

波兰乳制品出口瞄准中国“Z时代”消费群体

□杜涛

12月19日,波兰牛奶商会中国区代表托马什·萨耶维奇在“疫情后波兰乳制品在中国的机遇与挑战媒体会”上表示,尽管中国的牛奶和乳制品生产已逐步实现自给自足,但消费量的增长趋势仍在持续。因此,中国乳制品的消费需求可以通过进口渠道来满足。

中国海关数据显示,中国进口各类乳制品的数量正在呈现下降趋势。2023年前三季度,我国各类乳制品进口量为223.10万吨,较上年同期(253.64万吨)下降12.04%,

进口额为96.06亿美元,较上年同期(106.88亿美元)下降10.12%。

尽管如此,托马什·萨耶维奇认为,2019年至2023年期间,中国乳制品的消费需求总体保持稳定,从波兰进口的乳制品也呈现出上升趋势。他透露,中国部分进口乳制品来自波兰,包括炼乳和未炼乳及奶油、乳清、酪乳、酸奶、奶酪和黄油等产品。其中,2023年炼乳对中国的出口净重增长接近22%,乳清出口净重增长47.2%,奶酪出口净重增长89%。

托马什·萨耶维奇将目光投向了中国的“Z世代”消费群体,也就

是18—28岁的年轻消费群体。他指出,当前中国乳制品市场最重要的消费群体正是“Z世代”,这一群体被称为“互联网一代”,他们有着相似的生活方式和对食品价值观与众不同的期望。

“Z世代”非常关注产品质量、营养成分和环保(产品的有机来源、包装的可回收性)。托马什·萨耶维奇强调,这些都是波兰乳制品生产商在中国市场提供产品时必须认真考虑的重要因素。

在托马什·萨耶维奇看来,中国市场对波兰乳制品的需求仍然旺盛,尽管竞争激烈,但为波兰生产



■资料图片

商提供了许多机遇。他鼓励波兰乳制品企业积极进入中国市场,并

通过创新和定制化产品来满足中国消费者的需求。

宝酪斯(Brownes)瞄准亚洲“午餐盒”市场推出新款奶酪棒

□孔文雯

12月18日,记者获悉,近日中国境内最大的奶酪生产商妙可蓝多与澳大利亚历史最悠久的乳品公司宝酪斯(Brownes)达成协议,共同制造面向亚洲市场的奶酪棒,该产品将陆续在中国和新加坡上市,进而打入泰国、越南、韩国和欧洲市

场。这是上海首次出口本土奶酪制品。

据了解,这款奶酪棒专为儿童午餐设计,采用宝酪斯(Brownes)生产的澳大利亚切达奶酪,其包装上有澳大利亚动物形象,包括袋鼠、袋鼠、考拉和凤头鹦鹉,目前推出了原味、草莓和香草三种口味。

“消费者通过这些特征,就可

直观地认准澳大利亚乳品的质量。”宝酪斯(Brownes)首席执行官娜塔莉·萨里奇-戴顿(Natalie Sarich-Dayton)表示,与中国制造商紧密合作,将充分发挥澳大利亚生产高质量奶酪的专业知识,以及中国合作伙伴的制造能力,或挑战现有午餐盒市场。

据相关统计数据显示,目前亚

太地区接受义务教育年龄的儿童至少有5.6亿人。娜塔莉·萨里奇-戴顿表示,“这些家庭总是在寻找健康、方便的在校午餐零食产品。此次推出的新款奶酪棒,将给孩子们产生吸引力,也将是他们的父母明智的选择。”

宝酪斯(Brownes)成立于1886年,总部位于巴尔卡塔(Balcatta),

每年从西澳大利亚南部的50多个乳品农场收集约1.5亿升的牛奶,现拥有包括牛奶、奶油、酸奶、调味奶、果汁和甜点在内的多样化乳制品系列。妙可蓝多是一家专注于奶酪研发、生产与销售上市公司,产品包括即食营养奶酪、家庭餐桌奶酪和餐饮工业奶酪三大系列,每年的奶酪产能达到近6000万个。

山东口岸首次进口南非玉米

□刘兰星

近日,在青岛海关所属黄岛海关监管下,25吨进口自南非的饲料用玉米由黄岛口岸通关入境。这是山东口岸首次从南非进口玉米。

这批集装箱装玉米11月初从南非德班港出发,在青岛前湾集装箱码头卸船并办结全部海关检验检疫监管手续后,将通过公路运输发往位于青岛的饲料加工工厂,经过筛分、粉碎、配料混合、高温调质等一系列工艺加工后,制成饲料进入国内市场。

