

在第八届中国奶业大会上,业内人士为行业发展把脉——

中国奶业:以质正身 重建信心

经济日报·中国经济网记者 李华林



目前,我国奶牛规模养殖成为主流、乳品企业加快建设一体化的生产模式、生鲜乳的主要质量指标已达到国际先进水平。经过多年的努力,我国奶业已取得了长足的进步,生产能力总体保持稳定,中国奶业正以全新的面貌整装待发——



2017中国奶业展会上,消费者在企业展台品尝和了解相关乳制品。

本报记者 李华林撰

“中国奶业,从跌至低谷到浴火重生,牵动了千千万万消费者的心,重建消费信心的道路阻且长,虽难亦往。”农业部副部长于康震在近日举行的第八届中国奶业大会暨2017中国奶业展览会上说。

奶业取得长足进步

经过多年的努力,我国奶业取得了长足的进步,生产能力总体保持稳定,2016年,奶类和乳制品产量分别达到3712万吨和2993万吨,乳品市场供应充足。于康震认为,这主要得益于奶牛单产和大型养殖场产能的提高。目前,奶牛平均单产达到6.4吨,比上年提高0.4吨,规模养殖比例从2008年不足20%增至53%,奶站从2.3万个减至6130个,规模以上乳制品企业627家,婴儿配方奶粉企业103家。

“国家对奶业实行的是史上最严格,甚至是最严苛的全产业链的监管制度。”中国奶业协会会长高鸿宾说,国家食药监总局每年用于监测的经费达4亿元,用于食品的占2亿元,其中用于奶业的就有1亿元。从产值看,乳品占食品的2.9%,但监测费用占到50%。

监测结果令人欣慰,去年违禁添加剂检测合格率100%,生鲜乳检测合格率99.8%,乳制品检测合格率99.5%,婴幼儿配方奶粉合格率98.7%,生鲜乳质量已步入国际先进水平,完全具备生产一流优质乳制品的基础和条件。

此外,领军企业表现突出,伊利、蒙牛同时入选中国最具价值品牌100强,伊利更是荣登榜首。现代乳业纯牛奶四次蝉联、飞鹤婴幼儿配方奶粉三次蝉联世界食品品质评鉴大会金奖,旗帜婴幼儿配方奶粉荣获特别金奖,君乐宝奶粉成功登陆香港销售。“这不只是企业的荣誉,更代表着中国的乳品品质得到了世界的认可。”高鸿宾说。

发展潜力不可小觑

“奶业面临的问题不容回避。”于康震说,2015年以来,每年上半年都曾发生“卖奶难”的问题。据调查,近期奶业主产省生鲜乳限收量约占总产量的10%,奶牛养殖亏损面超过50%。

收购价格低,卖奶难,乳制品消费增速放慢等,奶业发展困难不少。高鸿宾认为,这既与宏观经济大环境和国际乳制品价格周期性波动有关,也与乳制品本身的消费结构有关。“奶类消费发达国家是吃奶,即消费大量的干乳制品,但我国主要是喝奶,即消费大量的液态奶。美国年人均奶消费16公斤,欧盟18.3公斤,折合生鲜乳160公斤和183公斤。我国年人均消费量是0.1公斤,折合生鲜乳也就1公斤。”高鸿宾说。

国产奶消费信心还处在修复阶段,消费者盲目跟风、“唯洋品牌是瞻”的心理依然常见,代购、“海淘”没有质量监管却备受追捧。“客观地说,这些年国外奶制品进口在大幅度增加,2008年进口不到40万吨,之后逐年递增,去年已经达到217万吨,这确实给中国奶牛养殖带来了很大影响。”高鸿宾说。

“最主要的原因还在于自身竞争力不强。”于康震说,饲料和人工等要素成本上升快,技术和管理降本增效能力提升慢,奶牛养殖和乳制品加工一体化程度仍然不高,利益联结机制不紧密,奶业的各个环节都还有待转型升级。

尽管奶业发展形势不容乐观,高鸿宾认为,中国奶业前景广阔、潜力巨大。“目前我国人均奶消费量只有36.2公斤,是亚洲平均水平的二分之一,世界平均水平的三分之一,发达国家的十五分之一,甚至比发展中国家的平均消费水平低约40公斤,增长空间较大。”伴随着城镇化的持续推进,全面二孩政策的实

