

# 奶酪行业增速位列乳制品行业第一

## 与餐饮结合成奶酪开发重点

第21个世界牛奶日、第23个全国乳品营养周期间,中国乳制品工业协会、国际乳联中国国家委员会携手业内专家、行业组织以及企业开展了“每日饮奶300g增强身体免疫力”主题活动,旨在宣传乳制品的营养价值,提升大众饮奶意识。其中,奶酪作为近年来带动乳制品行业发展的新的增长点,引起了广泛关注。

有数据显示,在消费升级、西式餐饮文化快速普及叠加乳制品结构升级的背景下,国内奶酪行业规模迅速扩张,增速位列乳制品行业内第一。

### 或可解决原料奶过剩问题

新冠肺炎疫情暴发使乳制品行业遭受了较大的冲击,国内乳企为稳定上游养殖,大量喷粉、消化多余原奶,行业日均喷粉奶量最高时达1.8万吨/日。而根据国外媒体报道,英国和美国奶农受疫情影响,不得不倒掉数十万升牛奶,以解

决原料奶过剩的问题。

疫情的发生让如何解决原料奶过剩成为乳制品行业关注的问题之一。今年两会上,全国人大代表史玉东就提出,通过加快发展乳酪产业、鼓励企业生产经营浓缩乳、提升乳品深加工水平等措施,完善乳业“蓄水池”效应,推动乳业生产消费结构性改革,全面提升国民营养健康。史玉东建议,鼓励企业做大做强本土奶酪产业,无论应对疫情等灾难性事件,还是解决我国产奶旺季、消费淡季的供需矛盾,奶酪产业都可以作为“蓄水池”,缓解原料奶过剩问题。

事实上,奶酪已经成为乳制品行业新的增长点。随着我国居民生活水平的持续提高,消费水平的不断升级,以及对饮食营养的更高追求,奶酪开始被越来越多的消费者所接受,近年来我国奶酪消费量逐年增高。公开数据显示,我国市场奶酪年实际消费量已经突破30万吨(含稀奶油奶酪),预

计未来我国奶酪消费量年均增长率保持在19%以上。

### 年轻人成为奶酪主要消费群体

记者通过走访北京的商超发现,奶酪产品的主要消费群体是以90后、00后为代表的年轻一代消费者。在北京朝阳区一家高端超市,90后消费者杨女士正在选购奶酪片。她告诉记者:“我一般早晨都是在家做一个三明治,在三明治里放一片奶酪加上一个鸡蛋就能够保证我一上午的营养和热量的摄入。”工作人员告诉记者,大部分奶酪产品都是被年轻消费者买走的。“像芝士碎、奶酪块这些奶酪产品基本都是年轻人在消费,而且奶酪产品的销量每个月都在增长。”

除此之外,在几家连锁西餐店记者发现,奶酪菜品也十分受到年轻消费者的青睐。随着年轻消费者的成长,加上西式餐饮文化在我国的迅速发展,奶酪产品在我国已经有消

费群体。西式餐饮行业的快速发展、乳制品消费向更健康营养的方向升级以及奶酪的产品和口味创新,使得我国奶酪行业进入到快速发展的时期。根据数据统计,我国奶酪行业市场规模已从2004年的4.03亿元增长至2018年的65.49亿元。

全国畜牧总站研究员、国家高级乳品评鉴师张书义发文指出,西式糕点、餐饮在中国的迅速发展,带动了新时代我国奶酪产业的崛起,很多有国外留学或生活经历的年轻人,对奶酪认可度越来越高。同时,随着生活工作节奏加快,一、二线城市的白领群体对西式快餐休闲食品的消费愈发增长,00后青少年和儿童对新鲜事物接受能力强,共同组成了日趋庞大的奶酪消费群体。

### 奶酪产品多种多样与餐饮结合是开发重点

奶酪的营养价值很高,素有“奶黄金”之誉。除鲜奶酪

外,通常约8~10吨的生乳才能制造出1吨奶酪,是名副其实的奶中精华。一直以来,大众都认为奶酪是西方国家的传统食品,但是在我国奶酪制品也有着悠久的历史。在中国各地仍有许多不同形态的传统奶酪制品,深受百姓喜爱。如今,随着乳制品行业也不断发展,奶酪产品的种类也日渐丰富起来。

