

创新是羊奶粉产业高质量发展的重要因素

日前,中国羊奶粉产业高质量发展研讨会暨“中国羊奶粉产业发展研究Ⅱ”(以下简称“研究Ⅱ”)发布会在北京召开。“研究Ⅱ”结合后疫情时代发展背景,强调了中国婴幼儿营养产业健康发展对于实现“健康中国2030”的重要意义,深入剖析了中国羊奶粉产业发展的新特点及趋势。会上,来自中国社科院工经所食品药品产业发展与监管研究中心、市场监管总局中国标准化研究院的专家和企业代表对我国羊奶粉产业的高质量发展进行了深入探讨。



□杨晓晶

羊奶粉市场集中度不断提升

“研究Ⅱ”发现,随着人民收入水平提高、健康素质的提升和疫情等因素影响,消费者健康意识大幅度提高,婴幼儿奶粉消费需求不断细分并升级,越来越多的家庭不仅关注奶源质量、添加的营养成分,还希望通过获取羊奶、有机奶、A2蛋白奶等稀缺乳资源来提升婴幼儿健康水平。

羊乳作为三大乳品来源之一,在丰富乳和乳制品多样化方面举足轻重,可以为人们提供更多的选择。近年来,得益于羊奶加工技术的突破以及人们消费观念的转变,羊奶“更好消化吸收、更敏感”等特点得到更广泛的认知,被越

来越多消费者青睐。因此,加强羊乳基础研究及其产品创新和功效研究,不仅有助于深入地认识羊乳与健康的关系,更有助于羊乳产业持续性发展。

近年来,澳优、飞鹤、君乐宝、伊利、蒙牛等企业纷纷布局羊奶粉赛道,在羊奶营养研究、应用以及产业建设等方面不断加大力度,助推羊奶粉生产技术提升和市场进一步发展。羊奶粉产业向广泛、多元、专业营养领域转型,推动了全家营养、精准营养的发展。“研究Ⅱ”的数据显示,2021年,我国羊奶粉产业按出厂价计算整体销售约150亿元,其中婴配羊奶粉在100亿元左右,儿童及成人羊奶粉大约在为50亿元。到2025年,预计婴配羊奶粉可以触达150亿元,儿童及成人可以达到100亿元以上。

与此同时,我国政府也在政策层面持续推动羊奶粉产业的健康发展。“研究Ⅱ”指出,我国羊奶粉产业自2017年进入稳步良性发展期,监管部门对羊奶粉行业更加严格,不断净化市场环境,为羊奶粉产业的高质量发展提供了有力保障。

对此,中国社科院工经所食品药品产业发展与监管研究中心主任张永建表示,普及乳制品营养知识,培育合理的乳制品消费习惯是“健康中国2030”中“引导合理膳食”的重要组成部分。婴配乳粉作为婴幼儿营养来源之一,对婴幼儿的健康成长非常重要。一系列新政策实施对婴配乳粉质量提出了更高的要求,其中包括羊乳粉。《婴幼儿配方乳粉生产许可审查细则(2022版)》和婴配乳粉新国标的实施,凸显了管理部门对促进产业高质量发展的决心。

“我国羊奶粉市场发展前景广阔,羊奶粉高质量发展正当其时。”宋亮指出,在消费端、供给端乃至监管端等多重因素推动下,中国羊奶粉产业发展加速,据“研究Ⅱ”预测,到2030年,我国羊奶粉市场规模或将扩大到近300亿元。

与此同时,随着大中型乳企纷纷入局,羊奶粉市场的竞争将更为激烈,羊奶粉行业头部效应将逐渐凸显。“研究Ⅱ”认为,这为未来我国产业形成“牛羊并举”战略格局打下了良好基础。

“研究Ⅱ”通过系统的羊奶粉竞争力评价指标模型,围绕市场份额、产品研发、品牌建设、内控管理以及社会责任等多个维度,对中国羊奶粉市场重点品牌竞争力进行了系统评价,并分析指出,我国羊奶粉市场集中度不断提升,未来大型乳企的销售额占比可能将达到八成左右。其中,澳优旗下羊奶粉品牌佳贝艾特已发展成为行业“领头羊”。尼尔森发布的进口婴童羊奶粉零售追踪数据显示,2018—2022年,佳贝艾特连续5年在中国进口婴童羊奶粉中销售份额超6成。

羊奶粉企业应打造核心竞争力

为了更好地促进中国羊奶粉产业发展,“研究Ⅱ”分别从政府以及企业角度,梳理了一系列发展建议。首先,管理部门继续应加强羊奶粉产业发展引导,做好羊奶资源内外布局和分工,加

