

正在消失的奶粉代购

□郭铁

初到澳洲时,安吉拉的朋友圈经常被各种奶粉、保健品代购消息刷屏。如今,取而代之的,是各种反向代购国货到澳洲的信息。就连身边从事奶粉代购的人也不到3年前的十分之一了。

这让她不禁感慨,靠代购轻松养活自己的日子一去不返。

澳洲代购在中国消费者中,自2008年左右兴起,在当地逐渐发展出成熟的代购商业体系。据当地媒体报道,疫情前澳大利亚约有15万人从事代购。在安吉拉的印象中,一些入行较早的大代购,年净利可达到百万元。以疫情为转折点,利润下降加之需求减少,澳洲代购正在加速退出市场。

兴起

“我身边很多代购都转行了,靠代购已经养活不了自己,很多代购店也是勉强维持。”旅居澳大利亚昆士兰6年,安吉拉眼见着当地代购产业链的一步步萎缩。

2008年左右,澳洲代购开始兴起,来自国内的奶粉、保健品需求不断增多,由此滋生出由私人代购、大经销商、代购店、物流服务商等组成的代购产业链体系。与多数澳洲华人的经历一样,2017年移居澳洲后,安吉拉从帮助国内亲友代买产品开始,随后加入代购大军。同在2017年,澳洲跨境代购服务品牌“澳卖客”在澳交所上市,将澳洲代购生意推向高潮。

咨询机构尼尔森曾估测,澳大利亚有10万到20万华人从事代购,年销售额达1000亿澳元。另据澳大利亚广播公司报道,疫情前,澳大利亚约有15万人从事代购,除了专业代购,还有许多游客、留学生充当临时代购角色,约有1000家实体店迎合了这一需求。

据安吉拉回忆,初到澳大利亚时,其身边的华人朋友几乎都在代购,每天的朋友圈也被各种代购信息刷屏。与欧美地区主要代购奢侈品不同,澳洲代购以奶粉、保健品居多。“我只是利用业余时间兼职代购,帮朋友代买奶粉。很多大

代购做得早,一年净利润可达到百万。一些大代购和代购店可以从厂家直接拿货,进价便宜,再分销给私人代购,还会发展很多顾客作为销售下线,每一级别的代理拿货价不同,形式很像传销,不同的是有奶粉真实在卖。”

在此期间,澳新地区以a2、贝拉米、Bubs为代表的婴幼儿奶粉品牌以代购和跨境电商方式进入中国市场,并借助这一销售模式赚得盆满钵满。这些奶粉品牌也一度出现在安吉拉的代买清单里。

财报显示,在新西兰a2牛奶公司早些年宣传攻势及海淘代购催热下,中国逐渐成为其婴配奶粉最大的海外市场。2017财年,a2牛奶公司以一般贸易方式进入中国市场的婴配奶粉(中文标签)仅占其营收的8%,而以跨境购方式进入中国市场的a2奶粉(英文标签)占比高达92%。与a2牛奶公司相似,2018年以前,贝拉米以一般贸易方式进入中国市场的配方奶粉收入占比仅为10%—15%,大量英文标签奶粉随代购和跨境电商来到中国消费者手中。

式微

转折发生在2020年。据澳大利亚广播公司报道,疫情期间,包括留学生在内的入境人数大幅下降,澳洲实施边境关闭及封锁禁令,零售贸易受到巨大冲击。澳洲最大的代购物流公司之一蓝天物流公司(Blue Sky Express)于同年5月宣布破产。另据澳大利亚品牌与代购咨询公司Honeyroo统计,截至2020年10月,当地约有30%的代购专卖店关闭。

安吉拉用“元气大伤”来形容疫情后的澳洲代购,“当时从国外寄回国内的包裹上经常检出病毒,顾客不敢要,就转向了其他渠道,但让他们再转回代购就不那么容易了。我认识的很多代购如今已转做二手奢侈品,奶粉只是带着做,更多是从国内反向代购电器、小商品到澳洲。现在朋友圈已经看不到奶粉代购消息了,大家都在发哪个海运公司做活动,运费更便宜。”安吉拉估算,目前澳洲奶粉代购的规模,利润都在缩小,其身边继续从事代购生意的朋友,数量不