金砖国家是重要的新兴市场国家和农业大国,是保障世界粮食

安全的重要力量。玉米是南非当地重要的农作物,南非玉米产量和出口量均位居世界前列。

南非位于南半球,玉米种植集中于该国北部和东北部地区,每年4月至6月收获,与我国玉米收获时间形成互补。今年5月份,我国首次从南非进口玉米,开辟了南非玉米进口通道,为国内玉米稳定供给提供重要保障。

为确保进口玉米等粮食安全,青岛海关强化进境粮食检验检疫监管,依托进境粮食检验检疫管理系统开展数据审核、信息共享,实施粮食调运、入库、生产等全流程监管。“在保障进口粮食安全的基础

上,海关实施业务专家与粮食进口企业定向答疑帮扶制度,协助企业用好、用足海关‘两段准入’‘附条件提离’等便利措施,降低货物通关物流环节费用,提升进境粮食通关便利化水平。”黄岛海关检查二处查检一科科长温孚凯说。

据青岛海关统计,今年前11个月,山东省进口农产品1517.7亿元,增长7.4%。下一步,青岛海关将持续贯彻落实总体国家安全观,确保严密监管的基础上,为玉米、大豆等优质粮食作物进口提供通关便利,推动进口来源渠道多元化和品种多元化,巩固稳定国内生产消费需求。

开罗国际食品和包装展凸显非洲食品市场潜力

□黄培昭

第八届开罗国际食品和包装展日前在埃及开罗国际会展中心举行。作为埃及和非洲地区规模最大、最具影响力的食品展会之一,为期3天的展会共吸引来自32个国家和地区的900多家企业参展。

走进展会现场,新鲜果蔬、茶叶、乳制品等食品和农产品琳琅满目,种类多样的罐头、休闲食品、速

冻食品和绿色食品等也吸引了不少参观者驻足咨询。埃及贸易与工业部长艾哈迈德·萨米尔表示,开罗国际食品和包装展有助于促进非洲大陆食品贸易发展,连续第八年举办该展会,反映了埃及和国际公司对非洲市场的兴趣以及相关行业发展的广阔前景。

近年来,埃及和非洲地区食品行业快速增长。据统计,2022年,埃及的食品、农产品和包装业出口

额达87.61亿美元,占该国出口总额的16.81%。萨米尔表示,埃及制定了年出口总额达到1000亿美元的战略目标,其中食品及相关产业被寄予厚望,非洲是实现这一目标的“优先方向”。据联合国相关报告预测,随着民众收入增加、城市化推进、智能手机普及和对健康产品需求的增长,非洲大陆正经历消费者行为的变化,为食品、消费品和包装等行业发展提供了巨大机会。

展会组织方、埃及展览公司AGD负责人伊德里斯对记者表示,展会结合了展示、贸易洽谈、座谈会等多种创新形式,为包括中国在内的各国企业进入埃及和非洲食品与农产品市场搭建了平台。他说,埃及每年进口近10亿美元的乳制品。预计到2025年,整个非洲大陆的农业和农产品加工业产值将增长到2040亿美元。“这对外国企业来说充满机遇,欢迎更多中

国企业参展并投资。”

本届展会上,来自甘肃、广东、上海等地的多家中国企业参展。埃及中国企业家协会执行主席徐彦禾对记者表示,开罗国际食品和包装展是中国食品企业进军和开拓中东非洲市场的重要平台。越来越多中国企业参展,有助于推进中埃两国经贸关系深入发展,扩大中国产品在地区的影响力、竞争力,实现互利共赢。

2023年10月份美国乳制品出口同比下降近7%

美国乳制品出口委员会(USDEC)在最新数据显示,美国乳制品出口量连续9个月下降,10月份美国乳制品出口量同比下降了近7%。

根据USDEC的数据,10月份美国出口的乳制品中,乳清和奶酪

的发货量环比有所提升,乳糖的发货量出现两位数的飙升,但是奶粉、牛油脂和乳清综合体的其他部分出现了较大幅度的下降。

奶粉方面,10月份脱脂奶粉(NDM/SMP)出口总量为64511吨,

同比下降11%,这主要受美国奶粉的主要进口国墨西哥和东南亚诸国需求下降的影响。乳糖方面,作为10月份美国出口量增幅最大产品,同比增长20%,达到41496吨,这主要得益于我国的强劲需求。

