

共克时艰 共赢未来

——2023 辽宁奶业高质量发展大会在沈阳举行



10月19日—20日,由辽宁省农业农村厅指导,辽宁省奶业协会主办,辽宁越秀辉山控股股份有限公司协办,辽宁伊利乳业有限责任公司、蒙牛乳业(沈阳)有限责任公司、安迪苏生命科学(上海)有限公司、北京国科诚泰农牧设备有限公司支持的2023辽宁奶业高质量发展大会在沈阳召开,大会以“聚力创新 共克时艰 共赢未来”为主题。来自行业主管部门、行业协会、专家学者、企业牧场等代表齐聚一堂,围绕奶业的现状、奶业技术创新利用、数智化牧场、奶业科普、产品创新和人才培养等方面进行了深入探索和交流。

大会同期还举行了奶业高峰论坛及辽宁省奶业协会会长联席会议暨党支部扩大会议、辽宁省学生奶工作委员会第五次会员大会两场专题会议。

会上,辽宁省奶业协会会长徐环宇在致辞中表示,辽宁省奶业协会以党建引领为方向,认真履行协会职能,为推动奶业高质量发展做出了卓有成效的工作。主要表现在以下几方面:一是抱团取暖,共克时艰,积极沟通协调产业链各相关方面;二是连续多年组织青贮质量培训,提升青贮饲料质量,

降低牧场饲养成本;三是组织相关专家、学者、会员单位,从行业生产和管理的实际需求出发,立项编写并发布实施了27项团体标准;四是明确“学生饮用奶计划”推广工作方向和远景目标;五是充分发挥协会的引领作用,以全面展示科技创新、生态赋能、新鲜健康、增强体质的奶业发展新理念为导向。下一步,辽宁奶业协会将充分发挥平台纽带作用,整合内外资源,协同配合解决业内的焦点、难点问题,横向联合社会各界,积极推动奶业品牌创建,开拓新消费领域,促进奶业消费提升。

辽宁省农业农村厅党组成员、副厅长刘怀野表示,辽宁省是全国奶业十大主产省之一,2022年末奶牛存栏27.6万头,全年牛奶产量134.7万吨,位居全国第8位。全省奶牛规模养殖比重达93%以上,奶牛良种率达到100%,奶牛平均单产已达8.5吨以上。辽宁省乳制品加工企业27家,日处理鲜奶能力7000吨左右。越秀辉山、蒙牛、伊利三大乳企,日收购、加工鲜奶占全省鲜奶加工总量的80%。全省奶业产业化程度较高,乳制品加工企业自有牧场存栏奶牛占全省存栏奶牛

总数的78%以上。在国家政策支持下,在行业协会的推动下,在从业者不懈努力下,辽宁奶业振兴工作取得了显著成效。“辽宁省委省政府一直高度重视奶业发展,各级农业农村部门不断加强奶源基地建设,切实加强生鲜乳质量安全,强力推动奶业高质量发展。省农业农村厅将一如既往地全力支持奶牛养殖和乳制品加工业发展,生产出更多健康、优质的产品,让全省乃至全国人民喝到来自辽宁的放心好奶。”刘怀野表示。

中国奶业协会副会长兼秘书长刘亚清表示,辽宁是奶业重要的优势产区,当前发展基础稳固,未来潜力大前景好,全面振兴和高质量发展值得期待。辽宁奶业高质量发展,需加快结构调整和转型升级,持续提升产业链供应链的韧性和活力。破解发展难题,厚植发展优势,辽宁奶业发展必须贯彻新发展理念,以结构调整和转型升级为手段,以创新发展、协调发展、绿色发展,开放发展和共享发展为标志,加快高质量发展,实现量的合理增长和质的有效提升。结合区域实际,辽宁奶业高质量发展要重点从以下几个方面发力:一是提升奶畜养殖的现