到3年前的十分之一。

“澳洲代购时代结束了。”今年1月,旅居澳大利亚悉尼的网友“狮子王”在国内社交媒体发文称,“曾经红极一时的代购大部队们,为了几罐奶粉开车100公里,在超市跟大爷大妈、小留学生们抢奶粉,没实体店没网店的小代购也能月入万刀(澳币)。如今代购们集体转行,盛世已经过去。”在他的描述中,曾经的澳洲奶粉代购人员有些回国了,有些上班了,还有一些转做房地产开发等其他生意。

“以前成街成巷都是代购店,疫情后很多关闭了,现在没什么人做奶粉代购。”居住在澳大利亚悉尼的糖糖认为,利润减少、需求降低是澳洲代购萎缩的两大原因,疫情只是一个导火索。

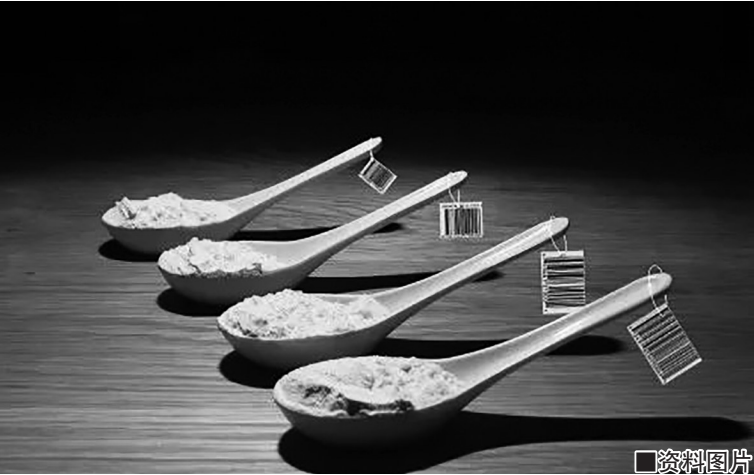
安吉拉向记者证实,2017年、2018年正值澳洲代购竞争最激烈的时候,很多私人代购只赚5个百分点左右的汇率差,“国内消费者很精明,尤其在社交平台、自媒体出来后,对澳洲奶粉、保健品的价格都比较了解,加上代购间搞价格战,代购已经不是一个有利可图的行业,我入行时已经感觉到代购在走下坡路。现在全球购买力都在下降,澳洲奶粉代购恢复了一些,保健品还没恢复。”

此外,购买渠道的多元化也被视为冲击澳洲代购的一大关键原因。“以前国内顾客想买澳洲奶粉、保健品,只能依靠代购。现在除了找代购,还有很多网店,甚至很多品牌旗舰店。澳洲较大的药房Chemist Warehouse在中国南方有好几个实体店。”在澳洲生活的小莹认为,现在很多中国宝妈依然认同澳洲奶粉,但生育率下降及全球经济下行,导致近几年澳洲奶粉不如此前畅销。

变局

代购群体萎缩也影响着进口奶粉在中国市场的生意模式。

早在2016年,达能就已在中國建立官方跨境购渠道,节省了在三四线市场的渠道费用。2020年一季度,在个人代购受限的情况下,达能官方海外旗舰店的销量有所上升。据达能在投资者会议中披露的数据,今年上半年,其包括



□ 资料图片

代购在内的不可控渠道的销售占比已降至10%以下。而在2019年,这一渠道的销售占比约有30%。

2021财年,受疫情导致的跨境购中断影响,a2中文标签婴幼儿营养品营收增长15.4%至3.899亿新西兰元,英文标签奶粉销售额则下滑51.8%至3.57亿新西兰元。2023财年,a2中文标签奶粉销售额增长27.8%至5.593亿新西兰元,英文标签通过跨境电商的销售额为3.862亿新西兰元。

今年8月,a2牛奶公司的总经理兼首席执行官David Bortolussi表示,“今年我们大幅降低英文标签的代购市场近40%,进一步转向更受控且表现更好的渠道。由于低出生率 and 市场竞争,中国的婴配粉市场变得更具挑战。尽管如此,我们已经做好准备,在2024财年继续投资并提升份额,以在市场复苏时占据先机。”

