

国产婴幼儿配方奶粉销售增速从14.5%提高到21%——

国产奶靠什么抢回了市场

经济日报·中国经济网记者 吉蕾蕾

透 视

目前，我国乳业全面普及奶牛人工授精、秸秆青贮、疫病防控等现代技术，规模化牧场成为生产主体。农业农村部监测数据显示，我国生鲜乳抽检合格率连续多年保持在99.7%以上，三聚氰胺等违禁添加物抽检合格率保持在100%，位居食品行业前列。国产奶大可以放心喝——



奶业惠及千家万户，是农业现代化的标志性产业，更是关系国计民生的战略性产业。在11月13日农业农村部举行的新闻发布会上，农业农村部畜牧兽医局二级巡视员王俊勋表示，2018年国务院办公厅出台《关于推进奶业振兴保障乳品质量安全的意见》以来，各地各有关部门按照奶业振兴发展的总体要求，科学设定发展目标，推动奶源基地建设、乳品加工、市场流通等重点任务和政策措施落实。

据介绍，在各方共同努力下，国产乳品生产恢复增长，消费信心得到有效提振，振兴奶业的良好氛围正在形成。针对奶业发展的热点问题，经济日报记者采访了行业专家和市场主体。

养殖上规模 产业更强了

记者走进位于北京瀛海工业园的北京三元食品股份有限公司，收奶区、预处理区、奶车等待区、巴氏后奶仓、酸奶车间、瓶装车间、鲜奶车间、常温奶车间、自动化装箱区等井然有序，乳品加工制作全流程一目了然。

记者参观公共预处理车间时注意到，这里的收奶区共有6条收奶通道，总收奶能力达每小时160吨，所有的奶车均来自集约化、规模化饲养的大型奶牛养殖基地。“好牛才能出好奶。一方面靠育种，另一方面靠饲养。”北京三元食品股份有限公司副董事长、总经理张学庆介绍，三元坚持走自控牧场道路，通过饲

料源头质检、疫病严格防控、精准饲喂管理的现代化管理模式，确保奶牛健康。

如今，中国奶业今非昔比，已全面普及奶牛人工授精、秸秆青贮、疫病防控等现代技术，规模化牧场已成为生产主体。“要做大做强做细奶产业，必须从饲草料精细化种植、奶牛精细化饲养开始。”宁夏吴忠市义明黄沙窝奶牛养殖专业合作社理事长吴义明表示，经过十多年艰辛付出，合作社逐步发展壮大，实现了小散经营到组织化、规模化、标准化、集约化发展的转型升级。

目前，该合作社奶牛存栏13260头，成年母牛年均单产9吨以上，合作社日产鲜奶180多吨；建成标准化奶牛场4个，安装高端72位转盘式挤奶设备3套。“从最初的养殖园区一家一户统一管理模式，逐步发展到规模场托管托管模式，再到社员入股分红模式，合作社越办越好，社员的收入也越来越高。”吴义明说。

王俊勋表示，当前很多中小养殖户通过合作社形式组织起来，对销售商有更好的议价空间；当产量达到一定水平时，还可以向加工环节延伸，获得更好的利润。

质量上去了 消费信心足

农业农村部监测数据显示，今年1月份至9月份，全国生鲜乳产量同比增长5.2%。国家统计局数据显示，同期乳制品产量增长8.8%，奶业转型升级加快，全国奶牛平均单产7.8吨，同比提高了400公斤，规模牧场生鲜乳质量达到了发达国家水平。

伴随着规模化，质量安全水平也得以提升。“受农业农村部委托，从2009年开始到现在，我们连续11年承担全国生鲜乳质量安全监测计划实施工作，监测评估因子达187个，建立了含有220万条数据的质量安全数据库，经过对大数据的科学分析、研判，国产奶大可以放心喝。”农业农村部奶及奶制品质量监督检验测试中心主任王加启说。

具体来看，首先，生鲜乳质量安全水平位居食品行业前列；我国生鲜乳抽检合格率连续多年保持在99.7%以上，三聚氰胺等违禁添加物抽检合格率保持在100%。2018年全国生鲜乳抽检合格率达到99.9%，比同期农产品抽检合格率高2.4个百分点，比全国食品总体抽检合格率高2.3个百分点。