代化水平;二是加快乳制品加工现代化建设的进程;三是引领融合新型消费发展走向;四是实现产业关键技术突破;五是实现可持续生态循环发展。

辽宁省市场监管局党组成员、副局长刘升表示,辽宁省市场监管局将立足职能,做优做强辽宁省乳制品产业。一是严守乳制品质量安全生命线,督促企业落实主体责任,严防死守食品安全风险,坚决维护奶业发展的底气;二是强化服务,坚持包容审慎监管,开展企业帮扶指导,提供专家咨询服务,解决食品安全法律疑惑、技术难点等实际问题;三是持续正向发声,通过多媒体渠道,全面展示辽宁省乳制品高质量生产的业绩面貌,为奶业发展营造良好的舆论环境,进一步提振群众对辽宁乳制品的消费信心和热情。

辽宁省民政厅二级巡视员李立新表示,行业协会是加强和改善行业管理与市场治理的重要支撑力量,是联系政府、企业、市场的重要桥梁纽带。辽宁省奶业协会是辽宁省唯一一个奶业社会团体,在制定团体标准、加强交流合作、助力企业纾困、服务会员群众等方面做了大量卓有成效的工作,为

推动辽宁奶业高质量发展发挥了积极作用。

辽宁越秀辉山党委书记、总经理韩春辉表示,作为国有乳企,越秀辉山坚持将奶业振兴和乡村振兴深度融合,多年来,先后在辽宁沈阳、抚顺、锦州、阜新和铁岭等9个地区投资建设集约化饲料种植、精饲料加工、良种奶牛饲养繁育、全品类乳制品加工与销售、乳品研发和质量管控于一体的乳品产业集群项目,实现了“种植基地”“养殖基地”“加工基地”“终端市场”四方联动和一二三产业融合互促的发展格局,为农民增收、乡村振兴以及辽宁县域经济发展作出了贡献。“展望未来,越秀辉山将秉承着‘不断超越,更加优秀’的企业精神,以为消费者提供更优质的乳制品为己任,发挥国有乳企的带动作用,沿着生产标准化、产品优质化、供给多元化、品牌国产化、产业一体化的奶业振兴路径,在新征程上勇毅前行,以产业优势赋能乡村全面发展,助力共同富裕,为中国奶业振兴贡献更大力量。”韩春辉表示。

大会现场还举行了“奢享奶膳”沈阳故宫”联名产品发布仪式,并进行了

“产教融合 共育匠才”“寓教于乐 诙谐幽默 漫画科普赋予奶业宣传新动能”签约仪式。同时还启动了国民营养计划社区公益宣讲员培训活动。在主题报告环节,辽宁省畜牧业发展中心主任赵刚作了《辽宁奶业高质量发展主旨报告》,国家奶牛产业技术体系首席科学家、中国农业大学教授李胜利就《我国奶业的现状及对策》进行了分析讲解,利乐公司以食品促发展事务总监、中国学生营养与健康促进会学生餐分会副主任柴彤涛以《学生饮用奶,呵护祖国未来》为题与会嘉宾进行了探讨与交流,美国动物营养师学会注册科学家、安迪苏技术销售经理栾绍宇分享了《氨基酸营养和研究进展》,北京国科诚泰农牧设备公司副总经理温瑞强就《数智化技术在规模化牧场的应用》同与会嘉宾进行了交流,辽宁省动物疫病预防控制中心副主任、正高级兽医师顾贵波对辽宁省奶牛疫病防控政策进行了解读,辽宁省农业农村厅总畜牧师产业发展处处长张晨阳对辽宁省奶业产业政策进行了解读。大会最后还举行了“弘扬先进 振兴奶业”辽宁奶业颁奖典礼,多名优秀奶业人上台接受了表彰。

(文/图 霍文睿)



数智化赋能 中国乳业创新转型加速



10月20日,由《证券日报》社主办的第五届乳业资本论坛在北京召开。论坛以“绿色低碳、数智赋能”为主题,围绕中国乳业及乳业面临的机遇与挑战,以及细分赛道奶酪、益生菌产业经历的快速发展,行业面临的转型升级、产品创新及品牌打造等话题展开讨论。

