

供需出现阶段性失衡 奶业锻长补短提振消费

农业农村部最新数据显示,7月份第4周,内蒙古、河北等10个主产省份生鲜乳平均价格3.75元/公斤,同比下跌8.8%。当前,我国奶业发展呈现阶段性过剩,养殖企业面临原料奶价格持续下行,乳品企业面临消费需求不振与奶源消化压力加大的困境。

供需出现阶段性失衡

“目前奶业面临严重困难,集中表现在需求萎缩、价格低迷,同时成本高企。养殖企业困难、加工企业也困难,大企业困难、小企业更困难。”中国奶业协会名誉会长高鸿宾说,在困难面前,中国奶业20强企业表现出了高度的社会责任感,即使面临巨大亏损也没有拒收、限收、压价,体现了行业团结精神。

国家奶牛产业技术体系首席科学家、中国农业大学教授李胜利进一步分析了奶业面临的主要挑战:国际方面,奶价呈现共振回落走势,较高的成本和低迷的需

求,使得近年来主要出口国牛奶产量低速增长;国内方面,消费增速向均值回归,快速扩张的产能释放,导致了奶牛养殖周期由景气向调整切换,国内奶业面临着阶段性奶源过剩。

为何奶类消费低迷?国家食物与营养咨询委员会主任陈萌山说,一是消费者对牛奶营养认知不足,很多地区、很多人群不喝牛奶。二是奶类消费结构不合理,低温奶消费水平低。据测算,2022年我国奶类消费主要以液态奶为主,约占77.4%,从液态奶内部看,常温奶占大头。三是干乳

制品尚未融入人们日常饮食。2022年我国人均奶酪消费量(折原奶计)1公斤,在奶类消费中仅占2.5%,远低于国际人均消费近20公斤的水平。

中国奶业协会日前发布《中国奶业质量报告(2023)》显示,2022年,我国奶类消费增长趋于平缓。规模以上乳制品加工企业主营业务收入4717.3亿元,同比增长1.1%,增速降低10.6个百分点;人均乳制品消费量42公斤,比上年减少0.6公斤;奶业主产省份生鲜乳收购均价4.16元/公斤,4年来首次出现下降。

培养创造市场需求

数据显示,奶业振兴取得重大阶段性成效。一方面,乳品量质持续增长。2022年我国奶类产量4027万吨,首次突破4000万吨大关;奶牛单产9.2吨,是2008年的两倍,规模牧场奶牛单产超过欧盟平均水平。生鲜乳、乳制品抽检合格率分别达到100%、99.9%,乳蛋白、乳脂肪含量达到发达国家水平。另一方面,产业素质稳步提升。全国存栏百头以上规模养殖比例达到72%,同比提高2个百分点。规模牧场95%以上配备全混合日粮搅拌机,其原料奶生产100%实现机械化挤奶。国产婴幼

儿配方乳粉市场占有率超过68%。

在农业农村部副部长马有祥看来,要坚定信心,走好奶业振兴的每一步路。经过多年发展,我国奶业有高产优质的奶源基地、世界一流的加工企业、配套齐全的产业体系,产能、质量、竞争力都取得了巨大进步,奶业振兴的基础更加深厚。同时奶业振兴空间巨大,去年我国人均乳品消费量42公斤,仅是亚洲平均水平的二分之一,世界平均水平的三分之一。按照国民健康膳食指南推荐的110公斤摄入标准,未来乳品消费增长空间非常大,这是奶业

振兴最大的优势所在。

“中国原料奶七成以上加工成液态奶,但美国和德国的比例只有20%,其加工成奶酪的比例高达50%。”李胜利认为,如果我国乳制品结构从液态奶占主导变为奶酪、高端奶粉等固体奶占60%,奶源结构性过剩问题就能很好解决。他建议,加大产业扶持政策,建立产业预警机制,短期纾困政策聚焦做好奶价保险、提高粗饲料收储补贴、过剩生鲜乳生产奶酪等,长期产业升级政策聚焦引导加强种养结合补贴、种业振兴、智能化养殖加工、特色乳制品开发等。

培养创造市场需求

日前,中国奶业协会发布奶业高质量发展“一揽子”措施。业内认为,我国奶业要苦练内功,以产业升级提振消费,既能缓解生鲜乳市场价格波动,也是奶业高质量发展的抓手。

高鸿宾说,过去10年,全世界奶业增长的主要动因是奶牛单产提高、高产牛群的培育、饲料转化率的提高、遗传育种技术的进步以及养殖场生产系统的优化。我国企业要用更开放的态度去学习、借鉴一切可以促进奶业发展的技术,降低成本,提高效益。