其次，生鲜乳卫生指标达到国际先进水平。菌落总数和体细胞数是全球用于衡量生鲜乳质量安全的两个通用指标；菌落总数反映奶牛养殖和牛奶的卫生情况，体细胞数反映奶牛健康、乳腺炎发病率和牛奶品质的状况。2018年全国监测数据显示，生鲜乳菌落总数平均值为29.5万CFU/每毫升，明显低于美国、日本等国50万CFU/每毫升的标准；体细胞数平均值为33.04万CFU/每毫升，显著低于美国75万CFU/每毫升和欧盟40万CFU/每毫升的标准。

此外，生鲜乳营养品质稳步提升。乳脂肪和乳蛋白是衡量牛奶营养品质的两个重要指标。2018年全国生鲜乳抽检结果表明，乳脂肪平均值达3.84，比2012年提高了0.25个百分点，高出国家标准0.74个百分点；乳蛋白平均值为



3.25，比2012年提高0.08个百分点，高出国家标准0.45个百分点。

一组数据也印证了国产奶消费信心正在不断提振：2018年我国液态奶销售额同比增长7.1%，国产婴幼儿配方奶粉销售增速也从14.5%提高到21%，市场占有率进一步上升。

提升竞争力 还要降成本

“当前，奶制品、乳制品在居民食品消费中越来越普及，也是人民美好生活当中不可或缺的食品。”王俊勋表示，这些年来乳业发展不断进步，但在发展过程中面临的一些问题也不可忽视。比如，我国奶业仍然存在竞争力不强、养殖成本居高不下、生鲜乳购销秩序不规范、奶酪消费培育不足等挑战。

从生产层面来看，与发达国家相比，我国养殖业在奶牛单产水平、资源利用效率和劳动生产率等方面还有一定差距，奶牛舍饲的生产成本仍然比较高；从消费层面来看，我国人均乳制品消费量仅为世界平均水平的1/3、发展中国家的1/2、奶业发达国家的1/7；从结构上来看，乳制品仍存在“两多两少”的问题：液态奶多、干乳制品少；液态奶中，常温灭菌乳多、巴氏杀菌乳少。

王俊勋表示，下一步农业农村部将坚持问题和目标导向，采取有力措施。一方面，推动养殖降本增效，提升奶业竞争力。大力发展优质饲草种植，开展奶业竞争力提升科技行动，抓好牧场主和业务骨干专项培训计划，提升精细化饲养管理水平；另一方面，优化乳制品结构，稳定常温奶，大力发展适销对路的低温乳制品，增加消费者易于接受的奶酪、黄油等干乳制品的生产，推动由“喝奶”向“吃奶”转变，更好满足消费者多样化需求。同时，要树立品牌，引导企业用质量铸就品牌，用科技提升品牌，用诚信维护品牌，用宣传唱响品牌，不断提升国产品牌影响力。

“当前，奶制品、乳制品在居民食品消费中越来越普及，也是人民美好生活当中不可或缺的食品。”王俊勋表示，这些年来乳业发展不断进步，但在发展过程中面临的一些问题也不可忽视。比如，我国奶业仍然存在竞争力不强、养殖成本居高不下、生鲜乳购销秩序不规范、奶酪消费培育不足等挑战。

从生产层面来看，与发达国家相比，我国养殖业在奶牛单产水平、资源利用效率和劳动生产率等方面还有一定差距，奶牛舍饲的生产成本仍然比较高；从消费层面来看，我国人均乳制品消费量仅为世界平均水平的1/3、发展中国家的1/2、奶业发达国家的1/7；从结构上来看，乳制品仍存在“两多两少”的问题：液态奶多、干乳制品少；液态奶中，常温灭菌乳多、巴氏杀菌乳少。