施,城乡居民收入差距日趋缩小,三四线城市以及农村的乳品消费能力大幅上升,乳品市场蕴含着新的消费增长机会。

新机遇中开创新格局

“近年来液态奶整体增长缓慢,但低温乳制品一枝独秀,增幅明显,其中低温奶每年始终保持着24.3%的增幅。”新希望乳业董事长刚刚说,相较于采用高温灭菌工艺的常温奶而言,以巴氏杀菌奶为代表的低温奶采用鲜奶为原料,全程冷链贮藏,能最大限度地保持营养含量和口感,是世界各国液态奶产品的主流。西风东渐,国人的消费习惯也在慢慢发生变化。“越来越多消费者选择低温奶,需求结构升级成为国内乳品市场新的增长动力,这是未来乳企需要抓住的新机遇。”席刚说。数据显示,目前我国经营低温奶产品的企业数量已经超过了400家,除了新希望、卫岗、天友、长富等一批以生产巴氏奶为主的区域性企业外,伊利、蒙牛等大型企业也设立了自己

的低温事业部,进军低温市场。奶业产业链长,除乳品加工和销售外,饲草料种植、奶牛养殖等环节也要把好质量关。于康震说,提振中国奶业,需以市场需求为导向,以优质安全为核心,“种好草”“养好牛”“产好奶”,改革创新,结构调整,转型升级。很多企业已探索出打开优质之门的模式,如飞鹤乳业最早实施了全产业链生产婴幼儿奶粉。飞鹤乳业副总裁卢光说,公司生产优质奶粉的奥秘就在于“种养加一体化”和“从挤奶到加工2小时完成”的生产模式。目前,飞鹤在全国建成8万个专属牧场,奶牛总存栏量达到6万余头,泌乳牛存栏量达3万余头。更多奶企在积极参与国际竞争,蒙牛、伊利、光明、新希望等乳品企业以投资新建、收购和控股形式在澳大利亚、法国、新西兰等国建立了奶源基地或加工厂,乳品企业国际能力和全球资源整合能力明显提升。高鸿宾说,这无疑能进一步帮助消费者认知国内奶企现状,提振奶制品消费信心。



飞鹤乳业:

从“土地”到“奶瓶”严把质量关

本报讯 记者李华林报道:今年5月份,飞鹤乳业旗下高端婴幼儿奶粉“星飞帆”继2015年、2016年后,连续三年蝉联“食品界诺贝尔奖”之称的世界食品品质评鉴大会“金奖”。

据悉,飞鹤最初采用的也是奶农散养模式,结果弊端越来越明显:一家一户订单饲养,从养牛散户收奶加工,产品质量不稳定、不可控。飞鹤决定建立一体化产业链,打通从“土地”到“奶瓶”

的全部生产流环节,从源头牧草种植、规模化奶牛饲养,到生产加工、物流仓储、渠道管控乃至售后服务各个环节实现全程可控,创下连续55年安全生产无事故纪录。据飞鹤披露的数据显示,2014年、2015年、2016年飞鹤高端奶粉营收分别为9.87亿元、12.99亿元、15.86亿元。今年一季度飞鹤高端奶粉同比上涨达191%,销售额同比增长34%。

国外乳企全面进入,我国奶业咋办?

——访中国社科院农村发展研究所产业经济研究室主任刘长全

本报记者 乔金亮



最新数据显示,2008年至2016年,我国乳品净进口从230万吨增长到1227万吨,进口乳品(折生乳)已占到国内乳品总消费需求的约四分之一。同时,近年来国外乳品企业加快进入我国奶业,进入领域从乳品销售向乳品加工和奶牛养殖各环节扩展,给我国奶业发展带来了挑战。对此,记者采访了中国社科院农村发展研究所产业经济研究室主任刘长全。

记者:当前国外乳企进入我国奶业的情况如何?

刘长全:国外乳企全面进入我国奶业已成趋势。国际乳业巨头雀巢、达能、恒天然较早进入中国市场并投资建厂,菲仕兰、美国奶农、拉克塔利斯等近年也通过不同方式向中国奶业投资。其中,以新西兰恒天然集团在华投资最为突出,其进入中国奶业大致可以分为三个阶段。上世纪八九十年代是以产品输入为主的阶段;2005年后,先后投资兴建三个牧场群,是以发展养殖为主的资本进入阶段;2014年至今是以发展加工、构建全产业链为主的资本进入阶段。

记者:外资乳品企业的进入对我国

奶业有哪些影响?

