

乳企多渠道提升乳品销量



□文/图 本报记者 杨丽霞

近日,伊利发布2023年三季度财报显示,1月—9月,液态奶营收654.32亿元,同比增长2.07%,第三季度增速达8.48%。此外,常温白奶市占率提升至43.4%。据悉,当前伊利液态奶业务稳居行业第一,并呈现出逐“季”走强趋势。

随着天气转凉,乳品消费也逐步迎来销售旺季。从整体消费市场来看,从去年持续至今,各个乳制品的价格促销此起彼伏,与此同时,伴随着奶业市场“供需”端逐渐的平衡以及乳品销售渠道的下沉越来越“广”,乳品消费增长空间也被广泛看好。

乳品促销力度不减

进入秋季以来,乳品市场的产品促销力度不减,在呼和浩特市大中超市以及社区便利店中,酸奶、牛奶、奶酪、奶粉等乳制品均有不同程度的价格折扣,让很多消费者直呼划算。

10月31日,在呼和浩特市錫林郭勒南路的华联超市,一款新西兰牧恩淡味黄油产品250克块的价格由原价39.9元降至19.9元,消费者

李志告诉记者,“平时购买这款黄油基本都不打折,现在降了一半的价格。”

“这款淡黄油是刚刚开始促销,促销时间持续到今年年底。”促销人员表示,“这样的促销力度还是第一次。”

记者在酸奶区域也看到,多个品牌的酸奶都有不同程度的促销活动,其中不乏今年的新品。各品牌酸奶的业务员竞相推销,用免费品尝来招揽客人。一位业务员称,打折促销不是因为保质期临近,而是已经成为常态。此外,以低温鲜牛奶为代表的一众高端白奶促销活动也非常频繁。

在位于丰州路的一家社区便利店里,益得鲜牛奶、君乐宝悦鲜活鲜牛奶均有周末“买一送一”的促销活动。在大学东路的维多利超市巴氏鲜奶柜台前,伊利金典鲜牛奶、蒙牛每日鲜语、圣牧塞茵苏鲜牛奶等品牌巴氏奶都有不同程度的促销活动。

今年以来,“促销”几乎成为了整个乳制品行业的关键词之一,独立乳业分析师宋亮接受记者采访时曾表示,大面积的产品促销让整个销售量提升明显。“上半年的产品

促销中很大的因素就是‘消化’奶源,今年下半年,企业产品打折促销依然还会是市场‘主旋律’,消费市场的培育以及消费量会进一步增长。”

在记者采访中,很多消费者也表示,选购乳制品时看价格以及配料表是最先选择的因素,“现在的牛奶和酸奶价格越来越高,相比原产品价格,促销产品的性价比更高。”市民马来向记者表示。

一方面是消费者希望买到更高性价比的产品,另一方面乳制品行业上半年也在面临奶源过剩的特殊情况,反映到终端就是大幅度的打折。

在业内人士看来,当前乳品企业应当着眼于新的消费趋势,开发更加新鲜、更具性价比的乳制品,不断丰富乳制品供给模式,解锁乳制品消费新场景,开辟乳制品销售新渠道。

销售渠道多方位“下沉”

根据国家统计局数据显示,2023年上半年,全国牛奶产量1794万吨,增长7.5%;2023年1—8月乳制品产量2008.9万吨,同比增长3.6%。

尽管牛奶产量继续保持较高速增长,但乳制品加工量增速则仅有3.6个百分点,这也反映出下游消费端明显疲软。

在乳品消费颓势的当下,乳企们清晰地认识到乳制品消费市场的局限性。

随着新型消费不断深入,乳品销售的线下渠道不仅从商超、大卖场“一统天下”的模式走向便利店、食杂店等消费群体相对集中的“近场”消费,同时,各大乳制品企业纷纷以直接或间接的方式自建连锁渠道,包括社区营养专卖店、兼具乳品新式茶饮售卖、现制酸奶饮品店、鲜

