

# 奶酪市场破百亿 加工工艺升级打造优质产品



**本报讯** 近年来,随着生活水平的提高以及人们饮食结构的改善,人们对营养丰富的奶制品的需求激增。其中,除了液态奶外,奶酪等干制乳品的需求量也在不断攀升。

奶酪又被称为干酪,是一种发酵的牛奶制品。由于奶酪是经牛奶浓缩而成,因此含有更为丰富的蛋白质、钙、脂肪、磷和维生素等营养成分。随着市场对奶酪的接受度、认可度逐渐提高,奶酪迎来了发展机遇。据欧睿数据显示,截至2021年年底,我国奶酪零售端市场销售额达到123亿元,过去5年年复合增长率达到23.85%,预计未来几年零售额仍将保持双位数增长。不过,根据USDA测算,我国人均奶酪消费量仅0.28kg,远低于奶酪历史悠久的欧美国家,奶酪市场具有较大的增长空间。在液态奶市场竞争趋近白热化的情况下,奶酪成为了乳企竞相布局的赛道。君乐宝、蒙牛、妙可蓝多、伊利等头部企业纷

纷推出奶酪产品,力图在奶酪市场分得一杯羹。

事实上,奶酪起源于西方国家,一直是这些国家餐桌上的常客。但是,奶酪与新疆地区的奶疙瘩、内蒙古地区的奶豆腐又有异曲同工之妙,都是将牛奶、羊奶等乳品经过发酵、净乳、凝乳、干燥而制成。不过,奶疙瘩、奶豆腐通常是自制自食,而奶酪由于要做到工业化、规模化生产,并要求保障品质稳定和统一,因此对生产设备和生产工艺的要求就非常高。

对于奶酪生产来说,杀菌是至关重要的环节。刚挤出的牛奶并不能直接用于制作奶酪,没有经过处理的牛奶中可能含有致病菌,若直接制成奶酪,人体食用后很可能引起不适。为了保证牛奶的安全性,企业一般会采用巴氏杀菌设备来对牛奶进行杀菌处理。该设备可以将牛奶加热到62℃~65℃,将牛奶中的致病菌杀灭,留下部分有益菌,同时还能

尽可能地保留鲜奶的大部分营养成分以及原有的口感。伴随着消费升级,人们对奶酪产品的品质有了更高的要求。在此背景下,加工企业需要注重产品生产工艺提升,研发出更为优质、更为安全的奶酪产品,如此才能在激烈的市场竞争中获得优势。

值得一提的是,国家也出台了相关政策支持奶酪产业的发展。2018年国务院办公厅印发的《关于推进奶业振兴保障乳品质量安全的意见》明确提出,优化乳品结构,发展奶酪等乳制品。在稳定发展液态奶同时,把奶酪培育成乳制品新的消费增长点,让消费者从“喝奶”向“吃奶酪”转变。相关政策的出台无疑会为我国的奶酪产业发展注入新的动力,企业也应抓住机遇谋求自身发展。

(食品机械设备网)

## 北京新发地市场蔬菜价格波动下行

**本报讯 陈琳** 近期随着气温逐渐回升,北京新发地市场蔬菜上市量明显增加,已连续多日突破2万吨关口,蔬菜整体价格也呈现波动下行走势。特别是2月24日,新发地市场蔬菜上市量达到2.21万吨。

近日,在新发地市场周转二区看到,这里主要销售大白菜、土豆、萝卜、圆白菜、莴笋等蔬菜品种,每条交易通道两侧和部分通道的中间位置都塞满了装着货物的车辆,可见市场整体供应非常充足。

现场工作人员介绍,近几日周转二区的蔬菜上市量特别大。比如土豆,现在每天都能达到120车左右,云南来的新土豆,全部用的是十多米长的大车运输。在蔬菜市场主市场内,每天下午,两条主干道两侧也停满了来上货的车辆。

新发地市场统计部负责人刘通介绍,由于春节过后气温普遍偏低,导致北方设施种植的小品种叶菜类及茄果类蔬菜价格居高不下,从而抬高了蔬菜整体价格。但随着近期气温持续回升,这部分蔬菜价格普遍出现了松动,而且云南新土豆、新蒜等产品也陆续上市,补充了市场供应。

数据显示,2月18日新发地市场蔬菜加权平均价为4.43元/公斤,2月25日为4.31元/公斤,蔬菜价格整体出现下降。刘通表示,由于新一茬蔬菜开始上市,鲜嫩蔬菜价格回落,拉动了蔬菜整体价格的回落。

与上周相比,小菠菜、小油菜、小白菜等小品种叶菜类,圆茄、长茄等茄果类,架豆、扁豆等豆角类,以及新上市的土豆、鲜蒜等品种价格均有不同程度下降。特别是此前价格明显偏高的小品种叶菜、茄果类蔬菜,近几日降幅明显。

