

## 乳制品产业景气指数解读

## 奶业发展正处在加快转型期

## CE 专家解读

2013年,乳制品行业要重点做好加快推进扩大优质奶源基地,加快改良奶牛品种,加强奶站监管和实施生鲜乳监测计划,确保生鲜乳质量安全;大力实施振兴奶业苜蓿发展行动;加强技术推广培训和宣传五项工作。



中国奶业协会副会长兼秘书长  
谷继承

## CE 前瞻

## 景气指数有望继续保持升势

通过预测模型对未来2个季度乳制品行业景气度进行预测,得到如下结果:

中经乳制品产业景气指数在二季度和三季度有望保持小幅回升,具体数值分别为98.5和98.7。

中经乳制品产业预警指数在未来2个季度略有下降,二季度和三季度具体数值均为111.1。

2013年,我国乳制品行业将继续保持总体平稳的发展态势。主要原因一是宏观经济将继续保持平稳



## 当前我国奶业呈现“四个并存”的特点:

- 奶牛标准化规模养殖快速推进和散户加快退出并存
- 生鲜乳质量安全水平大幅提升和乳制品消费信心不足并存
- 乳品产量持续增长和进口快速增加并存
- 国内疫病防控形势严峻和外来疫病压力加大并存

据中经乳制品产业景气指数报告显示,2013年一季度行业发展势头良好,生产经营各项指标均平稳增长。

究其原因主要有以下几点:一是国家对奶业的政策扶持力度继续加大,尤其是标准化规模养殖、奶牛良种补贴等产业政策对行业景气度的提升形成了有力的支撑;二是近期香港、澳门以及一些国家对于国人海外购买奶粉作出了限购措施,为国产品牌奶粉提供了部分市场空间;三是通过完善法规标准、强化质量监管,使得乳制品行业素质得到提升,对提振消费信心、推动消费增长起到重要作用;四是新型城镇化的加快,城镇人口的增加、城乡居民收入的稳定增长以及一系列促进消费的政策拉动,也增加了乳制品消费需求。

2012年,我国奶业生产持续发展,全国牛奶产量达3744万吨,同比增长2.3%,标准化规模养殖水平

大幅提升,全国100头以上奶牛规模养殖比重达到35%,全国机械化挤奶率超过87%,奶源基地建设步伐加快,全国100家主要乳品企业共有自建牧场240多家,生鲜乳质量安全水平大幅提升,全年累计抽检生鲜乳样品2.1万批次,三聚氰胺检测值全部符合国家管理限量值规定。

二季度,预计我国奶业将继续保持总体平稳的发展态势。原因是宏观经济将继续保持平稳较快增长,城乡居民收入稳定增加,将进一步提高乳制品消费能力;二是国家对奶业的政策扶持力度将继续加大;三是市场还有巨大的消费潜能。

综合分析我们认为,当前我国奶业发展正处在加快转型期,呈现“四个并存”的特点:即奶牛标准化规模养殖快速推进和散户加快退出并存;生鲜乳质量安全水平大幅提升和乳品质量安全事件频发并存;乳品产量持续增长和进口快速增加

并存;国内疫病防控形势严峻和外来疫病压力加大并存。

由此,未来我国奶业发展既面临重要的战略机遇,又将面临不少困难和挑战,总的概括为“四大机遇”和“四大挑战”。四大机遇是指消费需求增长拉动奶业发展,畜牧业结构加快调整助推奶业发展,科技进步支撑奶业发展,产业政策逐步完善保障奶业发展。四大挑战是指乳品消费信心仍然不足,进口奶粉数量剧增,奶牛品种培育滞后,奶农养殖技术缺乏,利益联结不紧密,比较效益偏低,优质饲草料资源缺乏,环境约束趋紧。

我们建议各级畜牧部门充分认识奶业发展的新形势新变化,按照加快规模养殖、推进结构调整、加强科学管理、重振消费信心的思路,一手抓安全,一手抓生产,坚定不移地推动我国奶业向优质化、规模化、标准化、机械化和合作化方向发展。

## 行业面临良好发展契机

北京世经未来投资咨询有限公司

韩定武

展望二季度,乳制品行业将面临良好发展契机。因此,国内乳制品行业需要从质量、宣传、营销等多方面入手,才能把握住机遇。

伴随着消费者对国产奶粉信心逐渐恢复,乳制品市场需求逐渐好转,行业呈现出价格提升、产量强劲增长、进口基本稳定,经营效益逐渐好转的良好局面。具体来看,受市场需求好转影响,2013年1-2月,乳制品产量为403.81万吨,同比增长13.99%,增速为2011年以来同期最高水平。

展望二季度,乳制品行业将面临良好发展契机。具体来看,一方面全球奶粉限购频出及未来全球性联动限购的趋势,直接导致大陆奶粉供需结构的重新调整,理性回归本土品牌选择。另一方面,相关法规的实施将进一步提高进口乳品的门槛,在规范进口乳制品方面发挥重大作用。

面对发展契机,国内乳制品行业需要从质量、宣传、营销等多方面入手,才能把握住机遇。

首先,企业应当加大技术改造与设备更新,提高研发能力,加强行业自律,从而提高乳品品质,并不断开发适合不同消费者的的新产品。通过产品的差异化,刺激消费者的消费热情。

其次,加强对乳制品的宣传,重塑消费者信心。2012年国产乳制品问题检出率0.26%,进口乳品检出率0.76%,国外奶粉绝对安全的神话破灭。借此机会,政府在加强乳制品质量安全的宏观管理的同时,应该加强对消费者在乳制品质量安全方面的知识宣传,积极引导消费者建立正确的消费观念和消费方式。

第三,加强乳品企业差异化营销管理,保障消费者权益。企业应根据不同的乳制品消费群体特征有针对性地开发新产品,并在严把质量关的同时,建立适当的营销渠道。同时,企业应在追求利润的同时保障消费者的权益,切实把好乳制品的质量安全关,维护好品牌效应。

第四,建立更加完善的乳制品销售网络,提供更加方便的购买渠道。调查发现,超市是消费者购买乳制品的首选地点,企业应根据乳制品的产品特性,制定符合城镇特点的营销策略,进一步加强城镇营销网络的建设,提高营销队伍素质,改善乳制品的供应方式,提高乳制品超市覆盖率。采用先进的营销技术,为消费者提供更加方便的购买渠道。



超过2012年,这些将对行业加快发展提供有力的政策支持。

三是我国乳制品行业还有巨大发展潜力。与世界奶业发达国家相比,我国现代化奶业发展才刚刚起步。目前我国人均年奶类消费量是27.8公斤,仅相当于亚洲平均水平的40%,世界平均水平的25%。同时,我国城乡之间、地区之间的乳制品消费也不平衡,广大农村地区的乳制品市场潜力巨大,有待进一步挖掘。