

# 疫情下乳企业绩分化 奶粉增长液奶影响较大

奶业是现代农业的标志性产业,也是健康中国不可或缺的行业。当前,我国奶业发展情况如何?各主要奶源地的区域分布和变化情况怎样,宁夏又有何优势和潜力?近日,长期从事奶业经济研究,国家奶牛产业技术体系产业经济研究室主任,中国社会科学院农村发展研究所产业经济室主任刘长全对此进行了解答。

**问:**今年我国奶业总体情况如何?

**答:**2019年,中国奶业发展势头良好,全年牛奶总产量同比增长4.1%,是自2014年以来牛奶总产量增幅最大的一年,有效保障了非洲猪瘟疫情下国内对畜产品的消费需求。2020年中央一号文件提出保障重要农产品有效供给,又专门强调

了支持奶业生产。根据年初的预测,2020年乳制品消费需求还将有明显增长,原料奶价格也将维持较高水平。

不过,新冠肺炎疫情暴发以来,中国奶业发展受到了很大冲击,养殖环节受影响尤为突出。根据国家奶牛产业技术体系调查,疫情期间进口饲料成本、物流成本、人工成本普遍上涨,奶牛场养殖成本上涨10%以上。同时,消费需求受到抑制导致原料奶过剩,乳品加工企业每日通过喷粉转为库存的原料奶超过1万多吨,原料奶收购价格也有明显下降。虽然疫情冲击自3月中下旬开始有所缓解,但疫情防控常态化及经济下行压力仍对奶业经济恢复和发展产生持续影响。

**问:**近年来,主要奶源地的区域分布有何特点,有何比较优势?

**答:**在《全国奶业发展规划(2016-2020年)》划分的五个产区中,东北和内蒙古产区是适宜奶牛养殖的传统优势产区,养殖成本低,2018年原料奶总产量占到全国的38.8%;华北产区、西部产区也有适宜的气候和丰富的饲草饲料资源,养殖成本较低,两个产区2018年原料奶总产量分别占全国的29.1%和18.9%;南方产区人口规模大、经济发展水平高,虽然气候条件不是最优,但市场规模优势明显,2018年原料奶总产量占全国的9.4%;大城市周边产区的养殖成本更高、环保要求更严,但有较好的养殖基础,也有乳制品消费水平高的

市场优势,2018年原料奶总产量占全国的3.8%。

从2015年至2018年期间各产区原料奶产量占比变动情况看,原料奶生产正在向资源条件优越的西部产区和市场优势明显的南方产区集中。具体来说,西部产区占比增幅明显,上升了4.7个百分点,南方产区增长了1.1个百分点,东北和内蒙古产区大幅下降了7.1个百分点,华北产区下降了2.4个百分点,大城市周边产区稳中有降,下降了0.4个百分点。

**问:**宁夏奶业发展有何优势和潜力?

**答:**宁夏是全国奶业主产省(区)之一。地处奶牛养殖黄金地带,依托适宜的气候条件、优质的饲草料资源以及河套地区的区位优势,近年来宁

夏将奶牛养殖业打造成自治区“五优”农业特色产业的重点产业,以吴忠、银川市为核心区的奶业产业带正在形成。2018年,宁夏全区牛奶总产量168.3万吨,占全国牛奶总产量的5.5%,在全国各省区市中排第7位。2015年至2018年期间,宁夏牛奶总产量增长了23.3%,增速在全国排第2位;在全国牛奶总产量中的占比上升了1.8个百分点,增幅也在全国排第2位。

未来,在做好粪便资源化利用、确保环境可承载的情况下,充分发挥禀赋优势,宁夏奶牛养殖业仍有较大增长潜力,在实现全国奶业振兴和畜产品稳产保供发展目标中还将发挥重要作用。

(《经济日报》)

## 疫情叠加减产 葡萄酒企业线上谋出路

疫情后期,葡萄酒企业找到新的发力点。近日,据澳大利亚葡萄酒管理局数据报告显示,3月澳大利亚葡萄酒的出口额同比下滑43%。1-2月中国葡萄酒进口4.3亿美元,同比下降28.3%。部分酒庄、门店暂关之际,霜冻、大火等天气也加重了葡萄酒企业压力。不过,记者发现,已有不少葡萄酒企业发力线上渠道,“直播”“抖音”等新营销模式或将成为新的发力点。