奶吧等,形式不一而足。

对于呼和浩特市市民王冉来说,开在家门口的一家蒙牛社区服务站让她购买牛奶更加的方便、快捷。“丰富的产品品类让我们有了更多的选择。”

从2019年起,蒙牛与重庆别提多美品牌管理公司以战略合作的方式推出一站式营养健康新生态——社区营养专卖店,再到今年,“萌小牛”社区服务站,蒙牛借助社区门店新兴服务模式,实现了乳品消费的便利性。

当前,随着咖啡、茶饮店、烘焙赛道兴起,兼具乳品、新式茶饮及冰品售卖的业态渠道也是近年来乳企探索的方向之一。

为了改变传统供货经销的商品零售模式,完达山今年成立了新零售事业部,全力开启连锁渠道建设的战略步伐,以店名“乳此新鲜”亮相于北京、上海及东北市场。目前完达山共开有36家店,包括直营门店16家、加盟店20家。店内主要售卖品类除了完达山常规乳品外,还有冰淇淋、茶饮、炒酸奶等。

除了自建零售渠道,乳品企业也在通过借助餐饮消费渠道布局产



内蒙古:推动乳品全产业链创新

□张景阳

这头牛状态还不错。”“这头牛吃得有点少,一会儿要检查一下……”在伊利集团合作牧场,工作人员每天在办公室只需凭借一部手机,就能精确全面地掌握每一头牛的健康状态。这是位于伊利集团的国家乳业技术创新中心(以下简称乳业国创中心)依靠数字赋能实现的真实场景。

乳业国创中心于2022年1月15日获科技部正式批复。今年8月,该中心总部正式启用,我国乳业唯一的国家级技术创新中心正式开启了快速发展之路。

乳业国创中心成立一年多来,已有100多家成员单位,集聚了10名院士、100多名高级行业专家、1000多名核心科研人员 and 超过5000人的全产业链创新队伍。

开展关键技术攻关

“乳业国创中心作为新生事物,工作做得很扎实。下一步,乳业国创中心应继续加大科研攻关力度,促进乳业技术进步,使我国乳业实现从大到强的转变。”早在中心成立之初,中国工程院院士、中国农业大学教授任发政就提出建议。

打造全球乳业标杆,关键技术攻关是重中之重。今年,内蒙古自治区科技厅按照《2023年度国家乳业技术创新中心建设科技支撑方案》,投入4亿元专项资金,推动乳业国创中心实施关键技术攻关、开放性课题研究、青年科技基金等项目,支持服务平台建设、运营管理和总部创新能力建设等,全面提升乳业国创中心的创新能力。

“特别是在关键技术攻关方面,内蒙古自治区基于我国乳业战略需求和产业发展需要,围绕奶牛繁育与养殖、营养与健康、工艺技术与装

备、乳品安全与品质等领域开展26项关键技术攻关项目,重点解决青贮玉米品种资源匮乏、奶牛育种体系不健全、饲料转化率、益生菌及发酵剂国产化率低、乳基活性功能原料和乳制品加工关键设备依赖进口、乳品中潜在污染物有待识别和防控等制约乳产业发展的核心问题。”内蒙古科技厅相关部门负责人向记者介绍。

发挥科创枢纽作用

在服务平台建设方面,内蒙古围绕乳产业链创新需求,构建乳业知识产权和标准化技术服务体系,完善乳品标准法规体系,提升乳业国际竞争力,实现乳业重点技术领域国际标准突破。

在总部创新能力建设方面,内蒙古围绕乳产业链核心领域,通过配备行业内领先设施,搭建奶牛繁育技术、牧草育种、种植、加工技术,

奶牛养殖技术,特色稀有乳蛋白原料关键制备技术,乳酸菌筛选及工艺开发技术,创建新型杀菌系统等示范应用平台及乳业全产业链低碳数字化协同管理平台。

“科技创新平台的构建对引领产业发展至关重要。从以前中国乳业跟着世界乳业走,到未来世界乳业看中国,始终离不开创新。期待乳业国创中心发挥科技创新枢纽作用,带领全国科学家、企业家,共同助力乳业高质量发展。”任发政表示。

