

# 乳制品行业蓬勃发展“全产业链模式”渐成常态

如今,随便走进一家超市,都能看到琳琅满目的乳制品柜台。随着乳制品行业的快速发展,人们印象中较为单一的牛奶阵营不断扩充,酸奶、奶酪、冰激凌、乳粉等多口味多品类产品日新月异。乳制品市场的极大丰富是消费者对营养健康认知的普遍提升,更是乳制品行业蓬勃发展的证明。

你知道,小小的一杯牛奶,要经过多少道环节的坚守?目前,很多乳企从源头牧草种植、奶牛饲养、生产加工、物流仓储、渠道管控再到售后服务……“种养结合”的全产业链模式让一杯牛奶的品质实现全程可控。

伊利集团执行总裁张剑秋用一个比喻对“全产业链”做了生动的诠释:“从前,我们只是做‘蛋糕’的,有人为我们提供小麦、面粉等其他配料。现在,我们不仅做‘蛋糕’,还会自己种小麦、磨面粉,直到产品最终生产上市,每个环节我们都参与其中,质量安全可以做到全程严格把控。”

## 规模化养殖既科学也创新

“好牛产好奶”这是业内盛传的一句话。从事乳业的人都明白,好的奶源才能生产好的乳制品,而好的奶源需要养好牛,照料好牛的饮食起居。在探访伊利集团敕勒川精品奶源基地时,基地负责人笑着说:“牛健不健康,看体型、看外貌,也看饮食居住条件。你们看,我们的牛多好看,大眼睛、双眼皮、长睫毛,我们的牛可都是白富美、高富帅!”

据介绍,牧场里7000多头牛全部是荷斯坦牛。一头牛每天的“伙食费”平均在80元至90元之间,比厂里的员工一天的饭钱还多。“它们的‘饲料’都是精心科学配比,饮水都是矿泉水级别。”

据了解,当前,世界上乳用

牛的品种很多,一般乳肉兼用牛有瑞士的西门塔尔牛、丹麦红牛、中国育成的三河牛等品种,但是国内的乳用牛则主要是荷兰的荷斯坦奶牛和英国的娟姗牛,由于娟姗牛产奶量相对较少,国内多数牧场以荷斯坦奶牛居多,该品种牛的特点就是产奶多,适用性好。

大众眼中,奶牛养殖业也许还停留在十几年前、甚至几十年前的水平。许多参观牧场的人都会问,现在一般一家奶农养多少头牛?一个养殖户需要帮工多少人?牛吃的都是自己种的牧草吗?诸如此类问题,基地负责人表示:“不了解乳业的人,其实会有很多误解,总以为现在的养殖业还是一家养几头牛的状态,其实现在已经没有散养户了,有些地方的养殖户会加入合作社由专人管理养殖,乳制品加工企业对接的牧场奶牛存栏量不会少于300头挤奶牛。而牛的‘吃食’既有自己种的牧草,也有从国外进口的精细饲料,这些都还需要科学配比。”

如今,规模化养殖已经成为上游养殖业的发展常态,中国农业大学教授李胜利近日接受采访时提到:2008年,我国奶牛100头以上规模化养殖比例不到20%,而到2019年已达到64%。

规模化养殖也意味着集中科学化管理。基地负责人介绍,为了保证奶牛的身心舒适与健康,牧场配备可谓“精心”“精细”。“现在天气炎热,牧场配备喷淋设备,保证内部环境的凉爽舒适;牛的卧床由木屑、沙子和干湿分离后的牛粪组成,每天都有专人打扫,保证牛的舒适度;牧场还配有营养师,为奶牛定制专属配方,合理搭配营养;我们还配有按摩室、音乐厅,用来放松牛的心情。”

据了解,在牧场建设方面,许多乳企已经跨出国门。以伊

利为例,其在亚洲、欧洲、大洋洲、美洲等地积极整合全球优质奶源资源;同时,持续加强奶源建设的国际合作力度。截至目前,伊利的原料奶合作供应商已经全部实现规模化、标准化养殖。

