

建立生鲜乳质量分级体系 引导优质优价

牛奶优质化暨奶牛饲料饲养与环境专业委员会专题会议召开

日前,由中国农业科学院北京畜牧兽医研究所、中国奶业协会饲料饲养与环境专业委员会和河北现代农业产业技术体系奶牛产业创新团队共同举办的“牛奶优质化暨奶牛饲料饲养与环境专业委员会专题会议”在石家庄举办,此次会议以“落实国办高质量发展要求,大力推动牛奶优质化发展”为会议主题。中国农业科学院原党组书记、中国奶业协会战略发展工作委员会名誉副主任陈萌山,农业农村部畜牧兽医局二级巡视员王俊勋等领导出席会议并讲话,国家奶业科技创新联盟副主任顾佳升,河北现代农业产业技术体系奶牛产业创新团队首席专家倪俊卿,上海

睿农企业管理咨询有限公司总经理侯军伟等3位专家作报告,来自全国的150余位业内同仁参加了会议,会议由河北农业大学教授李建国主持。

陈萌山在讲话中首先肯定了中国奶业协会饲料饲养与环境专业委员会以振兴民族奶业为己任,充分发挥会员单位自身优势,突出科技引领奶业质量和竞争力的提升,突出科技有效支撑政府奶业政策制定,有效履行了专业委员会的职责,得到了政府管理部门的充分肯定和业内同行的一致认可。他认为专业委员会提出的“优质奶,本土奶”的理念,推动实施的优质乳工程标准化技术体系,已经在全国25个省份57

家乳制品企业应用实施,引领了奶业的高质量发展需求。他希望专业委员会持续以科技创新作为奶业发展的强大驱动力,要把大力推广安全健康、绿色低碳、营养鲜活的优质奶作为重大的责任和使命,进一步推动国产奶做大做强,以满足新时代国民营养健康发展的新需求。

王俊勋指出,奶业生产总体向好。一是奶业转型升级加快,2019年全国奶牛规模养殖比例达到64%;二是养殖效益开始回升,2020年,生鲜乳价格延续了自2018年下半年以来的上行趋势;三是乳企加大力度投身奶源基地建设;四是乳品质量安全状况良好,三聚氰胺

等重点监控违禁添加物抽检合格率连续11年保持100%;五是绿色发展能力显著提升,优质苜蓿种植面积超过650万亩;六是品牌影响力不断增强。他同时认为,虽然我国奶业取得了显著的成绩,但是也面临诸多的挑战,并就存在的挑战给出了意见和建议。

顾佳升分享了“开发个性化优质奶”的报告,指出针对不同的消费群体,开发保留不同活性成分的乳制品是未来发展的趋势。

倪俊卿介绍了河北省建设优质奶源基地的经验,认为坚持绿色发展理念,因地制宜,瞄准提质增效是未来奶源基地建设的核心。

侯军伟介绍了乳业新周期和机遇,他认为区域乳业只有坚守新鲜战略才能获得局部市场的领先地位,抓住机遇,更好地发展。

此次会议是贯彻落实国务院办公厅关于《推进奶业振兴保障乳品质量安全的意见》“建立生鲜乳质量分级体系,引导优质优价”和《关于促进畜牧业高质量发展的意见》精神,推动奶业优质化发展,服务健康中国而举办的,通过与与会专家的交流和讨论,更加明确了奶业高质量发展的方向是优质化,只有优质化发展,才能真正实现奶业的转型升级,为健康中国做出更大的贡献。

(新华网)

我国葡萄酒产业发展前景广阔

为期两天的第九届宁夏贺兰山东麓国际葡萄酒博览会日前在宁夏银川落幕。博览会以“荟聚葡萄酒之都 共圆紫色梦想”为主题,旨在展示宁夏葡萄酒产业发展成果,推动中国葡萄酒走向世界。

博览会期间,中法葡萄酒国际论坛、世界葡萄酒旅游论坛、葡萄酒产业投资暨订货会等活动相继举办。来自中国、法国、阿根廷、西班牙等国的各界人士采用“线上+线下”的方式共聚一堂,共话发展。

法国前总理拉法兰在视频致辞中表示,葡萄种植业是国民经济的重要组成部分,中国的葡萄酒产业取得了长足进展。他强调,中国经济社会秩序正加快恢复,“中国为世界经济的稳定复苏作出了重要贡献”。

