

扬大康源乳业因地制宜培育新质生产力



口文/图 本报记者 杜兆侠

我国乳业正处于转型升级的关键时期,区域乳企如何结合各自独特优势,因地制宜地发展新质生产力,为行业的可持续发展注入新活力,是区域乳企面临的重要命题。与会嘉宾们纷纷表示,因地制宜地发展新质生产力是推进乳业现代化、乳业高质量发展的重要引擎,区域乳企要以科技创新为抓手,培育“乳业新质生产力”赋能区域乳企高质量发展,为行业可持续发展注入新活力。

刘巧泉表示,扬大康源乳业与扬州大学相生相伴,起源于通海农学堂实验牧场。如今的扬大康源乳业,是产学研一体化的全产业链高新技术企业。长期以来的,扬大康源乳业依托扬州大学综合性大学的资源优势,立足科研创新,深化校企合作,把“优质安全、鲜活营养”的奶产品提供给广大消费者。2023年,扬大康源乳业与国家奶业科技创新联盟实施创新驱动战略,达成鲜奶技术创新研究战略合作框架,创建国家优质乳工程全产业链标准化示范基地,并签署了战略合作协议。今年,扬大康源乳业还将与国家奶业科技创新联盟共建优质乳工程研发中心,进一步提升扬大康源乳业的科技创新能力。

王加启表示,乳业是强壮一个民族不可或缺的行业,我国人均奶类消费量是41.3公斤,相比于印度的110公斤、日本的96公斤还有很大的差距。如果从营养的摄取角度来说,中国人的奶制品摄入不足,“一个人一天至少要喝300克牛奶,但现在我们平均下来只有100克,所以说乳业在中国依然是一个朝阳产业,虽然现在遇到了一些问题,经国家多次研究认为还是政策上及政策不配套的问题。”王加启表

示,“今天,国家奶业科技创新联盟与扬大康源乳业牵手,共同建设国家优质乳工程研发中心意义重大,面对培育新质生产力,面对国家‘十五五’规划的启动,奶业需组建国家奶业战略科技力量,希望扬大康源乳业乃至扬州大学的科研力量都能融入国家奶业战略科技力量当中,主动参与国家标准的制定,为国家奶业振兴做出更大的贡献。”

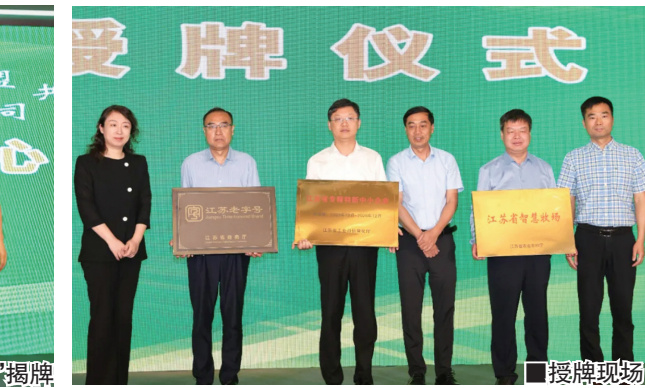
周振峰表示,受多重因素影响,虽然当前奶业发展可谓短期阶段性严峻挑战与长期产业自身困扰并存,但未来发展仍然有基础、有优势、有潜力,要坚定信心、鼓足勇气,立足当前,着眼长远,重在打造新质生产力,加快结构调整和转型升级,推动奶业高质量发展。

周振峰从三个方面阐述了如何推动奶业高质量发展。第一,当前奶业发展短期阶段性严峻挑战与长期产业自身困扰并存。但毋庸置疑当前奶业困惑是局部性的、是暂时性的。第二,未来奶业发展仍然有基础、有潜力、有优势。究其根本,一是经济发展总体趋向向好;二是产业基础稳固。全国奶类产量4300万吨左右、奶制品产量3100万吨左右,数量规模国际名列前茅,奶业大国地位名副其实;三是政策积极推动,国家高度重视奶业发展,中央及地方出台系列扶持政策,积极助力奶业全面振兴和高质量发展;四是空间充足,奶制品是最为理想、最为完乳的食品,2022版《中国居民膳食指南》建议居民每天摄入300—500毫升相当量的奶制品,而目前只有115毫升左右,差距明显;五是有团队及企业的智慧和拼搏。作为卓越团队代表,国家奶业科技创新联盟广泛联合各科研平台、推广机构和生产企业,以“国家优质乳工程”为制高点,以“巴氏鲜奶、



