

《国家“学生饮用奶计划”推广规划(2021-2025年)》发布

本报讯 日前,中国奶业协会印发《国家“学生饮用奶计划”推广规划(2021-2025年)》(以下简称《规划》)。《规划》旨在大力推广国家学生饮用奶计划,增加产品种类,保障质量安

全,扩大覆盖范围。

《规划》要求,到2025年,国家“学生饮用奶计划”推广取得明显进展,政策法规更加完善,运行机制更为高效,质量安全显著提升,入校操作更加规范,

供应能力明显增加,覆盖范围不断扩大,社会影响力进一步提升,学生身体素质和营养健康水平得到有效提高和改善。

据中国奶业协会副会长兼秘书长刘亚清介绍,自

2013年中国奶业协会承接国家“学生饮用奶计划”的推广工作以来,取得了显著成效。目前全国在册学生饮用奶生产企业123家,日均供应生鲜乳12000多吨。全国学

生饮用奶在校日均供应量从2001年的50万份,增长到2019-2020学年的2130万份,惠及2600万名中小學生,覆盖全国31个省、自治区、直辖市的63000多所学校。

区域酒企掀起涨价潮 次高端市场如何突围

临近年底,白酒行业掀起涨价潮。继此前酱香酒涨价、低端白酒涨价之后,包括水井坊、今世缘、剑南春、酒鬼酒在内的区域酒企也加入涨价大军。新冠肺炎疫情之下,区域酒企受到很大冲击,涨价能否成为其突围“法宝”呢?

区域酒企掀起涨价潮

12月20日晚间,市场消息显示,剑南春对旗下两款产品进行涨价,分别为水晶剑南春和珍藏版剑南春,涨价幅度分别为30元/瓶和100元/瓶。据悉,52度500ml水晶剑南春建议零售价上调30元/瓶,调整为519元/瓶;珍藏版剑南春建议零售价上调100元/瓶,由788元/瓶调整为888元/瓶。

同一天,酒鬼酒旗下湖南内参酒销售有限责任公司也发布公告表示,对各战区经销商停止供货52度500ml内参酒。经销商确有进货需求时,由内参酒公司审批后进行发货。酒鬼酒此举或为涨价做准备。

值得注意的是,在此之前已有几家区域酒企发布了涨价通知。据悉,12月17日,水井坊发布公告表示,针对旗下52度500ml臻酿八号在全渠道全市场进行价格调整,市场建议零售价由478元/瓶上调至498元/瓶,涨价幅度为20元/瓶。当日,今世缘也发布公告表示,从明年1月起,今世缘旗下国缘核心大单品四开国缘出厂价每月1日上调10元,连续三个月,并缩减在销四开国缘的销售订单,采取控量供应,为四代四开上市做好衔接准备。

盈利压力较大

据悉,近几个月,白酒涨

价潮一波未平一波又起,此前包括国台、钓鱼台、珍酒等酱酒已轮番涨价,此外,包括牛栏山、泸州老窖二曲等低端酒也不甘示弱,加入涨价大军,如今,区域酒企对其旗下次高端产品纷纷涨价意欲何为呢?

对此,白酒行业专家晋育锋表示,此轮区域酒企涨价有两大共性:一是进行跟风,因为当前白酒行业已形成全行业普遍涨价的风潮,这几大区域酒企也不愿被落下;二是,面临较大的盈利压力,随着全国性白酒品牌的挤压越来越严重,白酒行业竞争强度越来越大,区域酒企高端白酒销量受限制了其盈利能力的提高,只能通过涨价提振业绩。

实际上,每年临近年底,白酒行业都会掀起涨价潮,以提振经销商信心,促进经销商提前打款,为春节旺季做准备。业内人士认为,此番剑南春对旗下水晶剑南春的正式涨价时间为明年3月1日,剑南春预先放出涨价消息意在让经销商提前打款。

晋育锋解释道,白酒行业涨价分为三大主要节点,一是春节旺季前的12月份左右,企业涨价目的是促进经销商打款,并为明年一季度业绩打好基础;二是春节过后淡季到来前,因为此时经销商库存消化差不多了,企业此时涨价以提升品牌力;三是中秋旺季前,企业涨价目的和春节前类似,主要为促进经销商打款。总体而言,相当于旺季涨价,白酒企业淡季涨价的底气更足。