王俊勋表示，下一步农业农村部将坚持问题和目标导向，采取有力措施。一方面，推动养殖降本增效，提升奶业竞争力。大力发展优质饲草种植，开展奶业竞争力提升科技行动，抓好牧场主和业务骨干专项培训计划，提升精细化饲养管理水平；另一方面，优化乳制品结构，稳定常温奶，大力发展适销对路的低温乳制品，增加消费者易于接受的奶酪、黄油等干乳制品的生产，推动由“喝奶”向“吃奶”转变，更好满足消费者多样化需求。同时，要树立品牌，引导企业用质量铸就品牌，用科技提升品牌，用诚信维护品牌，用宣传唱响品牌，不断提升国产品牌影响力。

如何破解行业发展面临的困境？栾杰认为，首先要处理好经济增长和生命健康的矛盾；二是处理好消费和医疗规则的矛盾，避免只强调服务、美学属性，淡化医疗规则、医疗属性；三是建立专科医师制度，解决市场需求和专门人才短缺的矛盾；四是处理好行业乱象和监管的矛盾，需要建立有效的机制，协调各部门实现综合监管。

全国政协教科卫体委员会副主任、中国药学会理事长孙咸泽建议，要整治行业乱象，破解行业发展痛点，应从综合治理、发挥行业学会等专业组织机构作用、加强行业自律以及科学宣传等4个方面着手。“要找准行业管理盲区与难点，重点整治和肃清行业违法、违规行为，有效扼制不良经营行为和经营乱象，才能进一步规范行业秩序，促进医美市场健康发展。”孙咸泽说。

“总的来说，现在的医美市场鱼龙混杂，因此不管是行业学会、协会，还是规范的医美机构，都应当做好科普宣传，引导医美消费者辨别正规医院、正规医生、正规药品，提高公众安全就医和监督的意识。”孙咸泽说。

纵 横 谈

最近，国内女装龙头品牌拉夏贝尔诸事不顺。今年前三季度，拉夏贝尔以平均每天约14家门店的速度，共关闭直营店4517家。此外，拉夏贝尔的三则公告更让其未来蒙上了阴影。一是其子公司杰克沃克（上海）服饰有限公司持续亏损，拟向人民法院申请破产清算；二是拉夏贝尔实控人邢加兴股权质押比例接近100%；三是前三季度归属上市公司净利润为-8.25亿元，与上年同期相比由盈转亏，减少444.7%。

关店、亏损、爆仓，拉夏贝尔陷入危机。这个服务年轻女性的快时尚品牌于1998年创立，2014年在香港上市，之后走过了一段高速发展时期，2014年至2017年公司业务收入复合增速达到13.17%。2017年9月份，拉夏贝尔登陆内地A股市场，成为首家沪港两地上市的服装企业。

然而，从2018年开始，形势急转直下。拉夏贝尔在公告中解释业绩下滑的原因时提到，销售端下滑、公司主要布局的渠道百货和购物中心客流下降，消费端存在压力，同时公司清理和消化库存，致毛利率有所下降。

深究其背后原因，公司业绩波动与2012年以来拉夏贝尔一直坚持的“多品牌、直营为主”业务模式不无关系。目前，拉夏贝尔旗下共有5个女装品牌、3个男装品牌以及童装等品牌；截至2018年年底，门店数量更多达9059个。

实施“多品牌”策略，目的是实现对消费者着装需求全覆盖。听起来很美，但现实却很骨感。多品牌并非不可以，但必须基于主品牌非常成功的基础上，主品牌带动副品牌共同发展才更有成长机会。由于拉夏贝尔男装业务起步较晚，缺乏品牌影响力，男装和童装业务毛利率偏低，一旦主业不稳，男装品牌持续亏损，破产也是无奈之举。以男装崛起的雅戈尔，一度也大力发展“多品牌”，希望男装女装童装遍地开花，最终折戟，不得不回归男装主业。

同时，在品牌发展早期，直营店能够树立品牌形象、提高市场知名度、便于统一管理。2014年至2018年，拉夏贝尔直营店数量分别为6887家、7893家、8907家、9448家、9269家。如此大规模零售网络采用直营模式，一旦市场下行，销售遇冷，过高成本会严重拖累营收。