从目前价格走势来看,近期蔬菜供应正在逐渐充实,总体形势快速向好,蔬菜整体价格仍然会表现出波动下行走势。



## 猪价有望回暖 仍需关注价格波动

近期,猪肉市场价格持续下跌,主要是二次育肥大猪集中出栏冲击市场,加上春节过后进入传统消费淡季,猪肉市场延续季节性下行的历史规律。总的看,目前,旅游、餐饮、团体等消费需求释放,冻猪肉收储等政策支撑猪价,预计后期猪价有望回暖,但仍需关注压栏、二次育肥等因素加剧阶段性猪价波动的风险。

### 生猪和猪肉集贸市场价连续下跌

据农业农村部监测,猪肉集贸市场价从2022年11月第1周开始连续16周下跌,2023年2月第3周跌至每公斤26.70元,环比跌1.5%,同比涨7.6%,累计跌幅36.0%;2月份以来,猪肉价格跌幅有所收窄,2月第1周、第2周和第3周的环比跌幅分别为3.5%、2.8%和1.5%。猪肉批发价从2022年11月上旬开始连续11周下跌后,在春节期间回涨,2023年2月第1周继续下跌至每公斤22.25元,环比跌3.6%,同比涨1.8%。近期生猪和猪肉价格持续下跌的原因有:

一是11月份以来生猪和猪肉供应持续增加。2022年10月份以来生猪养殖企业扛价压栏惜售,加上8至10月份二次育肥大猪集中出栏,致使生猪和猪肉供应持续增加。据农业农村部数据,生猪定点屠宰量在2022年11月和12月分别为2269万头和3090万头,环比分别增加8.2%和36.2%。据国家统计局数据,2022年四季度生猪出栏共17965万头,同比增加0.2%,猪肉产量

1436万吨,同比增加4.1%;年末生猪存栏45256万头,创历史新高,比上年同期增加0.7%。

二是2022年四季度猪肉消费旺季不旺,未能有效提振猪肉市场价格。受2022年四季度腌熏腊肉制作时间推迟、临近年底雨雪天气影响运输等因素综合影响,猪肉消费在传统消费旺季增幅有限。据农业农村部信息中心200家规模批发市场监测,2022年猪肉鲜销批发量主要集中在上半年,2022年四季度,北方地区鲜销批发量同比略减,中部和南方等省同比增幅不及上半年水平。

### 多重因素有望对猪价形成支撑

历史规律看,春节过后猪价都有一段下行区间,主要原因是春节前猪肉备货较为充分,猪肉较耐储存,节后消费短期内进入淡季,居民购买猪肉积极性较弱。目前,社会经济活动恢复常态,消费需求将得到释放,加上冻猪肉收储引导市场预期等相关因素有望对猪价形成支撑,猪价有望回暖。

从生产上看,上半年猪肉供应基本与去年持平。从生猪存栏看,据国家统计局统计,2022年末生猪存栏量为45256万头,同比增长0.7%。综合考虑冻猪肉收储、养殖场(户)扛价压栏、猪肉进口等因素判断,上半年猪肉供给相对稳定。

从消费上看,消费需求回暖将对猪价形成支撑。随着社会经济活动全面

恢复,加上学校等团体消费全面启动,都将对猪价形成有力支撑。3—4月份气温回升,前期备货猪肉消化完毕,猪肉消费将进入上升通道,猪价有望迎来拐点。

从政策引导看,冻猪肉收储将利于猪肉市场供需稳定。2月6日,国家发展改革委发布消息,1月30日至2月3日当周,全国平均猪粮比价为4.96:1,进入过度下跌一级预警区间,将启动中央冻猪肉储备收储,将引导猪肉市场预期。通常猪肉加工企业和贸易商在年初猪价低位时会选择存储一定量的冻肉,赚取后市猪价上涨时的差额盈利。

### 需密切关注影响价格波动因素

从供需形势上看,预计今年生猪和猪肉价格总体平稳,但仍需密切关注和预警防范可能影响价格大幅波动的因素,主要是二次育肥和压栏的不确定。2021年下半年猪价大幅下跌以及2022年国庆前后猪价暴涨的重要推手均是二次育肥和压栏。今年1月份,部分地区猪价低位,一些投机养殖户开始二次育肥,预计今年二次育肥仍是影响价格异常波动的主要因素,若二季度猪价恢复速度较温和,那么下半年二次育肥数量将会明显下降,对猪价影响较小,但如果养殖户对下半年预期过高,二次育肥发生高点和出栏量将会导致部分时段猪价再次出现较大波动。

(据《农民日报》)