■“优质乳工程研发中心”揭牌

常温奶和奶粉”优质认证为突破口,提升了质量安全,重塑了消费信心。第三,立足当前,着眼未来,我们要创新打造新质生产力,塑造发展新动能,开辟发展新赛道,着力推进区域乳企高质量发展。一是强化科技创新。联合国家科研平台,有效推进产学研协同创新,重点围绕“高品质的奶牛、高蛋白的饲料饲草、高附加值的奶制品和关键性的仪器设备”开展联合攻关;二是培养高素质人才。培养具有国际视野、战略眼光的高层领头人,培养拥有统筹兼顾、指挥有方的中层管理者,培养能够熟练掌握新质生产资料的基层技术人才,全面提升企业人才素质;三是构建现代产业体系。以设施设备和工艺流程更新为抓手,以数字化和智能化赋能为驱动,高效创建现代化养殖体系、加工体系和流通体系,系统提升全产业链的综合竞争能力和发展韧性,有效保障量的合理增长和质的有效提升;四是引领融合新型消费。研发适合不同消费者口味和营养需求的奶制品,探索烘焙、炖煮等多途径添加奶制品,针对乳糖不耐人群开发无乳糖、低乳糖奶或酸奶、奶酪等发酵奶制品,针对肥胖、高血脂人群开发脱脂奶或低脂奶;五是可持续生态循环发



■授牌现场

展。推动绿色转型,推进种养一体化生态布局,配套充足土地,推进养殖废弃物资源化利用,推进包装材料循环利用,推进奶业降减排助力碳达峰/碳中和,强化奶品全生命周期绿色管理;六是做强双循环两轮驱动。深化国际合作参与,推动奶业国际化发展,提升跨国经营能力和国际竞争力,打造中国奶业国际品牌集群,加强国际奶业人才培养。

郑云表示,一年来,尽管乳业形势跌宕起伏,但是扬大康源乳业坚定不移抓产品质量、抓品牌打造、抓产品创新,各项经营指标稳中向好。2023年全年销售产值同比增长超20%,茉莉花、樱花酸奶等产品成为网红产品,到扬州旅游必然要打卡扬大牛奶已经成为广大游客的共识,企业也先后获得中国优质乳工程示范牧场,通过了国家高新技术企业复评,获批了江苏省智慧牧场、江苏省专精特新企业,荣获江苏老字号、江苏省农业品牌30强、长三角名优食品等荣誉。

当下,我国乳业正处于转型升级的关键时期,奶业竞争日益激烈,对于区域乳企来说更是面临着生存和发展的压力,如何结合区域特色,提升自身核

心竞争力,这已经成为区域型乳企的一个重要命题。国家奶业科技创新联盟与康源乳业共建的“优质乳工程研发中心”正式揭牌,扬大康源乳业将在国家奶业科技创新联盟的主导下,依托江苏省奶牛产业技术体系、江苏省农科院、扬州大学等科研院所的科研优势和人才资源,共同打造“产学研用”联合体,以加工厂二期建设为契机,通过不断加大研发投入,优化生产流程,加强人才培养等措施,促进技术创新与产业融合,积极在专利申报、菌种研发、产品创新、工艺优化等方面加速迭代升级,持续推动全产业链的数智融合和绿色发展,切实提高本土乳制品的核心竞争力。