数智化进程积极推进

中国乳业和乳制品行业在数智化赋能下正经历着深度变革。新兴技术改变了行业传统的生产方式和管理模式,在提高生产效率、降低成本、优化资源配置等方面发挥了重要作用。“我们研究发现,很多行业在数字经济融合中存在卡点和难点,但相对来说,乳业跟数字化融合的成熟度最高。”中国农垦产业发展基金副总裁程琨表示。

数字化技术改变了奶业和乳制品行业的生产和管理方式,为行业发展带来了新的机遇。卫岗乳业副总裁程彦表示:“通过智能化的物流、数字化订单系统,我们实现了整个产业链的智能化、数字化,借助数字化和电商渠道,公司从区域品牌走向全国化。”

越秀辉山数字化中心总经理王子丰表示,在近两年的整合后,越秀辉山已经实现上下游全产业链的全覆盖。“借助北斗导航技术,40万亩地的耕种距离可以精确到厘米,土地利用效率提高了超过2个百分点,2022年是辉山乳业产量最高的一年,而今年目前的产量已经超过了去年。”

伊利集团数字科技中心数字化规划总监孙丽表示,伊利有非常全面化的数字体系,有自己的算法团队,“我

们坚定认为数字化转型一定是伊利核心竞争力中不可或缺的一点,所以会在上下游、企业内部、人才的培养方面下功夫,甚至已经对外输出和分享数字化经验。”

程琨认为,数字化转型不是简单的数字技术叠加,一方面需要在机制和文化的变革,另一方面需要借力更多合作伙伴,融合社会各界力量,包括数字工具各个生态企业的加入、下游全链条消费者运营数字企业的介入。未来乳业的数字化不仅是乳企的数字化,更是整个生态链条的数字化。

在数智化的作用下,中国乳企的价值正在被重构,重构背后的逻辑是产业链协同带来的成本下降。

现代牧业执行董事兼 CFO 朱晓辉表示:“现代牧业坚持成本领先的战略,随着效率的提高,公司公斤奶的成本跟国外的差距已经缩小到几毛钱。未来随着数智化进一步深入,饲喂成本、现金成本上都会有进一步下降的空间,缩短和国际原奶价格的差异,进而提高产品竞争力。此外,产业链的延伸和协同将让整体成本下降,毛利空间打开以后,公司可以做一些价值创新,为消费者提供更多新品。”

北京和牧兴邦网络技术有限公司总经理王智表示,数智牧业的核心目标是创造更多的价值,不再是单纯的一套系统,更多是嵌入式的,与业务紧密绑定,共同创造价值的过程。“未来会形成算法中心,这也是公司全力投入的地方。可以想象,在未来整个产业的流动、生产要素的流动、技术方案的研究和落地,都是通过算法来推动、数字来跟进,数字化结果来验证的。”

“中国乳业已经从单一产品竞争走向了全链条生态环节的竞争,我们

在行业价值重构上主要做两件事。第一,乳业上游提质增效,目前还需要大量的工作来支撑整个产业的健康发展,因为我们现在的整体奶源自给率是60%以上,要想达到70%,就要在近几年完成;第二,牧业上游往前溯源到整体奶牛的育种以及高质量的饲草,这是乳业消费端前端产业链要做的事,也是价值重构的基石。”程琨表示。

奶酪本土化迎机会?

有着“奶黄金”之美誉的奶酪产业在国内已发展多年。不过,相对于咖啡、红酒、面包,奶酪在中国的普及推广以及产业成熟度依然很低。

统计数据显示,从2018年到2021年,中国奶酪的市场复合增长率超过了30%,但是,2022年以及今年上半年急转直下,2022年奶酪品类的增速只有16%。在这样的环境下,中国的奶酪市场未来发展前景如何?国产奶酪能否迎来本土化发展的机会?