除达能,a2牛奶公司外,美赞臣、菲仕兰、雀巢、惠氏以及停止中国市场婴幼儿营养品销售的雅培,目前均在加码官方跨境购的投入。对于澳新奶粉品牌而言,眼下能否拿到中国婴幼儿奶粉的二次配方注册资质,进而以一般贸易方式将婴幼儿奶粉打入中国市场,已成为影响企业发展前景的关键一环。

2021财年,澳洲羊奶粉品牌Bubs对中国市场的直接总收入下降11%,传统代购渠道对其澳洲市场销售额的贡献急剧下降。为此,Bubs重新制定了供应链和中国渠

道策略,试图通过保税仓模式进行跨境购贸易,这一举措也抵消了代购流失的部分损失。经过2022财年的业绩上涨后,2023财年三季度,Bubs总收入下降10%至1580万澳元,美国和澳大利亚市场的强劲增长被中国和其他海外市场的销售不佳所抵消。截至目前,Bubs仍未通过二次配方注册。

与Bubs相比,a2旗下中文标签奶粉已于今年5月拿到二次配方注册资质。2023财年,a2中国区销售额增长37.9%,公司整体营收增长10.1%,中国及亚洲地区营收首次突破10亿新西兰元,中文标签奶粉销售额也首次超过其英文标签产品。

杭州高歌坦图商贸有限公司总经理何康辉此前接受记者采访时认为,未通过中国配方法注册的奶粉意味着达不到新国标要求,在部分国内消费者认知里是“二等产品”,此类奶粉走代购、跨境电商渠道不会有太大体量。

连锁母婴品牌“爸爸爱”创始人唐利则认为,过去跨境购奶粉之所以受国内部分消费者青睐,主要在于价格优惠。如今伴随人口出生率下降,市场集中度持续提高,国内婴配粉市场已进入集团化竞争阶段,大家都在投入更多的资源抢夺新客,加之奶粉渠道不断萎缩,奶粉价格战激烈。目前原价300元以上的国产大品牌奶粉实际零售价仅220元左右,且产品间配方差异越来越小,跨境购奶粉的竞争优势不复存在。

美豆价格跌近成本 国内豆粕价格或继续下行

□王文深

目前美豆价格已经跌至成本附近,继续下行空间有限,而中国的豆粕供应却较充足,这意味着短期国内豆粕价格或将继续下行。后期国内粕价能否企稳除了关注国内需求端变化外,还需要关注美豆成本支撑的力度。

美豆期价9月回落 后市关注成本支撑

由于9月底的美豆库存数据高于市场预期,导致在10月初的中国休市期间,美豆期货整体回落。截至10月9日,美豆11月主力合约价格跌至1270美分/蒲式耳附近。而在过去的9月份,价格从最高点1385美分/蒲式耳下跌至1272美分/蒲式耳,区间下跌6.83%。市场在持续下行过程中不

断寻找利多支撑,而随着价格跌破1300美分/蒲式耳的关键整数位置后,市场将更多希望寄托在种植成本上。

美国农业部的数据显示,2022年每亩美豆种植成本为627.45美元,较2021年同比增加0.81%,增幅为近五年最大值。其中,化肥与燃料电力成为同比增幅最大的两项。化肥支出同比增加91.72%,燃料电力支出同比增加45.69%。原因离不开欧洲地缘政治问题。在成本快速增加的背景下,美豆期货价格以及中国的豆粕现货均价明显上涨。2022年,美豆期货连续主力合约均价为1501.82美分/蒲式耳,同比2021年增加10.33%;中国豆粕现货均价为4588元/吨,同比2021年增加26.82%。

从美国大豆的种植成本到期现货价格,再到中国的压榨产品豆

粕现货价格,期间不仅涉及国际间的物理运输成本,也涉及因基差交易和产业的期现套利,导致期货价格对现货价格产生实际影响。所以,种植成本作为整个产业链的价格源头之一,不仅从现货上对产业链的终端产品价格形成影响,也会主要以同比变化方向和幅度,通过期货市场进行杠杆化交易以及影响放大。因此,市场在下跌过程中不断增加对美豆成本价格的关注,既符合逻辑,也符合市场心理。

2023年预估美豆成本为1240美分/蒲式耳

2023年,市场预估美豆每亩种植成本为621.47美元,同比下跌0.95%。在2023年,去年涨幅较大的化肥以及燃料电力两项,分别同比回落23.86%和18.05%。因此,这两项指标的走势逆转,是导致

