

全国婴配奶粉市场规模近2000亿元

11月3-4日,由中国营养保健食品协会主办的第三届中国国际婴幼儿配方乳粉大会暨2020中国母婴营养教育高峰论坛在长沙召开。中国营养保健食品协会会长边振甲表示,得益于二孩政策全面放开,自2016年起,中国婴幼儿乳粉市场规模持续扩大,成为全球第二大婴童消费市场,2019年市场规模达近2000亿元。

边振甲提到,近年来,国家出台了一系列重要政策文件提出“提升国产婴幼儿配方乳粉的品质和美誉度”,“实施婴幼儿配方奶粉质量提升行动”,监管部门出台了一系列史上最严的管理政策,几年来牛奶质量水平发生质的飞跃,各项理化指标和卫生指标均高于《生乳》国标,达到美国、欧盟等发达国家水平。在政府、行业、产业界的不懈努力下,婴配乳粉质量水平大幅提高,抽检合格率逐年提升,已批准的160余家企业的1300多

个产品2019年合格率已达99.8%,位居食品行业前列。可以说,我国婴幼儿配方乳粉质量安全处于历史最好水平。

从国际角度看,新西兰初级产业部对华事务副部长高天介绍,婴幼儿配方乳粉产品占新西兰乳制品出口总额的12.6%,中国是新西兰婴幼儿配方乳粉产品最大的市场。双方的合作跨越了贸易、双向投资、政府合作,其中在监管方面的合作包括乳制品标准的制定等。

下一步婴配乳粉新国标即将实施,对企业配方升级,产品品质提升提出了新的更大的挑战。对此,国家市场监督管理总局总局特殊食品安全监督管理局婴配食品注册处处长李晓瑜、国家市场监督管理总局食品审评中心婴幼儿配方乳粉产品配方处处长龙继红、国家食品安全风险评估中心研究员梁栋,国际食品法典委员会Jenny Reid(视频)、新西兰初级产业

部污染物残留监控司首席顾问Susan Morris(视频)分享解读了国内外婴配乳粉标准制定、法规监管相关情况。

会议之后举行的中国母婴营养教育高峰论坛上,多位专家指出,目前母乳喂养的观念越来越受到重视,婴儿配方乳粉和婴儿辅食作为补充食品可以对婴儿开启味觉感知、学习咀嚼功能等方面起到辅助作用。

南京医科大学公共卫生学院教授汪之頔提到,婴儿出生前所有的保护都由母体提供,当他们脱离母体后,消化吸收能力、抵御外界伤害的能力并没有发生变化。出生后的婴儿需要大量能量生长发育,但是他们的消化和代谢能力又很差,这个巨大的矛盾要靠母乳解决。他提到,母乳喂养是人类进化过程中形成的最天然的方式,没有任何人工方式能轻易取代它的优势,在母乳喂养下,婴儿的慢性病风险是最

低的。他认为,理想的状态是将婴儿配方乳粉和婴幼儿辅食作为母乳的补充。

崔玉涛育学园儿科诊所院长崔玉涛通过视频表示,婴幼儿与孕产妇营养目前越来越受到公众的关注,作为行业工作者,给大家带来更多科学正面的专业信息,深感非常重要。很高兴能和中国营养保健食品协会共同携手推进行业健康发展,婴幼儿与孕产妇营养知识科普传播。

北京和睦家医院临床营养师刘遂谦表示,70后、80后的二胎或三胎妈妈们对婴配或婴辅食仍缺乏信任,更倾向于自己加工,但这样可能存在原材料安全隐患,影响孩子的健康。她同时提到,现在90和95后妈妈的自我关注度非常高,希望可以“短平快”地解决自己的喂养问题,然而婴辅食品类仍存在空白,导致她们需求一些更优质化、智能化的婴辅食品时不得不选择海淘。她建

议继续大力推广营养教育,避免各类营养风险。

北京市中闻律师事务所资深律师李斌就母婴产品消费者保护的话题作精彩分享。他谈到,食品安全是重中之重,按照2015年新修订的食品安全法的要求,最严谨的标准,最严肃的问责,最严厉的处罚,都给食品行业带来很大的挑战,如何维护消费者权益?所有食品企业,应该做好自律,建立自我约束机制。李律师通过案例深入介绍了消费者保护必须通过民事和刑事法、行政机关、刑事责任三个层面进行才能保护消费者的利益。

会上,惠氏、伊利相关业务负责人也从“母乳营养成分研究及创新应用”等内容开展分享交流。原黑龙江省食品药品监督管理局副局长张守文、中国营养保健食品协会婴幼儿辅食专业委员会轮值主席杨燕涛出席并主持会议。

(中经网)

乳制品行业疫情后迎来新机会

近日,第三届中国乳业资本论坛在京召开。当前,乳制品行业面临哪些新机遇?乳企该怎样布局?资本又该如何发力?在“资本如何赋能产业发展”的圆桌论坛环节,乳企高管和行业专家给出了答案。

三元股份副董事长、总经理张学庆表示,乳制品行业经过近20年的高速发展,野蛮增长的年代已经过去。乳业总量增长趋于平缓,但疫情催生了一些消费新趋势,如健康化、家庭化、线上化,这给功能化、高端化产品带来了机会。