如今问题重重的拉夏贝尔，解困并非没有希望，关店止血、重新崛起的先例真实存在。2012年，李宁也曾经出现关店潮，许多人都以为这个品牌要倒下了。但关店转型后的李宁再次发力，如今依然是行业龙头企业，还摇身一变，成为颇受年轻人追捧的时尚潮牌。

忆当初，邢加兴白手起家创业时，拉夏贝尔这个名字的灵感来自法国的一条风情小街，他希望将法国时尚文化融入服装设计中，将浪漫的法式风情带给中国消费者。如今的危机，希望能成为拉夏贝尔回归主业的契机，带领品牌浴火重生。

市 场 瞭 望

现象级作品带动产业爆发式增长

科幻产业梦想照进现实

本报记者 梁剑箫

在近日举办的2019中国科幻大会上，南方科技大学科学与人类想象力研究中心发布了《2019年度中国科幻产业报告》。报告显示，2018年科幻产业高速增长，总产值达456.35亿元，比2017年的140亿元增长3.26倍。2019年上半年总产值为315.64亿元，比2018年同期增长约1.38倍。我国科幻产业现状如何？前景是不是想象的那么美？

中国传媒大学文化产业管理学院副教授王青亦表示，从2015年我国科幻作家刘慈欣的《三体》获得世界科幻界最权威的雨果奖，到其作品《流浪地球》改编成同名电影并创下46亿元票房，这一系列过程将人们注意力吸引到了科幻文学和科幻电影，也把海量观众和资本引向科幻产业。“可以说，一部优秀作品的流行，可以带动该类型文学以致整体产业全面发展。”王青亦说。

数据显示，我国科幻阅读市场2018年总产值达17.8亿元，与上年相比增长83.5%。2019年科幻阅读市场持续增长，上半年总产值已接近13.8亿元，达到2018年全年的77%。“科幻文学固然更广大众所熟悉，但科幻电影才是我国科幻产业发展突破口。”王青亦认为，《阿凡达》《阿丽塔》等好莱坞科幻电影每年都从中国吸金无数，说明我国科幻产业市场巨大，前景可观；由科幻文学到科幻电影以至整体科幻产业，依然方兴未艾。涵盖科幻出版、科幻游戏、科幻动漫、科幻会展、科幻主题公园等以及相关衍生产品的全产业链正蓄势待发；以科幻题材为中心的人才培养、平台打造、市场培育、技术积累、产业增长和政策制定，都在紧锣密鼓地进行。“科幻产业梦想正在照进现实。”王青亦说。

“科幻产业本身潜力非常大，但目前全产业链还没有铺打开，将来无论影视作品及其衍生品，还是在动漫、游戏、音乐等方面，延展空间非常大，可以释放的空间非常广阔，产业有望出现爆发式增长。”慈文传媒集团副总裁赵斌认为，科幻产业能够跨越国界“走出去”，不管是提高“中国制造”的影响力，还是实现文化产业的变现都有巨大空间。

“西方科幻电影和科幻游戏为我们培育了广阔市场和庞大受众。但目前我们生产的优秀作品不多，产业体系还不够健全。”王青亦说，要进一步增强科幻IP创作和科幻产业发展实力，才能把握科幻产业未来。

本版编辑 王薇薇 杜 铭

我国跻身全球第二大医美市场，但行业相关投诉却增加了10倍多——

医美行业该给自己“整形”了

本报记者 吴佳佳

近年来，我国医学美容市场发展迅速，但也存在从业资质参差不齐、假货横行、虚假宣传等乱象。目前，中国已跻身全球第二大医美市场，且市场始终保持着20%以上的复合年均增长率，更有专家预测今年中国医美行业市场规模将超过2000亿元。但来自全国消协组织的统计却显示，自2015年至2018年，医美行业相关投诉增加了10倍多。医美行业该如何整治，才能实现健康发展呢？

在上海九院副院长兼整复外科主任李青峰看来，医美行业暴露出两方面问题——一是社会管理不健全，导致人们对美好生活的追求却变成了伤害；二是专业人才短缺成为制约行业发展的最大问题。