“群龙乱舞”的次高端市场

而今年,在疫情的特殊

背景下,酒企压力更大,尤其占位次高端市场的这几大区域酒企在后疫情时代业绩恢复过程中表现不尽理想。

据悉,水井坊今年受疫情冲击较大,今年上半年,水井坊作为白酒行业首个公布半年报的企业,因其上半年营收同比下降52.41%,扣非净利润同比下降71.66%而广受诟病;今世缘则出现上半年的经营活动现金流为-2598.51万元,同比下降108.71%的行情。酒鬼酒虽业绩表现相对较好,但金融数据和工具服务商万得(Wind)数据显示,今年前三季度,酒鬼酒的存货周转率为0.25次,在白酒行业19家上市公司中排名第15。

晋育锋坦言,相对于高端和低端白酒的刚需消费,次高端白酒属于“游离型”消费,在疫情好转后,恢复速度较慢。众多次高端白酒企业拼命涨价以脱离次高端价格带,跻身高端白酒市场。然而,相对于次高端白酒市场的“群龙乱舞”,高端白酒市场已形成寡头垄断的格局,很难有新产品加入。而水井坊和酒鬼酒都由于历史原因,对中端和低端产品先天性缺失,这决定其缺少贡献销量的大单品,于是其涨价跻身高端市场的压力更大。

数据显示,今年1-11月,我国规模以上白酒企业累计产量618.36万千升,同比下降10.26%。白酒行业专家欧阳千里表示,疫情常态化加剧了白酒市场人均饮酒频次、人均饮酒量双降,此轮涨价更多是白酒企业在保证销量不变的前提下提升销售额及利润。

(中国商网)

本报讯 12月22日,现代奶业评价体系建设工作推进会在京召开。中国农业科学院食物与营养发展研究所所长,现代奶业评价工作领导小组副组长王加启,介绍了现代奶业评价体系建设工作的推进情况。取得的阶段性成果得到了以原农业部副部长、中国奶业协会名誉会长高鸿宾为首的高级顾问团和以中国奶业协会副会长兼秘书长、现代奶业评价工作领导小组组长刘亚清为首的领导小组全体成员的共同认可。

据悉,6月18日,由中国奶业协会、内蒙古伊利实业集团股份有限公司、内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司、现代牧业集团股份有限公司等24家单位联合起草的《现代奶业评价 奶场定级与评价》团体标准正式发布。该标准作为现代奶业评价体系建设的首部标准,既有发展现状和质量效益的绩效成绩评价,又有长期规划和可持续发展的战略潜力评价,既保证评价全面客观,科学合理,又对奶牛场的现代化起到导向引领作用。

7月28日,现代奶业评价体系建设工作启动会在京召开,现代奶业评价工作领导小组及管理办公室正式设立,标志着我国现代奶业评价体系建设工作迈出了铿锵有力的第一步。现代奶业评价体系建设工作的启动引起了行业的共鸣和消费者群体的关注,相关舆情总量超过千条,新华网、人民网等客户端点击量过百万。与此同时,《现代奶场定级与评价管理办法》和《现代奶场定级评价师管理办法》相继发布,进一步推动现代奶业评价迈入实质性阶段。

中国奶业协会乘势而上,组织专业人士针对《现代奶业评价 奶场定级与评价》团体标准编写详细评价细则,又经行业专家层层把关,保证标准的唯一性解释,形成标准宣贯教材,助力现代奶业评价高质量开展。按照现代奶业评价工作领导小组的统一部署,现代奶业评价管理办公室于12月2日在南京举办了现代奶场定级评价师首期培训班。通过严格考试,现代奶业评价领导小组最终审核通过120人,以中国奶业协会公告形式向全社会发布,首批现代奶场定级评价师正式上岗,现代奶场定级与评价专业队伍整装待发。

现代奶业评价体系建设包括养殖和加工两个业务主体,作为率先开展工作的养殖板块,其标准、管理办法、组织架构及评价师队伍已全部就位,领导小组内的规模养殖企业即日起就可按照管理办法规定的程序申请定级评价,获得定级证书。按照领导小组的统一部署,计划2021年上半年完成一批重点奶牛场的定级评价工作,发放首批定级证书及电子标牌。管理办公室、评价中心、评价师将各司其职,相互配合,保证现代奶场定级评价工作的公平、公正,顺利推进。

2020年是全面建成小康社会和“十三五”规划收官之年,年初突然爆发的新冠肺炎疫情,没有阻挡我们前进的步伐。现代奶业评价体系建设工作取得实质性进展,达到预期目标。

2021年是“十四五”规划的开局之年,在今后一段时期内,现代奶业评价工作将始终坚定不移贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念,坚持稳中求进工作总基调,以推动奶业现代化发展为主题,有序推进全产业链优化升级,提高我国奶业质量效益和竞争力,实现二〇三五年农业现代化远景目标。(中国奶业协会微信号)

首批现代奶场定级与评价中心和现代奶场定级评价师出炉