记者走访中发现,像奶酪棒、奶酪杯、奶酪夹心饼干等零食多种多样,还有添加奶酪的烘焙糕点、奶茶等也十分受到消费者欢迎。

在我国奶酪不仅是很好的营养品,而且还是很好的调味品。市场上已经出现添加了奶酪的馒头、包子、饺子等传统中国食品。张书义指出,未来中国奶酪的发展方向除了丰富并改善奶酪口味之外,餐饮以及食品开发是重点。如果和餐饮业结合起来,开发适于中国消费者口味的菜品系列,奶酪消费会有更大的增长。

(《消费日报》)

# 国内咖啡相关企业超过14万家

本报讯 资料显示,咖啡是用经过烘焙磨粉的咖啡豆制作出来的饮料,与可可、茶并称为“世界三大饮料”,全球有约三分之一的人饮用。近年来,中国消费者的咖啡消费趋于成熟,需求量日益提升。

前瞻产业研究院日前发布的《2020-2025年中国咖啡行业市场需求与投资规划分析报告》称,中国咖啡市场正在进入一个高速发展的阶段。数据统计,2013至2019年,国内人均咖啡消费量逐年上升,到2019年,人均咖啡消费量为7.2杯;另外,中国咖啡消费年均增速达15%,远高于世界2%的增速,预计到2025年,中国咖啡市场规模将达到2171亿元。

天眼查专业数据显示,国内共有超14万家企业名称或经营范围含“咖啡”,且状态为在业、存续、迁入、迁出的企业(以下简称“咖啡相关企业”)。从地域分布来看,广东省的咖啡相关企业数量最多,达到3.3万家,占全国相关企业总量的23.47%,其次是全球重要咖啡原产地之一的云南省,拥有超1万家相关企业,江苏省、四川省和福建省则位居第三四位。

有趣的是,国内咖啡消费市场也呈现多元化的特征。国内的咖啡



爱好者们经过速溶咖啡、咖啡店现磨咖啡的消费习惯阶段,开始进入购买胶囊、挂耳等便携咖啡品类的阶段。

CBNDData发布的消费大数据显示,胶囊咖啡、滤挂咖啡等品类的消费规模呈现爆发式的增长,2018年咖啡液销售额同比提升4倍,甜甜圈挂耳咖啡等新式包装的咖啡消费规模更是提升200%以上。

此外,近几年咖啡市场规模的不断

扩大,咖啡器具、咖啡机等相关用品的消费热度也随之提升,同步促进了相关企业的发展。天眼查专业版数据显示,国内有超5千家经营范围含“咖啡器具、咖啡机”,且状态为在业、存续、迁入、迁出的企业。

地域分布上,咖啡器具相关企业主要集中在东南沿海地区,其中,广东、江苏、浙江和上海四个地区的企业数量之和占全国相关企业总量的近一半。

(中国新闻网)

本报讯 日前,上海市饮品行业协会联合东方快消品中心等单位举行了“2020第15届中国(上海)饮品冷饮嘉年华夏季营销暨年会”。这是新冠肺炎疫情发生后中国饮品及冷饮产业首度整体亮相,也是上海市今年“55购物节”的系列活动之一。会上,主办方发布了《2020中国饮品冷饮产业年度报告》。

《报告》显示:2019年我国饮料累计产量为17764万吨;限额以上单位饮料类商品零售类累计值为2099亿元,同比增长2.9%。2019年,我国啤酒累计产量为3765万千升,同比下降1.2%。此外,2019年我国的冰淇淋市场规模约1300亿元。

上海市饮品行业协会常务副会长兼东方快消品中心主任陈杰表示,植物基饮料市场近年来发展势头迅猛,气泡水的受欢迎程度明显上升。另外,疫情下冷饮品牌通过新零售及到家平台的合作,使得销售逆势增长。在新品存活率日渐下降的环境下,饮品企业纷纷选择在不同品类打造精品和经典品牌。直播已经成为企业品牌营销的标配。

# 2020中国饮品冷饮产业年度报告发布