海通国际证券董事总经理闻宏伟表示:“今年奶酪产业不太理想,一方面是大的消费力问题,另一方面则是场景的问题,奶酪产品在居家场景、消费场景均呈下降态势,这与奶酪棒早期定位有一定的关系,我们看好的是奶酪品类的长期发展。”

牧星(上海)食品科技常务副总经理唐磊表示,奶酪市场下滑,部分企业选择放弃区域市场,或是放弃某些品类、渠道,但即便如此,公司也没有放弃奶酪棒这块市场。“近期我们做的年度战略规划里,提出了奶酪棒重新回归市场的问题。但重新回归市场要有一个支点,并不是盲目铺设。”

从产品层面来看,奶酪市场增速乏力的原因之一在于品类单一,目前儿童奶酪棒占据大部分奶酪企业营收的大半。

要在奶酪这个巨头云集的新赛道突出重围,产品快速迭代的能力是关键。奶酪博士创始人陈昱桦结合自身经验表示,奶酪博士的发展经历中有一个漫长的起步阶段,以奶酪棒为主的“中国奶酪1.0时代”进入尾声,成人项的乐享型奶酪等多品类为支撑的“中国奶酪2.0时代”正在崛起。

酪神世家创始人郭本恒亦认为,奶酪棒仅仅是奶酪行业发展的开端,产品形式也必将迎来升级换代。

从全球销量分布来看,西方欧美国家为奶酪主要消费市场,亚洲、中东等地区奶酪消费具备发展潜力。尽管过去十年中国奶酪行业快速发展,但餐饮渠道仍然占据市场的主导地位,在零售端渗透率仍然不足。在多位业内人士看来,产品创新走本土化路线将是国产奶酪产业的新机遇。

满足“中国胃”是奶酪产品始终如一的目标。妙可蓝多相关负责人表示,奶酪产品的后续发展需要与中国博大精深的饮食文化结合起来,在这个基础上,将奶酪创新成更多、更不同的奶酪美食,才能更受消费者喜欢。“比如现在的茶文化、咖啡烘焙热潮等,和奶酪结合起来成就了水果奶酪茶、芝士奶盖、生酪拿铁等产品。”

益生菌市场格局生变?

有着酸奶“芯片”之称的益生菌产业,近年来市场扩容速度非常迅猛。根据BlueWeave机构数据,2022年全球益生菌市场规模达到602.3亿美元,预计从2022年到2030年,全球益生菌市场将以8.7%的年复合增长率增长,到2028年达到934.9亿美元。

面对巨大的益生菌市场,不少企业加入到益生菌赛道中。在A股上市公司中,除了益生菌第一股科拓生物外,健合集团的合生元益生菌也已经被消费者所熟知。此外,均瑶健康、蔚蓝生物、福瑞达、安琪集团等公司也纷纷布局益生菌产业。

在这样的市场环境,曾经占据优势的进口益生菌,面对与国产益生菌品牌的竞争,市场格局是否会发生变化?而对于益生菌企业而言,如何构建自己的核心竞争力,在细分领域实现高质量的发展?是当前益生菌企业的共同课题。

均瑶健康生物副总经理孙江伟表示:“行业数据显示,截至2021年,意大利人均益生菌的年度消费超过10美元,美国超过7美元,中国只有0.4美元,国内益生菌行业有充足的成长空间。”

IFF Health亚太区战略市场和产品管理总监陆涛表示,随着益生菌产品市场规模的扩张,更多的消费者开始主动关注益生菌,并逐渐认可其背后的健康益处。

一然生物董事长赵林森介绍,近年来,益生菌行业呈现猛烈增长态势。益生菌的应用不仅局限于乳业,随着农业技术的发展,微生态活菌在农业种植、养殖及环境治理等领域也起到了重要作用。同时,益生菌在营

养健康类产品中的应用场景也出现多元化。

“益生菌行业是非常健康的行业,益生菌这个词直接传递给消费者的就是这个产品对你的健康是有益的。”恒天然益生菌事业部负责人王乐濠表示,公司从益生菌肠道健康慢慢做到不同功能的细分,如免疫、皮肤、体重管理、女性健康等。

