

乳业资本风口已至 如何构建行业发展新格局

本报讯 10月22日,第四届中国乳业资本论坛在京召开。论坛以“新开局、新战局、新格局”为主题,围绕中国乳业面临的机遇与挑战,以及细分赛道如奶酪、益生菌行业高成长背后的问题、乱象等话题展开讨论。

乳业与资本的风口已经来临

“中国乳业已成为具有世界先进水平的现代化食品制造业。”中国乳制品工业协会副理事长兼常务副秘书长刘超表示,上市乳企半年报表明行业的整体势头增长强劲,多数上市乳企的增长达到了双位数。但是随着乳业快速发展,深层次的问题也越来越凸显。比如,原料奶价格以及乳制品的产品增长、区域发展不平衡、乳制品市场结构过剩与短缺并存、对国际市场依赖度越来越大等。

乳业的机遇是无限的。一是经济有支撑;二是政策有保障;三是产业有基础。中国奶业协会副秘书长周振峰表示,我国奶业产业素质全面提升,质量安全水平大幅提高,转型升级明显加快,现代奶业格局初步形成,产业发展潜力大。

“2021年是‘十四五’开局之年,对中国乳企而言,只有牢牢抓住历史机遇期,积极推进数字化转型,打造数字化

企业,才能赢得未来全球乳业竞争新优势。”伊利股份副总裁张铁鹏表示,在这一进程中,资本市场扮演着关键的杠杆角色。一方面,乳制品行业要想加速数字化转型,离不开资本市场在资金、资源等方面的助力;另一方面,数字化作为驱动企业产业链变革、提质增效的重要手段,蕴藏着极大的潜力和价值。

蒙牛集团党委副书记、执行总裁李鹏程表示,全球乳业特别是中国乳业已经进入了一个新时代。乳业与资本的风口已经来临。“‘十四五’规划首次将奶列入需要保障供给安全的农产品。同时,按照奶业振兴规划,到2025年,中国乳业全面实现现代化和振兴。由此可见,发展乳业不仅国家有要求,市场也有需求,企业也有动力。”

奶酪、益生菌等细分行业呈现出高速发展态势

“对于企业来说,最核心的竞争力是拥有能够持续地为消费者提供差异化的产品和服务的能力。”针对如何打造乳制品行业新格局,君乐宝集团总裁助理冯进茂认为,对于乳品企业来说,品质和研发创新很重要。只有产品品质得到根本提升,研发创新速度能跟上

消费者需求更新迭代的速度,才能为消费者提供更好的产品,企业的竞争力自然也会得到提升。

新乳业党委书记、董秘郑世锋表示,在当下大背景下,企业需要从消费者角度出发,做好企业自身建设,提高自身核心竞争力。

近年来,奶酪已经成为乳制品新的消费增长点。“从工艺加工、产品形态上来说,奶酪这个产品形态其实是非常多样的。”源峰基金消费行业资深分析师付竹云表示,每隔一段时间,中国乳业市场上就会有一种非常新的产品形态出现,比如液态奶、常温液态奶、常温酸奶,以及现在的奶酪棒。因此,在产业和资本的共同努力下,中国奶酪市场会有一些新的突破。

不仅如此,中国益生菌市场正处于快速增长期,且益生菌行业未来有国产替代趋势,针对国人体质及肠道菌群,自主国产化研发具有不可替代的优势。

据论坛现场发布的《2021中国乳业产业深度研究报告》称,我国乳制品行业发展已进入新阶段:一方面,行业空间和结构有提升和升级的空间;另一方面,竞争格局改善,龙头集中度提升,上下游产业链一体化成为趋势。

(中国经济网)

上半年咖啡豆进口量 同比增长104.3%

本报讯 张雷 10月23日,2021长三角城市与咖啡消费论坛在南京举办。众多文旅产业、咖啡行业和专家学者等汇聚一起,共同探讨长三角城市与“咖啡消费”在赋能城市新经济发展中的作用。

根据海关总署数据,今年1月—6月,我国咖啡豆进口量同比增长104.3%,进口总额同比增长76%,呈现“量价齐增”的局面。长三角地区作为中国经济最发达的区域之一,一市三省各城市的咖啡馆都在打造属于自己的个性化体验,来满足消费者的多元需求。

江苏省文旅厅副厅长李川在论坛上透露,不久前,省文旅厅联合多个部门发布的《2020—2021年度江苏文旅消费热力榜》显示,咖啡店、奶茶店等都成为江苏消费者喜爱、打卡的地方。当下,咖啡消费成为青年人消费新热点、新趋势,正是拓展文化和旅游新业态的重要支点。

星巴克中国华东北区总经理陈彰介绍,截至2021年8月底,已累计培训咖啡农27249人次,通过“咖啡和种植者公平规范”认证的农场达到2383个,累计认证面积为20200公顷,约等于30.3万亩。

南京卫岗乳业有限公司副总裁李然表示,针对95后消费者在不同消费场景、消费时段、购买渠道、饮用方式上,进行产品创新。同时,卫岗还联合江北音乐节等活动,让更多消费者了解卫岗了解乳制品。

论坛现场还发布了《城市咖啡消费新趋势洞察报告》。

贵州贵酒
GUIZHOU GUIJIU

贵州贵酒 封藏酒

—以时光 酿珍贵—



中康一品实业有限公司
服务热线: 400-800-2692
销售电话: 010-83362960