据国际葡萄和葡萄酒组织(OIV)发布的2019年全球葡萄酒产业形势报告,中国葡萄园种植面积仅次于西班牙,居世界第二。目前,宁夏葡萄种植面积达到49.2万亩,占中国酿酒葡萄面积的1/4。现有酒庄211家,年产葡萄酒1.3亿瓶,综合产值达到261亿元人民币。宁夏贺兰山东麓产区生产的葡萄酒,已远销德国、比利时、法国、新加坡、西班牙等20多个国家和地区。

OIV主席雷吉娜·万德林娜表示,近年来,亚洲的葡萄酒产业取得了持续性的稳步增长,特别是中国的葡萄酒产业备受瞩目。期待与中方加强全方位合作,“我们的合作定能更上一层楼”。

法国国家级酿酒大师让-克洛德·贝鲁埃表示,

中国的葡萄酒类型非常丰富,几乎全世界的葡萄酒种类,都能够在中国找到。“考虑到中国国内市场的巨大需求和消费增长速度,中国很快将成为大众葡萄酒主要的消费市场。中国的葡萄酒产业发展前景广阔。”

目前,宁夏贺兰山东麓产区已先后引进60多个酿酒葡萄品种(品系),以及数十名国际酿酒师,为葡萄酒产业发展添加动力。贺兰山东麓还将全域旅游与葡萄酒两大主导产业嫁接,形成了独具特色的葡萄酒旅游发展模式。博览会期间,宁夏贺兰山东麓葡萄酒旅游产区与法国卢瓦尔蒙路易、西班牙普里奥拉托等产区一同荣获“世界十大最具潜力葡萄酒旅游产区”称号。

(《人民日报》)

贵州茅台前三季度净利同比增长11.07%

本报讯 10月25日,贵州茅台酒股份有限公司(以下简称“贵州茅台”)发布三季报。报告显示,1至9月,贵州茅台共实现营业收入672.15亿元,同比增长10.31%,归属于上市公司股东的净利润实现338.27亿元,同比增长11.07%,整体仍保持两位数增长态势。

茅台酒依然是贵州茅台营业收入的重要来源,1至9月共获得营业收入601.45亿元,营收占比89.57%,剩余系列酒产品则占比10.42%。此外,国内市场依然是贵州茅台“主战场”,前三季度国内、国外销售占比分别为97%和3%。

值得注意的是,贵州茅台销售渠道也有所调整,三季报显示,公

司通过直销收入占比为12.56%,批发收入占比为87.44%。相比去年同期的5.09%,直销收入占比实现了持续提升。与此相应,三季报显示,贵州茅台依然在大幅缩减经销商,从年初至报告期末,国内经销商数量共减少了342家,剩余2049家。贵州茅台表示,这一举措是为了进一步优化营销网络布局,提升经销商的整体实力。

此外,三季报显示,贵州茅台“十三五”中华片区茅台酒技改工程及其配套设施项目和3万吨酱香系列酒技改及配套设施项目的建设速度正不断加快,反映到在建工程资金数据变化上,大幅增加了45.29%。

蒙牛荣登“BrandZ™ 2020最具价值中国品牌100强”榜单

本报讯 日前,2020年BrandZ™最具价值中国品牌100强发布会暨十周年特别纪念活动在上海举行,蒙牛品牌凭借良好的市场表现,以品牌价值68.31亿美元,连续10年入选“BrandZ™ 2020最具价值中国品牌100强”榜单,位列第31位。

与此同时,蒙牛再次跻身同日发布的“品牌贡献TOP10排行榜”,也是该榜单中唯一的饮品品牌。BrandZ™品牌贡献指标剔除了金融财务及其它市场因素,评估的是品牌本身推动销量和促成溢价的能力,受到消费者

广泛好评的品牌在品牌贡献上得分较高。

BrandZ™最具价值中国品牌排行榜是WPP与凯度在全球设立的第一个BrandZ国家品牌排行榜。BrandZ™于2011年推出中国品牌50强榜单,并于2014年将排名扩大到100强以更加充分地反映中国市场的活力。过去十年间,中国品牌50强总价值增长225%,超过全球品牌50强(增长126%)的同期表现。同样,中国品牌100强总价值自2014年以来增长162%,同期全球品牌100强仅增长74%。