### 进口量持续下滑

面对市场愈发激烈的竞争,疫情后期的葡萄酒市场仍不好过。记者翻阅数据发现,今年1-2月,中国葡萄酒进口量为8260万升,同比下降30.4%。而反观国外市场对中国市场的出口量也明显放缓。

今年一季度,澳大利亚葡萄酒对中国市场出口量下滑11%至1.37亿升,智利在2月对华出口量同比下降16.4%,降至40.3万箱。南非政府在4月16日也宣布严禁葡萄酒与烈酒出口。澳大利亚葡萄酒管理局指出,历年的第一季度出口表现一般都比较平稳,但是2020年第一季度的放缓显然明显加剧。

同时,由于消费场景的减少,今年1-2月中国葡萄酒销售收入12.88亿元,同比下降40.8%,利润为0.5亿元,同比下降58%。

酒水行业研究者欧阳千里指出,葡萄酒市场存在进口葡萄酒及国产葡萄酒的区别,但是进口葡萄酒市场下滑,代表葡萄酒份额的下滑,一定程度上是葡萄酒氛围降温,不但不会助推国产葡萄酒井喷,也会影响国产葡萄酒的销量。

值得关注的是,多重不确定因素影



响下,葡萄酒市场的低迷在去年已初露端倪。根据中国酒业协会数据显示,2019年葡萄酒进口总量6.1亿升,同比下跌10.91%。其中,瓶装酒下跌9.9%,散装酒下跌14.05%。进口额24.3亿元,同比下跌14.8%,瓶装酒下跌14.26%,散装酒下跌22.62%。而从葡萄酒各主要进口来源国来看,美国、南非、法国的进口总额跌幅均超35%。

### 天时地利尽失

在疫情与天气原因的双重影响之下,葡萄酒市场在2020年并未摆脱2019年的低迷。南澳大利亚葡萄酒工业协会首席执行官Brian Smedley表示,2020年份南澳产区的葡萄酒由于霜冻、极端高温和丛林大火的因素总产量将减少50%。在巴罗莎和克莱尔谷,单产可能

减少多达80%,而且新冠疫情带来的挑战也越来越大。

同时,国内疫情有所好转,但聚餐、会议等商务活动尚未完全恢复,葡萄酒消费还没完全“回暖”。张裕方面向记者透露,2020年中国葡萄酒市场总体需求仍较为疲软,葡萄酒消费总量很可能保持下降趋势,葡萄酒行业经营形势更加严峻。

值得关注的是,2019年的葡萄酒市场已经出现不尽如人意。据国际葡萄与葡萄酒组织最新数据显示,2019年全球葡萄酒产量为263亿升,同比下滑10.54%。其中,国内规模以上葡萄酒企业产量为45.15万千升,下降10.09%;德国葡萄酒总产量为8.326亿升,对比预期产量减少了约1千万升;西班牙年产量降低24%,降幅最为明显,法国意大利紧随其后,降幅均为15%。

欧阳千里表示,2018年葡萄酒市场过“火”,导致葡萄酒企业及酒商对2019年过于乐观,当2019年的葡萄酒市场并未出现井喷时,酒商过多的存货,导致葡萄酒市场出现低迷。

### 转攻线上突围

目前,葡萄酒销售渠道还不完全畅通,库存压力加重,这让不少酒企甚至经销商将目光瞄准线上渠道,甚至部分酒企开始下场直播。

记者在淘宝看到,长城、张裕等葡萄酒旗舰店均开启了淘宝直播。同时,在今年1月的年货直播间,“所有女生们”的李佳琦在30秒内,将2万箱6瓶装长城北纬37度特制干红销售一空,且直播期间高峰观看人次达3500万。不仅如此,酒讯记者还发现,长城葡萄酒也曾与薇娅合作,并在1分钟内售出超过3万箱长城鼠年生肖纪念酒。

对此,欧阳千里提出,商务活动的减少,让葡萄酒面临低消耗的风险。相较于白酒的超长保质期,葡萄酒会有临期的风险,也就意味着葡萄酒商更急于出货,而不是进货。线上会是补救途径,例如酒仙网,正在抖音等短视频平台发力,试图建立葡萄酒销售的新通路。

不过,易酒批副总经理殷凯提出了不同看法。他表示,疫情并未阻止葡萄酒的销量。线上并不失为一种途径,但与线下体量相比仍有差距。由于线上平台的公开透明,对于葡萄酒企而言竞争更加激烈。而由于线上平台葡萄酒的参差不齐,酒企的线上营销除了销售,还需要配合葡萄酒文化的教育,才能真正的获得消费者。

(《北京商报》)