快引导国内养殖及奶源建设,加强科普宣传引导和服务体系建设;同时,企业应增强羊奶粉品牌竞争力,进一步融合国内外资源,降低生产及流通成本,创新消费者教育内容,塑造持续鲜活品牌形象,推进渠道线上线下一体化发展,推进有机羊奶产业发展,打造核心竞争力以及提升自身创新能力,加快低碳绿色化和数字化转型。

与会专家认为,作为全球最大消费市场,我国政府要坚持鼓励行业创新,不断激发企业投资和创新动力,让包括羊奶粉在内的中国专业营养市场形成百花齐放的市场格局,形成充分且良性竞争氛围,推进企业坚持以科研创新为本打造竞争优势,最终让中国消费者收获越来越高品质的健康营养产品。

宋亮认为,在未来市场的竞争中,那些拥有良好品牌塑造能力、专业消费者教育水平、良好市场和产品信誉,积极探索生命前沿科技创新、能够快速推进企业转型适应新环境、始终将消费者放在第一位的企业将成为未来时代的王者。

羊奶粉产业高质量发展对健康中国具有积极意义。专家指出,发展羊奶粉产业可有效带动西部地区经济发展,形成新型区域经济增长模式;加强基础研究,进一步深入挖掘羊奶粉的营养特性、功能特性与价值特性,将有利于扩大消费。

但是,由于我国羊奶粉产业发展还受到一定程度的资源约束,企业的盈利能力和持续发展能力面临着压力和挑战。为此,专家建议,产业应扩大适度规模绿色养殖,做好羊群的防疫检疫工作,加强原料奶生产的卫生管理,完善羊奶粉产业供应链。

“创新是羊奶粉产业高质量发展的重要因素,企业要进一步推动技术创新和产品创新,通过技术创新提高奶粉的新鲜度和活性物质含量,通过产品创新,增加奶粉的种类,如儿童营养奶粉、中老年奶粉、孕妇奶粉、特医食品等。”专家认为,近年来,随着二次配方注册制的实施,羊奶粉行业迎来发展的新阶段,消费者更加注重理性消费,企业需要以全球化的视野、互联网的思维、供应链的手段,塑造羊奶制品价值链、产业链、创新链,促进我国羊奶产业高质量发展。

冰淇淋年度数据报告发布： 呈健康化等七大趋势

京东超市联合京东C2M智造平台在日前发布《2022冰淇淋消费趋势报告》。通过数据分析,报告认为,冰淇淋消费呈现销售线上化、品牌集中化、成分健康化、口味多样化、包装趣味化、消费场景化、市场下沉化七大趋势。

数据显示,京东超市冰淇淋销售连年攀升,成为消费者购买冰淇淋主要渠道。京东超市低糖冰淇淋去年销售增长超300%,成为新趋势,其中,OATLY麦轻雪燕麦植物基冰淇淋销售增长超340倍。

此外,报告也发现,新品占销售三成比例,线上消费买新品特征明显。主流甜味不再是冰淇淋唯一口味,花式甜味、咸味、酒味等口味涌现。

报告显示,我国冰淇淋消费市场保持增长态势,平均增长速度达9.5%,市场规模预计从2021年的1600亿元增长至2026年的2460亿元,我国冰淇淋消费市场规模广阔。

从销售渠道来看,居家消费场景带动冰淇淋线上份额大幅增长。报告指出,2022年,我国冰

淇淋线上销售渠道份额由2021年的5%增长至10%,实现翻番。

近年来,京东超市通过专业买手团精选,并联合商家以新品首发等多种形式,不断提高产品研发力,实现用户数量、单次购买量均快速增长,京东超市逐渐成为消费者购买冰淇淋线上首选渠道。

出于京东超市对消费者需求的精准把握,京东超市冰淇淋品类新品销售表现亮眼,2022年京东冰淇淋上新速度是2021年的2倍,且新品销售增速远超大盘,带动行业增长。

从品牌角度来看,近一年京东超市冰淇淋品类前三强品牌市场份额大幅提高,呈现品牌集中化趋势,光明、东北大板、和路雪等线上销售的“后起之秀”潜力足。

同时,品牌更注重推出新品,品牌逐渐年轻化。报告指出,伊利须尽欢故官联名、中街1946全家福小白杯等产品的上新,也为冰淇淋品牌的快速发展提供了新思路。

(据《劳动报》)



□资料图片

乳业时报

《乳业时报》全媒体宣传报道平台

www.dairycn.com



乳品产业网
DAIRY INDUSTRY NETWORK

新浪微博
weibo.com

头条 今日头条
你关心的 才是头条

快手

微信、公众平台

视频号

抖音

新闻热线:0471-6564013 广告热线:0471-6564082

发行热线:0471-6564046 邮政服务热线: 11185