刘长全:传统奶农的弱势地位将进一步凸显。近中期,国内原料奶产量预计达到4500万吨至5000万吨,外资进入养殖环节对国内原料奶供给能力不会产生显著影响,占比也不会太高。恒天然按其规划完成6个牧场群建设后,在国内原料奶总供给中约占2%左右,但纵向一体化能够帮助其在不稳定的市场中稳步发展。反观国内大多数养殖户,在我国原料奶收购中,加工企业在收购价格和收购量等方面都掌握话语权,养殖户通常被控制在微利的经营状态。

当然,外资进入对原料奶市场的影响不容忽视。以恒天然来说,一直以来都深度影响中国原料奶价格,并且随着其直接进入国内原料奶生产环节对原料奶市场的影响也将间接变为直接,影响的手段也更加多元化。一些外资进入奶牛养殖环节后大力发展规模化牧场,其在促进就业等方面的功能非常微薄,甚至彻底冲击了传统养殖业的增收、减贫和保障功能,环境影响还特别突出。

同时,将在乳品终端市场全面挑战国内企业。外资乳企在我国构建全产

链发展格局,一是可以发展低温巴氏奶及进入特色乳品等细分市场。虽然国内养殖成本较高,但是较高的终端市场价格为外资企业的全产业链发展提供了可能,他们看重的正是我国高附加值的液态奶市场和婴幼儿配方奶粉市场。二是更好地掌握国内乳品消费市场及消费者偏好等信息,从而更好地将全球资源与我国奶业市场对接。

记者:我国奶业应如何更好地应对外资进入?

刘长全:总体看,需要加快构建有利于养殖环节健康发展的奶业产业体系,通过乳品质量管理体系建设恢复消费者信心并降低不合理终端乳品价格,完善奶业市场管理机制,加强资源与环境监管。

要以促进奶农发展为导向完善奶业产业体系。重点是加强奶农组织建设,一方面减少无序竞争、过度竞争对市场波动的放大作用,另一方面提升奶农整体的议价能力,改善产业链上下游利益分配关系,让奶农更多分享产业发展过程中的增值收益。加强奶农组织建设,要强化奶业协会是代表奶农这一属

性定位,加强奶农专业合作社、联合社建设,进一步探索以奶农组织为中介的集体谈判机制,切实保障奶农利益。

要培育消费者信心,降低不合理终端乳品价格。终端乳品价格过高是中国乳品消费不振、乳品进口大幅增长等问题的关键原因,也是外资全面进入中国的驱动力。一些乳品企业利用消费者信心不足将同质化的乳品冠以高端、低端,既放大了消费者“非优则次”的疑虑,也抬高了乳品消费价格,将消费者引向非理性消费模式。为此,一方面要规范乳品市场竞争行为及广告宣传,另一方面要加快构建全产业链的乳品质量管理体系,加快建立第三方检测制度。

要完善奶业市场管理机制。加快建立更加市场化、统一纳入内外资生产主体的奶业管理体制。首先要加强市场稳定机制建设,提升奶农组织在调节和稳定市场供求方面的协调功能,建立乳品相关储备制度,提高对乳品市场波动的调节能力。其次要加强贸易与自给率监测。当前,可将奶源自给率作为警示指标与价格的快速变动相结合,确定储备调节机制启动的触发器。

企业间大数据资源争夺越发激烈——

我国急需构建市场化数据交易机制

本报记者 祝君莹

近日,顺丰和菜鸟“数据断交”事件不断发酵,迅速扩大为行业站队之争,最后双方经过紧急会谈后,又恢复了数据传输合作。“此事件一方面反映了当下快递物流企业间对大数据基础性战略资源的激烈争夺,另一方面也暴露出我国数据市场交易发展机制的不健全,以及在数据权责安全方面的法规制度建设上亟待加强。”工信部赛迪智库研究员杨雨鑫告诉《经济日报》记者,该案例对防范市场无序竞争,保障大数据相关产业的持续健康发展具有重要参考意义,数据驱动的商业竞争时代已经到来。

在大数据运用深化的背景下,提升企业自身数据的收集、分析、挖掘能力,已成为增强其核心竞争力的必要抓手。“快递行业作为数据生态链上的重要一环,已成为企业争夺数据的战略要地。”杨雨鑫表示,阿里巴巴于2013年便联合顺丰、圆通、申通、韵达、中通等快递企业成立了菜鸟网络,试图建设一个数据驱动、社会化协同的物流及供应链平台。数据显示,截至2015年11月份,菜鸟数据平台上运转的快递包裹已超过国内总量的70%。“尽管‘没有一辆快递车和一个快递员’,但菜鸟数据却已深深介入和影响了快递物流行业。此次数据断交事件,反映出双方关于数据的矛盾公开化,竞争趋于白热化。”