成立一年多以来,乳业国创中心创造性提出“三循环”运营管理机制,即促进乳品行业共性技术大循环、关键技术孵化中循环、兼顾服务企业个性化发展小循环。乳业国创中心面向国家重大战略需求和产业问题,围绕产业链部署创新链,聚焦奶牛繁育与养殖、营养与健康、工艺技术与装备、乳品安全与品质等领

域,已实施134个项目,目前已经取得了一系列突破性创新成果,破解了一批长期困扰行业的共性技术问题。

乳业国创中心作为中国乳业科技枢纽,正在汇聚吸纳学术界、产业界多方力量。正如中国工程院院士、中国食品科学技术学会理事长孙宝国所说:“乳业国创中心在批复的第一年工作颇有成效,这是难能可贵的。希望乳业国创中心继续主办更多的学术会议,不断提升行业影响力。”

对此,国家乳业技术创新中心总经理何剑表示:“今年我们要继续推进乳业国创中心总部建设,打造集科学研究、学术交流、成果转化、实验办公等功能于一体的综合性科研场所,并举办乳业未来科技发展峰会暨首届乳业国创中心学术年会,提升乳业国创中心品牌效应和影响力。”

为提升乳品质量安全总体水平,推动乳品产业高质量发展,呼伦贝尔市市场监督管理局坚决贯彻落实内蒙古市场监督管理局相关部署,持续提升乳品质量安全监管效能,压实企业食品安全主体责任,助力奶业振兴。

呼伦贝尔市现有获得《食品生产许可证》乳制品生产企业17家,特色乳制品企业1家。其中,液体乳生产企业5家、乳粉生产企业13家、其他乳制品生产企业8家,共有6家乳制品生产企业通过HACCP管理体系认证。地方特色乳制品加工坊74家,其中16家加工坊通过自治区标准化试点评价验收。

目前,呼伦贝尔市乳制品生产企业质量安全总体水平不断提升,已到达“五个一百”:原辅料、关键环节与产品检验管控率达到100%,食品安全自查率达到100%,发现风险报告率达到100%,食品安全管理人员配备率100%,抽查考核通过率100%。

(农业农农村部)

内蒙古天然草原可食牧草产量突破3000万吨

10月31日,内蒙古草产业高峰论坛在呼和浩特市举办。内蒙古自治区农牧厅相关负责人介绍,目前,内蒙古青贮玉米、苜蓿、饲用燕麦、羊草等人工饲草种植面积近1800万亩,产量超过2000万吨,秸秆饲料化利用率达到63%,天然草原可食牧草产量突破3000万吨,饲草保障能力持续增强。与此同时,内蒙古培育了217个草品种,草种繁育基地达26.5万亩,达产面积17.6万亩。

(刘晓波 呼和牧仁)

一批次优启蓆®孕妇及乳母营养补充食品抽检不合格

11月1日,上海市市场监督管理局官方公众号发布2023年第39期省级食品安全抽检信息,其中,一批次特殊膳食食品“优启蓆®孕妇及乳母营养补充食品”被检出不合格。

公告显示,抽样自上海昊润家实业有限公司,标称宁波希诺亚海洋生物科技有限公司生产的优启蓆®孕妇及乳母营养补充食品(375g/盒,生产日期2023—03—24),抽检结果“胆碱”项目低于标准要求不合格。

(郭秀娟 张函)

内蒙古呼伦贝尔市市场监管局推动乳制品质量提升

为提升乳品质量安全总体水平,推动乳品产业高质量发展,呼伦贝尔市市场监督管理局坚决贯彻落实内蒙古市场监督管理局相关部署,持续提升乳品质量安全监管效能,压实企业食品安全主体责任,助力奶业振兴。

呼伦贝尔市现有获得《食品生产许可证》乳制品生产企业17家,特色乳制品企业1家。其中,液体乳生产企业5家、乳粉生产企业13家、其他乳制品生产企业8家,共有6家乳制品生产企业通过HACCP管理体系认证。地方特色乳制品加工坊74家,其中16家加工坊通过自治区标准化试点评价验收。