除此之外,为了实现对牧场和奶牛的精准管理,伊利建设了牧场管理云系统,分布全国各地的伊利牧场全部实现了高速互联网接入;同时,伊利牧场为奶牛佩戴计步器,通过全天候检测奶牛的运动量,判断奶牛的发情期及健康状态,这些先进的互联网管理方式有效提升了牧场规范化管理水平,提高了牧场经营收益。对此,张剑秋说:“伊利是一个创新型的企业,我们有很多创新举措。简单举个例子,现在,一个伊利集团质量安全部门的经理可以通过手机APP,查看到全国每个牧场的运行情况,这就是我们在做的事情。”

近年来,伊利还将质量管理工作战略从“质量领先3210战略”升级为“品质领先3310战略”,持续升级全球质量管理体系,将严苛的质量管控标准贯穿于全球产业链。截止到2019年,伊利在检验设备投入方面累计达到了7.4亿元。

## 追求卓越下的“自我限定”

质量安全是企业绕不开的话题,张剑秋说:“很多企业文化的第一条是核心价值观,而伊利集团只有五个字:‘伊利即品质’,这不仅包括我们产品要追求卓越,也包括我们伊利人在做人做事上也要追求品质。”

系统科学化的上游养殖之外,伊利通过“自我限定”力求将品控做到极致。伊利集团总裁助理云战友介绍,在产品和乳品原料质量控制方面,伊利一直执行严于国家标准的原材

料质量控制标准,不仅增加了众多质量控制指标,而且对每项指标设定了极为严格的限量值。以生鲜牛乳质量控制的指标为例,伊利比国家标准多增设了5个卫生指标,同时对多项指标根据夏季和冬季作了明确规定,明显高于国家统一标准要求。

云战友提供的一组数据显示:从2010年开始,伊利通过推进“七个100%”(100%规模化牧场奶源基地;100%应用TMR全混合营养日粮技术;100%全株青贮和紫花苜蓿的使用;100%安装和使用精准饲喂系统;100%配置奶牛卧床及开展舒适度项目;100%机械化挤奶;100%提供嵌入式服务)、“三个全面升级”(指牛群品质、饲草料质量和养殖技术的全面提升),生鲜乳蛋白质实现连续10年增长,2010年伊利生鲜乳蛋白质平均值是3.07g/100g,2020年1到6月份的平均值为3.28g/100g;与此同时,2010年,伊利生鲜乳的菌落总数平均值为21.87万/ml,10年来逐年递减,2020年1到6月份的平均值为1.77万/ml。

云战友表示:“伊利生鲜乳的指标2010年就比国标好得多,而且越来越好。实际上,乳业国标是国家对生鲜乳要求的最低线,结合市场经济和企业自身状况,提高标准而非降低标准才是对大企业有利的。”

在产品端,以纯牛奶蛋白质含量为例,伊利纯牛奶为3.2g,金典纯牛奶为3.6g,金典有机纯牛奶和金典娟姗纯牛奶均为3.8g。相比之下,在中国市场上常见的几款国外品牌纯牛奶,蛋白质含量最高不超过3.8g,绝大部分产品在3.3g~3.5g之间。对此,云战友表示,伊利产品的蛋白质含量比国标高许多,同时优于大部分国外同类产品。

在检测过程中,伊利还设

立了食品安全“三条线”,即在国标线的基础上,伊利提升了50%的标准,制定了企标线;在企标线的基础上,又提升了20%的标准,制定了内控线。企标线严于国标线,内控线严于企标线,进一步提升了企业自身食品安全的风险管控能力。

今年年初,新冠肺炎疫情突发,上游牧场受到直接影响,物流中断、物资缺乏、资金紧张、技术薄弱等问题,严重影响了牧场的正常运营,危及到了产业链根基。面对这种情况,伊利从提供防疫指导、解决物资短缺、疏通物流梗阻、开通融资渠道、提供技术支持等多方面入手对牧场进行帮扶。