乳清方面,在日本和我国的需求带动下,美国浓缩乳清蛋白(蛋白含量高于80%)出口量在10月份环比增长了7%,达到6229吨。然而,乳清粉和改性乳清出口量的下降使10月美国乳清的总体出口量下

降12%。值得一提的是,我国养猪业对乳清需求的减少将继续限制美国乳清的总体出口量。

奶酪方面,10月份美国奶酪的出口总量为35708吨,同比下降4%。(食品资讯中心)

乳制品健康化和功能化成为中外乳企竞逐的新方向

□栾立

随着中央经济工作会议日前在北京举行,会议上提出大力发展健康消费等新增长点。记者了解到,今年以来,随着传统乳制品消费增长逐渐碰到增长天花板,以及国内消费者对健康的日益关注,乳制品健康化和功能化也成为头部乳企竞逐的新方向。

记者注意到,在年末举行的多场行业论坛上,与会乳企和行业人士讨论最多的话题大多与产品多元化、健康化创新等有关。

从2022年下半年开始,国内乳制品消费市场就呈现弱复苏状态,乳企的营收增长也面临一系列挑战。

从国内乳企的三季报可以看到,国内主要乳企前三季度的收入增速都有不同程度的放缓,其中伊利前9月实现营业总收入974亿元,同比增长3.8%;光明乳业实现收入206.6亿元,同比减少3.4%;新

乳业前9月实现营收81.9亿元,同比增长9.6%;三元股份前9个月实现收入61.5亿元,同比减少2.4%。

尼尔森IQ最新数据显示,国内市场9月份乳制品全渠道销售额增速减少了6.5%,10月份虽然有中秋和国庆旺季,但乳制品消费单月全渠道销售额仅增长了1%。

在近期举行的行业论坛上,凯度消费者指数北方区总经理赵晖分析称,从今年的乳制品消费数据看,牛奶的户均消费量和均价都要比上年同期略低或下降。

不过根据凯度公布的2023年中国购物者报告显示,疫情对快速消费品行业消费趋势的影响仍然明显,目前健康类产品依然保持较好的增长,而消费者也更青睐各类健康、高性价比和独特性产品。

健康消费的增长在部分企业的业绩上也有体现,健合集团三季报显示,今年前9个月健合集团营收102.8亿元,同比增长11.9%,其中增长主要来自成人营养与护理

用品业务和宠物营养与护理用品业务,两者营收分别增长了35.9%和23.8%。

记者注意到,国内外乳企也都注意到了这一新趋势,而乳企本身在营养研发等方面有一定的积累,也具备转型的基础。

在素有创新消费风向标的第六届中国国际进口博览会(下称“进博会”)期间,雀巢、达能等头部国际乳企就展出了大量的功能化、健康化新品,展出数量也较往年有明显增长。

达能中国、北亚及大洋洲总裁谢伟博向记者表示,中国健康消费呈现出精细化、专业化的趋势,比如在传统的中老年营养领域,中老年消费者对健康关注度不断提升,提升免疫力、强健骨骼、维护肠道健康、延缓衰老也是目前40岁—60岁消费者普遍关注的需求,而年轻人在重视口味愉悦感的同时,也越来越追求健康。

国内乳企也在加速推动产品

创新向功能化、健康化转型。

今年以来,伊利推出了全球首款常温活性乳铁蛋白有机纯牛奶等功能性产品;蒙牛也推出了首款液体蛋白营养补剂迈胜运动蛋白饮,两家头部乳企都加快了在益生菌和中老年营养等细分营养领域的研发投入。11月底,伊利旗下的澳优乳企位于江苏淮安的益生菌新工厂正式投产,后者将负责功能性益生菌菌种研究、生产和应用等。早前,新乳业也宣布成立“分子力量”公司,将主要从事益生菌生物科技研发与应用。