“消费者对于酸奶品类的认知比较多,但是真正益生菌的乳品绝不仅限于酸奶中发酵菌株,在更多的乳品产品类型中的应用,有非常广阔想象空间,对乳品品牌有更加加持。”锦旗生物研发中心总监郭新梅认为,益生菌在乳企这个大的赛道里,为产品的创新和盈利能力注入强劲动力。同时,乳品行业也给了益生菌更多的应用需求和资金加持,为技术和工艺创新提供资源,这将是一个值得想象和奋斗的领域。

面对中国益生菌市场近年来的扩张势头,陆涛认为:“随着消费群体扩容,加速了更多企业入局,市场的蛋糕要靠全产业链同仁一起做,并互相成就,不管是国际企业还是国内企业,也不管是原料企业还是终端产品企业,大家都有长足的发展机会。”

益生菌已经成为当下行业的一个风口,吸引了众多资本追赶。王乐濠表示,当前我们看到一些市场的过度宣传,对企业来说更需要修炼内功。在菌株研发方面,公司跟国内的几个研究机构做深度合作;对于新的菌株的功能方向方面,新菌的开发以及下一代益生菌的开发已经在做提前布局。“企业要想在产品打造核心竞争力最核心的是临床研究,其次是应用研究,再者是消费者教育,让大家认识到什么是好的益生菌。”

郭新梅认为,企业研发在立足业绩增长的短期要求同时,还应考虑长远发展的深入布局。具体表现在三个方面:一是做好产业化研究和技术突破;二是深入洞察消费者不断变化的需求;三是加强产学研的深度合作。

“益生菌行业的高质量发展需要产业链同仁共同努力。无论是原料把控,产品质量还是产品效果,都要尽可能做好,给消费者提供保障。”孙江伟说,在技术方面,把益生菌的突出研究成果传递出去,不夸大、不误导消费者,做到消费者使用后,相信和认可益生菌的魅力,这对整个产业的发展才是有利的。

(综合新华网、《证券日报》报道)

声音

张智山: 奶业长期发展趋势向好 需要资本持续支持

在第五届乳业资本论坛上,中国奶业协会副秘书长张智山发表致辞时表示,近些年,中国奶业发展取得显著成绩,但仍是我国重要农产品中的短板。目前,我国居民饮食正处于从吃得饱向吃得好过程转变的重要阶段,牛奶是最接近完美的食物,人均消费水平必将不断提高。中国奶业向好的发展趋势没有改变。

今年以来,奶业受多重客观因素影响遇到了不少新挑战。

张智山也提到,今年我国乳品消费低迷,原料奶供应过剩,企业喷粉库存压力大,奶牛养殖和乳品加工成本上涨,企业效益下滑或亏损严重等问题突出。

针对奶业存在的诸多问题,中国奶业协会组织开展了促进我国乳品消费战略研究,研究报告提出,乳制品正在逐步成为我国人民群众的生活必需品,奶业向好的趋势没有改变,到2025年和2030年,我国人均奶类消费量将分别达到45.4公斤和51.1公斤;奶类消费需求总量分别达到6392万吨和7112万吨,国产乳制品占主体,保持在70%的水平。进口乳制品是中国奶业振兴的压力,也是提升国产乳制品市场竞争力的动力,可促进我国奶业高质量发展和高水平服务,以及保持比较合理的乳品价格。

张智山认为,奶业是高投入高产出产业,是终生可以从事的产业,是中低利润产业,是需要资本持续支持的产业。

对于进一步推动奶业绿色发展,实现数智奶业,张智山认为,急需支持的重点包括:一是助力巴氏杀菌奶产品加快发展。巴氏杀菌奶具有鲜活营养和保质期短的特点,是我国奶业的优势产品,目前所占比例很低,应加大资本投入助其发展。二是助力国产原制奶产品发展。奶类是婴幼儿配方乳粉的重要原料,目前乳清粉几乎全部依赖进口,应努力解决规模化生产原制奶和乳清粉问题。由于我国原料奶生产成本偏高,原制奶产品加工企业对生产原制奶的积极性不高,应在减税降费、融资降息、科技支撑等方面给予扶持。

(李春莲)