由此可见,此次顺丰菜鸟之争的背后是企业间数据控制和生态之争。“此次断交案,双方争夺都指向了对数据的控制权,其原因在于未来的物流属于大数据驱动的智慧物流,控制了大数据就意味着获得了主动权。这反映出企业间数据竞争层次有待深化,市场化的数据应用机制有待建立等问题。”杨雨鑫认为,大数据时代,包括个人信息在内的数据,只有充分流动、共享和交易,才能实现集聚和规模效应,从而最大程度推动数字经济2.0的发展。“从此次事件来看,当前企业间的竞争仍停留在数据获取的层次,更有价值的数据挖掘、分析和利用的竞争尚未得到体现。当前,市场化的数据交易应用机制缺失,面对利益摩擦时,企业间很难自主达成交易,彼此又缺乏合理的沟通和管控机制,以致走向无序竞争,影响经济社会的整体发展。”

对此,杨雨鑫建议,政府应建立健全数据交易和定价机制,积极引导培育大数据交易市场,促进规范高效的数据市场交易模式的建立,加快数据资源的流转程度。“用法制化和市场化的规则来规范数据交易,推动大数据产业健康有序发展。”杨雨鑫表示,不仅如此,数据权责安全相关的法规制度建设也急需加大力度。“此次顺丰菜鸟数据断交事件也引发了舆论对于个人信息和数据安全的忧虑,以及法律界对数据权利现状的讨论。如何落实保护用户个人信息和隐私不被未经授权的第三方机构读取和非法利用尚有待深入研究。此外,不涉及用户隐私数据的法定权利归属也有待明确,需要具体的法律规范来实现数据赋权,为数据市场化的规范推进奠定法制基础。”杨雨鑫说。

加强技术研究 延伸产业链条

西部矿业转型发展钢结构建筑

本报讯 记者石晶、通讯员张春云报道,日前,青海发展装配式建筑取得进展,西宁市砖厂路安置房项目将使用西矿钢构“钢管束”新技术,标志着西矿钢构以“钢管束”新技术为主导的装配式建筑落地。据介绍,这种钢结构住宅具有施工周期短、节能环保、抗震性好、安装便捷等特点,未来有望在全市推广。

西部矿业集团在连续多年亏损后,谋求转型升级。青海西矿杭萧钢构有限公司成立于2016年3月份,同年6月份,青海最大的绿色建筑制造基地开工建设。今年3月15日,H型钢生产线完成设备安装调试,标志着H型钢生产线转入试生产阶段。近日,第一根打上“西矿钢构”印记的H型钢产品正式下线,首批产品运往锡铁山铅锌矿改扩建项目建设基地。同时,楼承板车间和钢管束车间已做好投产准备。目前,西矿钢构H型钢已在省内多家建筑工程项目中应用,如正在筹建的都兰县香日德镇教育基地项目、海西州政府干部周转房项目、西宁砖厂路棚户区改造建设项目等。西矿钢构今年预计实现产值5亿元。

未来,西矿钢构将在现有规模基础上,建设大型钢结构及配套设施生产基地,产品范围从传统的民用建筑钢构延伸到用于桥梁、机场、体育馆建设,大跨度仓库等大型钢构件,打造生产规模10万吨的高层重钢建筑生产基地。同时,推进钢结构科研工作,加强钢结构技术研究及应用推广,力争打造青海省新型绿色建筑工业化制造基地,成为西北最大的钢结构构件加工制造基地。

新产业的发展,转变了西矿集团原有以矿产和盐湖资源开发为核心的企业发展模式,从矿山资源开发为主,延伸到旅游和钢构领域,均取得阶段性进展。一季度,西矿集团实现营业收入87.25亿元,完成投资3.88亿元,实现利润总额1.75亿元。

社会洗衣服务新业态标准研讨会举行

本报北京6月21日讯 由北京市洗涤行业协会主办的社会洗衣服务新业态标准研讨会今天在北京举行。来自洗涤行业的多位专家学者参加了会议,并就近年来行业内的新成果、新业态、新标准等内容展开了研讨。

近年来洗涤行业出现了e袋洗、智能自助洗衣柜等采用现代科技的手段,适应百姓需求的新业态。北京市洗涤行业协会会长潘福增表示,一批在行业内技术领先、理念超前的企业正在开展积极的尝试,力求实现环保、节能、发展的统一。北京碧天高科技有限公司执行董事李刚表示,北京洗涤协会早在2004年就制定了国内首个洗涤行业管理规范《北京洗涤行业管理规范》。然而,随着新业态的出现,已有的标准不能适应行业发展的需求,需要修订。最终目标是使社会洗衣服务业向着方便、快捷、节能、环保、效益统一的方向发展。(宗文)