“首先要明确医美是一种医疗行为，要接受医政部门监管。”面对近年来医美行业频频曝出的“三非”乱象（非医疗美容场所从事医疗美容治疗、非正规培训的专业医师执业、非合格的医疗美容产品使用），中国医学科学院整形外科医院副院长栾杰呼吁。

“医美产业的诚信危机比比皆是。很多人来到整形美容机构，最先见到的却是缺乏医学素养的咨询师。咨询师往

往会诱导消费者割双眼皮、打针除皱等各种消费，本应提供专业意见的医生只能被动地根据咨询师要求，开展整形或美容服务。”上海九院整复外科主任医师、上海市医疗美容质控中心主任孙宝珊指出。

中国医学科学院阜外医院麻醉科主任敖虎山表示，很多医美死亡案例都是因为麻醉过程发生了意外，这说明医美应该是一个高门槛的行业。

中国医学科学院整形外科医院研究中心主任肖蓓呼吁建立整形外科专科医师规范化培训制度，“明确定义服务项目，可以帮助老百姓区分哪些服务内容

是医美机构可以做的，哪些项目不可以

做。明确项目之后，还应该颁布项目的

相关明细手册，以便非医学专业的执法人员能够快速、明确地作出判罚。”

上海市经济和信息化委员会总工程师张英分享了上海在规范医美产业健康

发展方面的探索。比如，针对互联网医美广告，上海长宁区与美团点评合作，

相互把医疗认证信息与政府信息公开，

并与美团点评数据挂钩，以进一步加大

监管力度和透明度。

张英还指出，医美行业“洋医生”

