温度计、近红外光谱仪等来到牧场进行测量、分析,为其指出问题。

“那次评估真令我印象深刻,改变了我原有的认知。”杨永回忆,“当我们进到牛棚里,看到卧床之后,李教授对我说,‘杨永你跪下试试’。他自己先跪下,我和十几个场长也相继跪下,无一例外,大家都觉得卧床太硬了,邦邦地硬。李教授说,‘这个卧床不改善,奶牛的单产肯定提不上去’。”

后来,李教授还通过近红外光谱仪测量了每一个牛棚中饲料的蛋白质含量、水分、热量、温度等信息,把所有的数据汇总在一起分析。“我们以前很多是凭感觉,加上一些粗浅的测量,会忽略很多问题。比如夏季高温天气,饲料会变味儿,牛就不爱吃,这样产奶量自然下降。只有精确控制温度,避免饲料发酵,才能改善。”杨永说。

评估结束后,针对专家组指出的问题,花花牛用了两三个月的时间对牧场进行改造,改造后

每头牛每天的产奶量增长2.7千克,一年多产近1吨。

种养结合 实现奶业可持续发展

一直以来,在中国奶业产业链中,种养脱节、牧场效益低下、发展滞后等是长期以来的遗留问题,我国奶业发展面临着诸多挑战。

李胜利认为,实现奶业的可持续发展,首先要加强防疫,中国这些年畜牧业影响消费的问题都和病有关系,做好牧场传染病计划、加强防疫至关重要。

还要实行种养结合的模式,使优质粗饲料自给自足,减少进口。他建议,牛和土地按照1:2进行布局,每养殖1头牛,种植2亩农作物。“农作物秸秆经过加工制作成粗饲料,直接供牛食用,牛产生的粪便又是天然的肥料。这样可以解决远距离运输的问题,减少成本。”

(《中国科学报》)

中国新式茶饮市场远超咖啡

喝出四千亿元大市场



本报讯 近日,奈雪的茶携手36氪研究院在京发布了《2019新式茶饮消费白皮书》,显示在整体茶饮市场中奶茶类饮品销量最大。预计到今年年底茶饮市场将喝出4000亿元大市场,中国茶饮市场规模将是咖啡市场规模的2倍。

据介绍,在传统茶饮空间被咖啡挤占的关口,2015年前后,新式茶饮的出现为茶饮市场带来了另一种可能。白皮书显示,按“中国茶饮市场规模=新式茶饮门店销售额+传统茶叶销售额”测算,中国茶饮市场的总规模

在2019年将突破4000亿元。按照“中国咖啡市场规模=咖啡门店销售额+咖啡豆销售额”测算,中国咖啡市场的总规模在2019年将接近2000亿元。

国内茶饮市场正迎来新一轮高速增长周期。白皮书调研显示,90后消费者已成为新式茶饮主流消费人群,占整体消费者数量的50%。

总体来看,新式茶饮的女性消费者占到了七成。67%的消费者常住一线城市(包括新一线城市),近五成消费者每月可支配收入在5000至10000元之间。

资讯

君乐宝推出全球首款全产业链A2型奶牛奶粉

本报讯 12月10日,全球首款自有牧场全产业链A2型奶牛奶粉——君乐宝至臻A2奶粉上市发布会在石家庄举行。君乐宝至臻奶粉焕新升级,臻选仅约30%的A2纯合基因奶牛,并在全球首家采用自有牧场、自有工厂的全产业链模式生产A2型奶牛奶粉,打破了国外品牌对于A2蛋白奶粉品类的垄断,为中国妈妈提供更好的选择。

近年来,A2-β酪蛋白是牛奶蛋白成分研究的一大热点,作为牛奶中含有的多种β酪蛋白之一,A2-β酪蛋白因其分子结构不同,更为亲和人体。目前已

有多个国际品牌推出A2奶粉产品,但国产奶粉在该领域还是空白,很多中国家长只能通过海淘等渠道购买A2奶粉,价格也相对较高。

作为国产奶粉的代表,此次君乐宝历经一年多筹备,率先推出了全球首款自有牧场、自有工厂全产业链A2型奶牛奶粉。君乐宝乳业集团副总裁、奶粉事业部总经理刘森淼说:“与当年率先打破婴儿奶粉的虚高价格一样,这次君乐宝推出国产A2婴儿奶粉的初衷,还是不再让中国消费者不再为了一罐奶粉还要不远万里从国

外背回来。”

此前市面上已有的A2型奶牛奶粉不同,君乐宝至臻A2奶粉在甄选A2纯合基因奶牛的基础上,立足本土优势资源,充分融合君乐宝“全产业链一体化”经营模式,成为了全球首款自有牧场、自有工厂全产业链的A2型奶牛奶粉。

据悉,作为中国婴幼儿奶粉行业的后来者,君乐宝奶粉自5年前上市以来就一直作为行业的“破局者”,君乐宝奶粉销量连年翻番,已经超过一亿罐,短短五年就进入国产奶粉第一阵营,预计今年销量达到7.5万吨。

维他奶上半年营收增长5%

本报讯 12月9日,维他奶国际集团有限公司(以下简称“维他奶”)发布公告称,2019-2010财政年度首六个月,维他奶营收46.84亿港元,同比增长5%;净利25.56亿港元,同比增长1%。撇除汇率影响,营收增加9%,净利增加5%。

从销售区域来看,中国内地营收增长8%,香港、澳门及出口营收保持不变;澳洲及新西兰营收减少6%,新加坡营收增加2%。

对于不同地区的业绩情况,维他奶在公告中表示,在去年同期强劲的强劲增长以及市场竞争日趋激烈的情况下,中国地区上半年的增长较为温和。香港及澳洲按当地货币计算的收入与去年同期相若。澳洲在2018-2019年度出现极端干旱天气,大幅降低当地大豆供应,引致材料成本上升、生产受限制,故向客户供应产品亦大受影响。新加坡在投资业务扩展之

余继续取得收入增长。

展望2019-2010财政年度下半年,维他奶在公告中表示,维他奶的预期业务会持续增长并同时继续投资于广告及组织资源管理能力,尽管2019-2010财政年度在汇率、经济及气候变化等方面出现不利情况,加上市场竞争加剧,但维他奶对长远增长前景仍充满信心,将更有效地推出美味、营养丰富及可持续性的产品组合。