北京三元食品股份有限公司总经理唐宏在行业论坛上透露,过往国内乳企竞争比较侧重在营销层面,未来则将会从产品的性价比、功能性、个性化等方面提升以满足市场需求。

中国乳制品工业协会副理事长兼常务副秘书长刘超也认为,在大健康背景下,多元化也是行业发展的必由路径,乳制品行业已由简

单的供给保障型向营养健康型转变,以乳为载体,开发新的营养品,未来国内乳业消费市场的发展方向依然是功能性乳制品的天下。

独立乳业分析师宋亮告诉记者,国内乳制品创新正在从品质化向专业化、功能化转型,但这对乳企而言是一场新的考验,未来竞争依托的不仅仅是供应链体系的打造,还要考验乳企创新能力和技术储备的厚度。

美赞臣中国企业事务部负责人焦燕也表示,美赞臣正在加快针对成年营养闭环科学研究,调研发现,新一代的消费者,特别是1965年到1975年出生的那一代,他们享受到中国经济快速发展的红利,对于营养品,特别是精准营养产品有明确的功能需求和一定的经济承受能力。但这些消费者也有较强的判断力,对产品有非常强烈的选择性,这也倒逼乳企要有实力和能力做好精准闭环营养研发,提供能够精准服务消费者的产品。

国际看点

美国FDA修改组织架构以解决奶粉问题

近日,美国食品和药物管理局(下称“FDA”)更新了其有关改善婴幼儿配方奶粉生产监控和处理配方奶粉安全投诉工作的策略,包括建立专门的调查员小组进行婴幼儿配方奶粉检查,招聘员工以建设新的关键食品(医学营养品和婴幼儿配方奶粉)办公室,支持州和地区流行病学家委员会将克罗诺杆菌提升为国家法定传染病等。

FDA的运营改进还将包括改进消费者投诉程序和升级处理举报人和机密消息来源投诉的程序。此外,监管事务办公室已将该机构检测克罗诺杆菌的能力扩展到全部ORA实验室,FDA还将增加食品安全中心、应用营养部及营养与食品标签办公室66%的工作人员,以改进婴幼儿配方奶粉审查。(小食代)

荷兰乳业巨头菲仕兰计划全球裁员1800人

荷兰乳业巨头皇家菲仕兰(FrieslandCampina)日前表示,计划未来两年在全球裁员1800人,以降低成本并提高盈利能力。该公司表示,此次裁员将节省至多2亿欧元成本,这是该公司从2026年起将年度成本降低4亿至5亿欧元计划的一部分。菲仕兰是全球最大的乳品公司之一,在全球100多个国家销售产品。该公司在30个国家拥有约2.2万员工,2022年的营业额为140亿欧元。(金融界)

美国希腊酸奶Chobani收购了一家咖啡公司

日前,美国希腊酸奶制造商Chobani表示,已以9亿美元(折合人民币约64亿元)收购了该国的即饮咖啡制造商La Colombe,以扩大公司的饮料业务。Chobani表示,它将通过新发行5.5亿美元定期贷款、库存现金以及和Keurig Dr Pepper换股来完成收购。Chobani的创始人兼CEO Hamdi Ulukaya说,在行业面临增长挑战之际,Chobani实现了双位数、以销量为主导的增长,并实现了可观的利润率扩张。他说,Chobani已经在咖啡伴侣和燕麦奶品类中占有一席之地,而La Colombe的全渠道业务及其即饮咖啡供应链将很好地对公司产品组合形成补充。(小食代)

德国10月份农产品生产者价格指数同比下降14.5%

德国联邦统计局近日公布的数据显示,2023年10月德国农产品生产者价格指数同比下降14.5%。德媒称,这是该指数自2014年12月以来出现的最大同比降幅,主要原因仍是由于2022年价格水平过高而产生的基数效应。

数据显示,其中植物产品价格同比下降17.5%,这主要归因于粮食价格下降。与去年同期相比,今年10月粮食价格下降了36.9%。

数据显示,10月蔬菜生产价格同比下降4.0%,其中黄瓜价格下降了28.2%。10月动物产品价格同比下降12.6%,主要归因于当月牛奶价格与去年同期相比下降了29.5%。

联邦统计局指出,自2023年4月以来,德国农产品生产者价格指数与去年同期相比一直在下降。9月同比降幅为11.5%,8月同比降幅为5.6%。(中国新闻网)



烘房烤箱加热器



消毒水箱加热器



牲畜饮水槽加热器

电加热器，保用一年

扬州市江都区花荡电器五金有限公司

销售部：巴彦萍临河区 朱学勤 13384782858
生产制造商：王中平 13952714001



硅胶加热板



热水工程大功率加热器