在华执业现象比较普遍，这些医生可能

只是包装出来的专家，有的甚至连执业

证书都没有。因此，国家应对来华执业

的外国医生从事美容行业颁布资质管理

办法，规范并提高准入门槛，确保其持

证开展诊疗相关活动。

如何破解行业发展面临的困境？栾

杰认为，首先要处理好经济增长和生命

健康的矛盾；二是处理好消费和医疗规

则的矛盾，避免只强调服务、美学属

性，淡化医疗规则、医疗属性；三是建

立专科医师制度，解决市场需求和专门

人才短缺的矛盾；四是处理好行业乱象

和监管的矛盾，需要建立有效的机制，

协调各部门实现综合监管。

全国政协教科卫体委员会副主任、中

国药学会理事长孙咸泽建议，要整治

行业乱象，破解行业发展痛点，应从综

合治理、发挥行业学会等专业组织机构

作用、加强行业自律以及科学宣传等4

个方面着手。“要找准行业管理盲区与

难点，重点整治和肃清行业违法、违

规行为，有效扼制不良经营行为和经营

乱象，才能进一步规范行业秩序，促进

医美市场健康发展。”孙咸泽说。

“总的来说，现在的医美市场鱼龙

混杂，因此不管是行业学会、协会，还

是规范的医美机构，都应当做好科普宣

传，引导医美消费者辨别正规医院、正

规医生、正规药品，提高公众安全就医

和监督的意识。”孙咸泽说。

“总的来说，现在的医美市场鱼龙

混杂，因此不管是行业学会、协会，还

是规范的医美机构，都应当做好科普宣

传，引导医美消费者辨别正规医院、正

规医生、正规药品，提高公众安全就医

和监督的意识。”孙咸泽说。

“总的来说，现在的医美市场鱼龙

混杂，因此不管是行业学会、协会，还

是规范的医美机构，都应当做好科普宣

传，引导医美消费者辨别正规医院、正

规医生、正规药品，提高公众安全就医

和监督的意识。”孙咸泽说。

“总的来说，现在的医美市场鱼龙

混杂，因此不管是行业学会、协会，还

是规范的医美机构，都应当做好科普宣

传，引导医美消费者辨别正规医院、正

规医生、正规药品，提高公众安全就医

和监督的意识。”孙咸泽说。

“总的来说，现在的医美市场鱼龙

混杂，因此不管是行业学会、协会，还

是规范的医美机构，都应当做好科普宣

传，引导医美消费者辨别正规医院、正

规医生、正规药品，提高公众安全就医

和监督的意识。”孙咸泽说。

“总的来说，现在的医美市场鱼龙

混杂，因此不管是行业学会、协会，还

是规范的医美机构，都应当做好科普宣

传，引导医美消费者辨别正规医院、正

规医生、正规药品，提高公众安全就医

和监督的意识。”孙咸泽说。

“总的来说，现在的医美市场鱼龙

混杂，因此不管是行业学会、协会，还

是规范的医美机构，都应当做好科普宣

传，引导医美消费者辨别正规医院、正

规医生、正规药品，提高公众安全就医

和监督的意识。”孙咸泽说。

“总的来说，现在的医美市场鱼龙

混杂，因此不管是行业学会、协会，还

是规范的医美机构，都应当做好科普宣

传，引导医美消费者辨别正规医院、正

规医生、正规药品，提高公众安全就医

和监督的意识。”孙咸泽说。

“总的来说，现在的医美市场鱼龙

混杂，因此不管是行业学会、协会，还

是规范的医美机构，都应当做好科普宣

传，引导医美消费者辨别正规医院、正

规医生、正规药品，提高公众安全就医

和监督的意识。”孙咸泽说。

“总的来说，现在的医美市场鱼龙

混杂，因此不管是行业学会、协会，还

是规范的医美机构，都应当做好科普宣

传，引导医美消费者辨别正规医院、正

规医生、正规药品，提高公众安全就医

和监督的意识。”孙咸泽说。

“总的来说，现在的医美市场鱼龙

混杂，因此不管是行业学会、协会，还

是规范的医美机构，都应当做好科普宣

传，引导医美消费者辨别正规医院、正

规医生、正规药品，提高公众安全就医

和监督的意识。”孙咸泽说。

“总的来说，现在的医美市场鱼龙

混杂，因此不管是行业学会、协会，还

是规范的医美机构，都应当做好科普宣

传，引导医美消费者辨别正规医院、正

规医生、正规药品，提高公众安全就医

和监督的意识。”孙咸泽说。

“总的来说，现在的医美市场鱼龙

混杂，因此不管是行业学会、协会，还

是规范的医美机构，都应当做好科普宣

传，引导医美消费者辨别正规医院、正

规医生、正规药品，提高公众安全就医

和监督的意识。”孙咸泽说。

“总的来说，现在的医美市场鱼龙

混杂，因此不管是行业学会、协会，还

是规范的医美机构，都应当做好科普宣

传，引导医美消费者辨别正规医院、正

规医生、正规药品，提高公众安全就医

和监督的意识。”孙咸泽说。

“总的来说，现在的医美市场鱼龙

混杂，因此不管是行业学会、协会，还

是规范的医美机构，都应当做好科普宣

传，引导医美消费者辨别正规医院、正

规医生、正规药品，提高公众安全就医

和监督的意识。”孙咸泽说。

“总的来说，现在的医美市场鱼龙

混杂，因此不管是行业学会、协会，还

是规范的医美机构，都应当做好科普宣

传，引导医美消费者辨别正规医院、正

规医生、正规药品，提高公众安全就医

和监督的意识。”孙咸泽说。

“总的来说，现在的医美市场鱼龙

混杂，因此不管是行业学会、协会，还

是规范的医美机构，都应当做好科普宣

传，引导医美消费者辨别正规医院、正

规医生、正规药品，提高公众安全就医

和监督的意识。”孙咸泽说。

“总的来说，现在的医美市场鱼龙

混杂，因此不管是行业学会、协会，还

是规范的医美机构，都应当做好科普宣

传，引导医美消费者辨别正规医院、正

规医生、正规药品，提高公众安全就医

和监督的意识。”孙咸泽说。

“总的来说，现在的医美市场鱼龙

混杂，因此不管是行业学会、协会，还

是规范的医美机构，都应当做好科普宣

传，引导医美消费者辨别正规医院、正

规医生、正规药品，提高公众安全就医

和监督的意识。”孙咸泽说。

“总的来说，现在的医美市场鱼龙

混杂，因此不管是行业学会、协会，还