目前,呼伦贝尔市乳制品生产企业质量安全总体水平不断提升,已到达“五个一百”:原辅料、关键环节与产品检验管控率达到100%,食品安全自查率达到100%,发现风险报告率达到100%,食品安全管理人员配备率100%,抽查考核通过率100%。

(李奇)

奶酪棒内卷触及天花板——

奶酪股改卷烘焙和早餐市场

□栾立

随着儿童奶酪棒品类发展到天花板,国内奶酪企业开始谋划要从烘焙企业手中抢占市场。

妙可蓝多近日公布了三季度报,第三季度儿童奶酪棒市场环比有所改善,但业绩表现依然疲软。在近日举行的业绩说明会上,妙可蓝多管理层透露将在下月推出“快手奶酪”,切入早餐市场谋求增量。

今年前三季度,国内乳制品消费整体有所回暖,但被行业寄予厚望的奶酪业务仍未脱困。三季度显示,妙可蓝多前9月实现收入30.8亿元,同比减少19.7%,实现归母净利润3388万元,同比减少76.4%。第三季度妙可蓝多实现收入10.1亿元,同比减少18.3%,实现归母净利润531万元,同比减少54.4%。

从具体业务上看,妙可蓝多前

三季度奶酪业务实现收入24.2亿元,同比减少18.4%,其中第三季度奶酪收入7.7亿元,同比减少15.9%。虽然第三季度的业绩表现较上半年整体有所好转,但整体业务表现相较于前几年仍显疲软。

前几年在儿童奶酪棒风潮下,妙可蓝多一直保持着高速增长,2019年到2021年三年营收分别增长了42.3%、63.2%和57.3%。但在2022年以来,随着各大乳企纷纷进入奶酪棒等零食奶酪市场淘金,叠加大外部因素影响,导致2022年国内奶酪行业销售整体增速从30%下降至6.5%。

在日前举行的行业论坛上,奶酪从业者普遍认为,中国奶酪以奶酪棒为主要产品的1.0时代已经结束。由于中国消费者并没有日常消费奶酪的习惯,从日韩市场的先例看,国内奶酪行业发展依然要走扩大消费场景的路线,要从奶酪棒

业务中突围。

业绩会上,妙可蓝多总经理柴琬透露,妙可蓝多正在试图摆脱奶酪棒依赖症,计划在巩固儿童健康营养产品的基础上,进一步拓展“奶酪+”成人休闲零食品类,以及包括早餐在内的家庭餐桌应用场景,在产品上,则会在西点烘焙、冻品等餐饮领域加大投入。

记者了解到,妙可蓝多瞄准的正是烘焙和早餐市场。

妙可蓝多对记者表示,目前快手早餐系列奶酪产品已经进入上市日程,计划在11月中下旬上市。快手早餐产品预计会包括一系列短暂无需加热即可食用的含奶酪面包等西点产品。

独立乳业分析师宋亮告诉记者,在目前国内奶酪棒消费已经暂时触及天花板的情况下,妙可蓝多是在寻找新的业务增长点。

艾媒咨询报告显示,我国烘焙食品市场规模由2018年的

1956.1亿元增长至2022年的2853亿元,预计2025年将达到3518亿元,年均增长率约为7%。而这一规模明显要大于奶酪行业现有市场体量。

从烘焙企业的三季报看,相比于奶酪行业,烘焙业整体收入也较为平稳。桃李面包前三季度面包业务收入48.3亿元,与2022年同期几乎持平。元祖股份前三季度中西糕点收入约为13亿元,同比增长了1.5%。

另一方面,妙可蓝多也希望通过进入更高频的市场,来推动奶酪消费的增长。

中国奶业协会数据显示,2022年国内人均奶酪消费仅为0.2公斤,相比于日本人1.2公斤和英法的人均5.5公斤和13.9公斤的消费量,还有很大的发展空间。

从2022年开始,妙可蓝多在内蒙古的国内奶酪品牌在儿童奶酪棒业务外,大多也在增加早餐的芝士片、涂