“奶源是奶业发展的基石。”马有祥说,振兴奶业首先要建好优质奶源基地,育强奶牛良种,加

快全基因组选择等生物育种技术应用,建设一批奶牛核心育种场,不断增强奶牛良种自主供应能力。要扩大优质饲草供给,继续实施振兴奶业苜蓿发展行动,扩大高产优质苜蓿种植。要发展规模养殖,培育壮大家庭牧场、奶牛合作社等,支持规模养殖场升级改造关键设施设备。

工业和信息化部消费品工业司二级巡视员谢立安表示,未来将从三方面推动乳制品行业健康发展。一是继续大力实施“三品”专项行动。积极发展配方乳粉、奶酪、奶油等产品,丰富乳制品种类,保障乳制品供应链稳定,完善质量安全追溯体系。二是努力推

动乳制品行业创新发展、绿色发展。三是加大对特色乳制品产业的培育力度,营造百花齐放的行业竞争格局。

市场监管总局食品生产监管司市场稽查专员毕玉安说,奶业质量是食品安全的风向标。乳业企业要进一步提高质量安全保障能力。增强产业链供应能力,统筹考虑国内国际两个市场,尤其是领军企业更要发挥引领示范作用。提升乳制品研发创新能力,整合资源,对准薄弱环节加大研发力度,加强产品、生产工艺创新,生产出更多品种、更高质量、更加营养的乳制品。

(乔金亮)

北京稻香村月饼 上市迎“双节”

本报讯 曹思源 虽然距中秋还有一段时间,但市场上节日的氛围已经逐渐凸显,今年中秋节将叠加国庆节消费,为迎接“双节”的到来,不少月饼产品近日都开始陆续上市。在中华老字号北京稻香村的门店里,以“北京的红”为主题的中秋店装已经布置完成,口味丰富的月饼、精致大气的礼盒、融合京剧元素的兔爷服饰,以及络绎不绝的顾客,都让店内显得格外热闹。

传承出新 争当月饼界的“技术流”

每年中秋,北京稻香村都会在传承传统手工技艺的基础上不断尝试新品研发,今年北京稻香村共推出了20多款不同口味的月饼产品,既有改良版的莲蓉双黄月饼,也有在传承基础上创新的糖醇翻毛芋泥流心月饼。据悉,这款全新口味的京式月饼是基于传统翻毛月饼的工艺,经过师傅们半年多时间的精心研发,匠心打造出一款糖醇产品,芋泥馅料搭配流心的口感,酥香绵密,甜而不腻,也更加符合当下人们对健康饮食观念的追求。

同时,今年北京稻香村还推出了两款应景中秋佳节的兔兔造型月饼,全新的小盒包装的颇为精致,内置的糕点馅料分别是熔岩可可味流心和秘制桂花味流心,浓郁的可可香气让人无法拒绝,清新的桂花更是与细腻的流心相得益彰。此外,现烤柜台还推出了“团团福宝”“圆圆福宝”两款新品月饼,热乎乎的流心搭配可爱萌趣的外形,颇具网红单品潜力。

汇聚特色 打造月饼品类“合家欢”

月饼是团圆的美食,更是心意的传递。今年,北京稻香村共推出了“添福映月”“京秋十景”等12款月饼礼盒,价格主要在100~200元之间。同时,为了倡导绿色环保理念,今年北京稻香村还将继续推出六粒装和四粒装的月饼自装盒,用更简约的礼盒为消费者带来更加多元化的选择,消费者也可根据自己的喜好和食用的场景进行搭配,让送出的礼物更具心意。

值得一提的是,今年北京稻香村还推出了一款“京秋月韵”礼盒,内含12块月饼,涵盖了滇式、广式、苏式、京式“四大邦式”的月饼,一个礼盒体验四地中秋风味,可谓是今年月饼礼盒中的“合家欢”代表。此外,今年北京稻香村还推出了一款“团圆小夜曲”月饼礼盒,内置一整块600克的四黄香莲广式月饼,馅料是传统莲蓉搭配咸香蛋黄的经典口味,饼面则是展现出了一幅玉兔颂福的中秋美景,特别适合中秋之夜一家人团圆,赏月叙话品尝美食。

喜迎“双节” 京味中秋礼赞“北京红”

北京的红,是城墙红、是枫叶红、是红色文化、是每个人心中的红、更是颇具京味特色的“自来红”。今年,北京稻香村推出了“北京的红”系列主题活动,涵盖了“开门红”“包你红”“祝你红”等丰富多彩的线上线下活动。

特别是今年中秋期间,北京稻香村将推出“和我一起红”的京式月饼技艺展示活动,讲述中秋的故事、传承非遗技艺。据了解,在活动期间,北京稻香村的师傅将在门店现场展示京式翻毛、自来红等月饼的制作技艺,在营造浓厚的节日氛围同时,以更加生动的形式传播中国传统饮食文化。