2023年成本价格同比回落的重要原因。而在其他项目上,由于绝对值的原因,对总量的影响相对有限。

值得注意的是,在成本的计算中,美国农业部报告中2022年的单产计算值为53蒲式耳/亩,与月度报告中的49.5蒲式耳/亩差距较大。以2023年最新的单产推算,美豆的成本价格为1240美分/蒲式耳。与53蒲式耳/亩的单产相比同比增加4.38%,与49.5蒲式耳/亩的单产相比同比下跌2.21%。因此,当美豆期货价格跌至1260美分/蒲式耳,市场将放大成本对现货价格的影响力度,对于目前的美豆期货价格,继续下行空间相对有限。

中国豆粕供应较充足 价格或将继续下行

卓创资讯统计的中国大豆压榨企业库存数据显示,截至10月6

日,中国大豆库存为384.2万吨,环比下降12%;豆粕库存为77.8万吨,环比下降2.37%。大豆库存延续季节性下滑的走势,但豆粕库存走势始终维持偏高水平,这与去年同期走势相反。原料库存下降,成品库存偏高,反映出市场消费量低迷,难以消化上游库存,而成品库存的稳定,也将缓解10月份大豆到港量偏少所担忧的供应紧张预期。

因此,企业的库存情况和实际的国内豆粕供应的持续反映。而在市场不断降低到港量偏低这一预期的影响,并增加对下游消费量和成本端关注的背景下,预计短期豆粕现货价格仍将继续回落,价格的反弹需要关注需求和成本两个因素能否提供足够的动力。

(作者系卓创资讯分析师)

国际看点

阿根廷暂停征收乳制品出口税举措正式生效

据报道,阿根廷政府宣布执行对部分乳制品暂停征收出口预扣税的措施,该措施将持续至2023年12月31日。此次暂停征收出口税的商品包括:全脂奶粉、脱脂奶粉、硬质奶酪、软质奶酪等乳制品。依据规定,上述产品出口税率在相关有效期内降至0%。阿政府指出实施该举措将改善乳制品行业收益水平,促进国内生产并提升附加值,以此推动对外出口,助力提升乳制品产业链竞争力。

(商务部)

爱沙尼亚2022年牛奶产量创30年来新高

据爱沙尼亚统计局数据,2022年爱沙尼亚生产牛奶近85万吨,创30年来新高。近年来爱沙尼亚牛奶生产能力稳步提高,目前约有30家公司从事牛奶行业,每头奶牛平均年产量超过10000公斤。

2022年爱沙尼亚牛奶产量的94%直接或通过中间商进入市场。其中,约四分之一的产量,即216000吨原奶和奶油出口;超过一半的牛奶用于制造奶酪和黄油,其中37%用于生产奶酪和凝乳,17%用于生产黄油和黄油制品。

爱沙尼亚进口少量牛奶和奶油来生产乳制品,2022年进口牛奶和奶油近3万吨。

此外,爱沙尼亚去年还生产500吨羊奶。

(食品资讯中心)

近25年来阿根廷首次失去全球最大豆粕出口国地位



■ 资料图片

据阿根廷《国民报》网站报道,2022—2023年度阿根廷豆粕出口量降至2110万吨,同比减少21%。同期,其邻国巴西豆粕出口量上升至2150万吨,25年来首次超越阿根廷成为全球最大豆粕出口国。豆粕曾是阿根廷出口创汇最主要的产品,出口额可达120亿美元。就产量而言,阿根廷位居中国、美国 and 巴西之后,是世界第四大豆粕生产国。

(商务部)

2023年1—8月阿塞拜疆农业产值同比增长3.3%

阿塞拜疆国家统计局委员会统计数据显示,2023年1—8月,阿塞拜疆农业生产总值为83.9亿马纳特(约合49.4亿美元),同比增长3.3%。其中畜牧业39.1亿马纳特(约合23亿美元),同比增长3.4%;种植业44.9亿马纳特(约合26.4亿美元),同比增长3.2%。

2022年阿塞拜疆农业总产值109.8亿马纳特(约合64.6亿美元),同比增长3.4%。

(食品资讯中心)