一直以来,作为行业头部企业,伊利积极践行企业社会责任,为上下游合作伙伴提供了诸多帮助,仅金融帮扶一项,截至2020年6月30日,伊利已为6768户产业链上下游合作伙伴提供融资金额达560.38亿元。

近些年来,伊利凭借对行业深刻的理解不断深耕,初步实现了覆盖亚洲、大洋洲、欧洲和美洲的全球资源网络、全球研发网络和全球市场网络布局。在牧场建设方面,大力探索奶业发展新模式,在创新研发方面,积极打造“全球智慧链”:欧洲有伊利欧洲研发中心,美洲有伊利主导实施了“中美食品智慧谷”。在公益方面,伊利更是以实际行动帮扶积贫积弱的地区、群体。

有业内人士认为,随着越来越多的企业加速全球布局,乳制品行业将迎来日新月异的变革,以伊利为代表的乳企在满足国内消费市场的同时,其全球市场份额也将稳步提升,其创新的发展模式在推动国内乳业发展的同时也将助推全球奶业的转型升级。

(新华网)

## 上半年全国牛奶产量1431万吨 同期增长7.9%

**本报讯** 据国家统计局数据显示,2020年上半年全国牛奶产量1431万吨,比去年同期增加105万吨,增长7.9%。二季度,全国牛奶产量777万吨,环比增加123万吨,增长18.8%,同比增加76万吨,增长10.8%。二季度生鲜乳产量和生产效益稳步回升。

根据农业农村部对全国发生生鲜乳收购站生鲜乳产量跟踪监测,自去年9月份以来,国内生鲜乳产量持续保持增长势头,截至今年6月份,已经连续增长9个月。6月全国发生生鲜乳收购站生鲜乳产量指数为118.4(以2015年1月为基期100),环比增长0.2%,同比增长9.9%。

截至今年二季度末,全国发生生鲜乳收购站所涉及的养殖场户数量环比增加0.7%,同比减少14.1%;涉及奶牛存栏环比增加1.7%,同比增加3.9%。生鲜乳收购站涉及养殖场户户均存栏环比增加1.0%,同比增加21.0%。

## 中国葡萄酒领军企业峰会在京举行

**本报讯** 由中国酒业协会主办,烟台张裕葡萄酒股份有限公司承办的第二届中国葡萄酒领军企业峰会,近日在北京张裕爱斐堡酒庄召开。烟台张裕葡萄酒股份有限公司、中粮长城酒业有限公司、威龙葡萄酒股份有限公司、中法合营王朝葡萄酒股份有限公司、中信国安葡萄酒股份有限公司等领军企业领导人参加了会议。

会上,中国酒业协会执行理事长王琦就近年中国葡萄酒行业总体情况与协会所开展的工作

进行了全面的汇报与分析,并围绕行业未来发展及协会准备开展的工作做了题为《互信聚力、共担责任、创新发展》的主题报告。

在发言中,烟台张裕葡萄酒股份有限公司董事长周洪江指出,中国葡萄酒未来应该做到“三个回归”,才能更好地迎接挑战:一是回归产品质量,只有产品品质做到全球最高标准,才不惧怕任何的竞争;二是回归消费者,通过数字化营销手段,与消费者产生互动,讲好中国葡萄酒的故事;三是回归消费场景,中

国人有自己的品酒标准、喝酒方式,不需要过分强调西式的餐酒搭配,必须让葡萄酒快速融入中国人的餐桌。

据了解,此届峰会达成以下共识:联合推动葡萄酒产业政策及产业定位的研究,争取为中国葡萄酒创造平等的市场主体地位,进行公平竞争;坚定“中国风土、世界品质”的自信,深挖产区、产品特色,坚守品质底线;坚定葡萄酒中国鉴评体系的应用;坚持竞合,共同引领行业发展;坚持定期召开中国葡萄酒领军企业峰会。