“我们是通过并购发展起来的,但并购这件事不确定性太大,确定的是后面的整合,资本不仅仅是‘扶上马’,还要‘送一程’。”新希望乳业党委书记、董秘郑世锋表示,资本有很多能量和经验,可以帮助产业做好整合。

乳制品行业迎新机会

今年突如其来的疫情影响到了每一个行业,乳制品行业也不例外。但乳制品作为生活的必需品,也迎来了很多新机遇。

“疫情对乳制品行业的影响还是比较大的,但从二季度到三季度,这个行业在快速地复苏。”郑世锋表示,双循环下不变的是围绕消费者去做好产品的初心。疫情也改变了大家的消费方式和习惯,如何抓住消费场

景、消费方式和消费理念的变化去更好地发展,这是企业要考虑的问题。

长城证券金融研究所副所长、大消费组组长刘鹏表示,疫情后微场景增加了很多,如果能够有效地去分解微场景,并且制定相应的营销和产品策略很重要。乳企进行精细化营销和管理是非常好的实现路径,这方面也带来了新机会。对于企业或者是投资人来说,要找到真正能够持续有效的场景,进行有效的研究和分析,才可能获得更大的回报。

“如果抱着一成不变的思路去发展,肯定会遇到各种各样的问题。企业应该从品牌、产品、发展策略,甚至在资本市场上‘讲故事’的思路进行根本性革新。”香颂资本执行董事沈萌则表示,在“双循环”下,经济的发展路径发生了深刻的变化,但以消费来引领未来经济成长的思路不会变,当消费者需求发生变化的时候,企业的产品只有根据需求随之而变,做出更符合专业性和逻辑性的决策,才能够在大变局的市场环境之下抓住市场机会。

资本赋能产业要有度

资本和产业在一定程度上是相互促进的,产业不断创新,也会吸引更多的资本进入。

张学庆认为,产业发展一定

需要资本市场去推动,资本也在不断寻找稳定的、有长期和确定回报的产业。但资本也是把双刃剑,怎么用好资本很重要,不能本末倒置,产业的本质是怎么把经营和回报做好,不能经营不好就靠并购、靠资本去推动,有时候会适得其反,这个度的把握很重要。

事实上,乳制品消费不断增长,行业进入精细化发展阶段,资本仍旧大有可为。

乳业专家宋亮表示,从中长期来看,中国乳制品消费的增长是不会变的,他认为,在2023年以后随着国内经济形势好转以及三四线市场的消费成熟,乳品消费将会呈现放量增长。

事实上,不少乳企也在不断夯实自身的强项,成为细分领域的龙头。在这样的背景下,资本也愈发有针对性地助力产业发展。

张学庆认为,在乳制品行业,资本可以进一步优化完善产业链,可以助力区域型公司通过并购加快国际化步伐等。而从产品和品类扩张上,有些公司也可以通过并购孵化的方式去寻找机会。

刘鹏也表示,像现在的注册制就可以为更多的优秀乳企提高融资效率和资本的流动性。同时,企业间通过并购等手段,都会进一步助力行业实现更优质的发展。(证券日报)

豆奶营养与健康高峰论坛在京举行

首部豆奶白皮书发布

本报讯 近日,由北京营养师协会主办的“读懂营养·喝好豆奶——豆奶营养与健康高峰论坛暨《2020豆奶营养与健康白皮书》发布会”在京召开。论坛上,首部针对国内豆奶饮品普及现状、豆奶营养价值的权威报告——《2020豆奶营养与健康白皮书》正式发布。这不仅对行业发展具有引领意义,更喻示着专业营养学界、行业协会和生产制造企业将“强强联合”,逐步提升公众对豆奶营养价值的科学认知,引导公众进一步优化日常膳食结构,塑造健康体魄。

中国营养学会、北京营养师协会杨月欣理事长,中国饮料工业协会张金泽副理事长在论坛开幕致辞上所倡导的,结合当前国家对关乎国民健康的规划与政策,提高公众对豆奶等豆类食品营养益处的认知,让更多人乐意去消费豆奶,是行业未来几年的重要任务。根据《健康中国行动》和《国民营养计划》指南,合理膳食、优化国民膳食结构等已被列入国家专项行动,豆奶等植物蛋白食品势必大有作为。

合理的膳食,是免疫力的基石。随着消费者健康意识的不断增强,高蛋白、低脂肪的豆奶得到越来越多人的青睐。据统计,2014-2018年期间,我国豆奶及豆奶饮料产品市场的年复合销量增长为9.3%,远高于常温牛奶。尽管市场增速可观,但据估算,散装豆浆、预包装豆奶及豆奶饮料整个市场已达成千亿规模,而预包装豆奶及豆奶饮料大概只占整体市场规模的1/10,豆奶饮料市场仍处于产业发展的初级阶段。

此次论坛上隆重发布的《2020豆奶营养与健康白皮书》,从介绍大豆种植概况、功效成分、健康效应,到剖析豆奶营养价值、行业状况、消费认知,并且结合权威数据及客观例证,全方位解读了豆奶在居民膳食中的营养价值地位,为豆奶行业提供专业的参考指南。

此外,在白皮书最后,特别撰写“国内豆奶(豆浆)饮品发展策略”这一章节,从理论下沉至实践,为拓展消费者市场作出相关建议,无疑让企业在加强大众营养健康教育、推进豆奶产品创新时,变得有章可循,其重要意义不言而喻。