英国食品通胀前景转好,多家零售商降价

英国玛莎百货和阿斯达超市近日宣布进一步降价,表明当地食品通胀前景正在转好。

玛莎百货表示,将把200种食品的价格平均下调11%,其中包括英国牛肉末、金枪鱼排和红莱斯特奶酪。阿斯达超市表示,已将232种品牌和自有品牌产品的价格平均降低了14%,其中包括面包、新鲜水果和蔬菜以及新鲜肉类。

由于消费者预算持续紧张,杂货价格仍然成为人们关注的焦点。阿斯顿的月度收入跟踪显示,尽管官方总体消费者价格指数通胀率放缓至6.7%,但超过60%的英国家庭8月份可支配收入与去年同期相比有所下降。

最新公布的行业数据显示,截至10月1日的四个星期内,杂货年度通胀率为11%,为15个月来的最低水平。

近几个月来,英国所有主要超市集团都降低了必需品的价格。数据显示,上半年已降低了2500种产品的价格,并预计下半年食品通胀将继续下降。

(中国新闻网)

□董家琛

白俄罗斯具有适宜的气候条件、丰富的水资源、优越的地理位置,曾是前苏联谷物、肉、奶、马铃薯、亚麻等农产品的主要产地,目前仍在这些农产品产量上保持着优势。其农业结构的突出特点是畜牧业比重较高,占农业生产总值的50%。

今年亚历山大·卢卡申科访华期间,两国元首共同签署了《中华人民共和国和白俄罗斯共和国关于新时代进一步发展两国全天候全面战略伙伴关系的联合声明》。双方在声明中强调了农产品生产和供应的重要性,并表示将继续支持中国和白俄罗斯优质农产品相互出口到对方国家。

据统计,2022年中国自白俄罗斯进口各类农产品6.49亿美元,同

比增长51.59%。与此同时,在中国和白俄罗斯举办的各类国际展会也提升了两国农产品在对方市场上的曝光度和认可度。2022年第五届中国国际进口博览会上,来自白俄罗斯的传统特色糖果、乳制品、软饮料、酒精饮料和菜肴油等产品受到了中国消费者的青睐。近年来,在白俄罗斯举办的涅曼国际博览会、白俄罗斯国际农业展览会等展会上,来自我国甘肃等地的特色农产品也获得了白俄罗斯当地的广泛关注,取得了超出预期的参展成果。

白俄罗斯的机器制造业发达,在大马力拖拉机、收割机等方面有着独特的优势,农业机械化程度高。在加快建设农业强国的过程中,农业机械化的也是中国不断探索和进步的领域。白方农机专家曾到访吉林省农业机械研究院并参加中白农机技术交流会,介绍各自

优势领域,探讨未来合作的空间及方向。吉林省也表示有意愿与白俄罗斯在吉林建立农机设备合资企业。2022年12月,白俄罗斯明斯克拖拉机厂和汽车厂考察团赴重庆机床集团进行考察,这是重庆机床集团自疫情形势缓解后迎来的第一批外国客人。中国一拖、中联重科等中国领先农机企业先后入驻中白工业园,并与白俄罗斯知名农机厂开展合作项目。通过落户白俄罗斯并与本地优势企业联合,中国农机设备辐射到更广阔的市场,在欧亚市场的销售量得到了一定提升。

除了农机领域外,中国企业还承建了白俄罗斯其他农业项目。2022年11月,由中方企业承建的白俄罗斯国家生物技术有限公司全循环高科技农工综合体项目在明斯克州正式投产。这是白俄罗斯第一家氨基酸生产企业,也是其粮食深

加工行业第一个出口创汇和进口替代项目。该项目将极大提高农产品的加工质量和附加值,吸纳就业,提升白俄罗斯的农业发展水平。

在农业科技与人才领域交流方面,中国与白俄罗斯也进行了多种形式的探索。中国—白俄罗斯“一带一路”农业科技创新论坛自2019年起开始举办,来自中国与白俄罗斯的相关专家、学者通过参加该论坛分享交流农业科研成果,搭建起产学研术交流和人才培养的平台。

2019年,西北农林科技大学与白俄罗斯国家农业科学院签署科技合作协议,联合建立白俄罗斯海外农业科技示范园。该示范园为中白两国搭建了农业科学研究、人才培养和人文交流的平台。目前,第一批到白俄罗斯国家农科院学习交流的研究生已顺利毕业。