会上,中国奶业协会副秘书长周振峰,扬州大学党委常委、副校长刘巧泉上台为“优质乳工程研发中心”揭牌。2023年5月,扬大康源乳业与国家奶业科技创新联盟为进一步实施创新驱动战略,创建国家优质乳工程全产业链标准化示范基地,达成鲜奶技术创新研究战略合作框架,结成战略合作伙伴关系。扬大康源乳业将与国家奶业科技创新联盟共建“优质乳工程研发中心”,将在国家奶业科技创新联盟的主导下,共同打造“产学研用”联合体,大力促进江苏地区乳业产业链上下游的深度融合,提高本土乳制品核心竞争力,通过科技创新推动奶业高质量发展。

随后,扬州市工业和信息化局副局长张云翔、扬州市农业农村局总畜牧兽医师成强、扬州市商务局副局长赵欣仪为扬大康源乳业进行授牌,扬大康源乳业获批“江苏老字号”“江苏智慧牧场”“江苏省专精特新中小企业”。

据了解,扬大康源乳业与扬州大学科技处、食品科学与工程学院于1998年联合成立了扬州大学乳品研究所,依托高校科研优势,在益生菌酸奶研

发方面成绩显著。5月20日是中国学生营养日,“健康中国 营养先行”,扬大康源乳业酸奶文化节通过开展“好地方 好酸奶 让爱持续发酵”酸奶文化主题广场宣传活动,“大爱传承 青心助力——走进扬州培智学校”公益活动,扬大“牛小鲜”亲子嘉年华等系列丰富多彩的活动,来提高市民的参与度,普及科学饮奶知识,培养健康的乳制品消费习惯。

会上还举办了玫瑰花风味发酵乳新品发布,扬大康源乳业运营总监姜庆林对新品进行了介绍,扬大康源乳业生产的茉莉花酸奶以独特的茉莉花风味,成为网红产品;2023年樱花盛开季,扬大康源乳业又推出了樱花酸奶,两款花系列产品已成为外地游客来扬州必打卡的伴手礼产品。如今,扬大康源乳业花系列酸奶又增加了新成员——玫瑰花风味发酵乳。

大会同期还举办了新质生产力赋能区域乳企高质量发展论坛,国家奶业科技创新联盟秘书长张养东作了题为《优质乳工程研究进展与实践》的报告,扬州大学教授、博士生导师顾瑞霞分享了题为《发酵乳的“初心”》的报告,伏蜜匠智品牌战略咨询机构创始人/CEO 袁俊作了题为《价值竞争序曲和启章——区域乳品品牌的决断、选择与博弈》的报告。

未来,扬大康源乳业将在国家奶业科技创新联盟的主导下,依托江苏省奶牛产业技术体系、江苏省农科院、扬州大学等科研院所的科研优势和人才资源,共同打造“产学研用”联合体,以加工厂二期建设为契机,通过不断加大研发投入、优化生产流程、加强人才培养等措施,促进技术创新与产业融合,持续推动奶业全产业链的数智融合和绿色发展,切实提高本土奶制品的核心竞争力。用实际行动践行社会责任,努力推动奶业高质量发展。



■充满活力的扬大康源乳业团队



■论坛现场



■精彩不容错过

奶酪市场多元化个性化发展趋势明显

近年来,在奶粉销量下滑、液奶遭遇增长瓶颈的市场环境下,奶酪成为乳业的重要增长点。业内人士认为,在奶酪赛道上,奶酪棒目前依然占据主导地位,未来奶酪产业的高质量发展,还需构建更加丰富的产品矩阵,挖掘市场新增量,从而进一步打开新的市场空间。

奶酪成为乳业发展新引擎

随着消费升级步伐加快、国民健康需求进一步提升,具备高营养价值、丰富产品形态的奶酪产品逐渐受到消费者的青睐。近年来,我国奶酪市场快速增长,奶酪正在成为乳制品行业新的增长点。《奶酪创新发展助力奶业竞争力提升三年行动方案》提出,到2025年,全国奶酪产量达到50万吨,全国奶酪零售市场规模突破300亿元。

相关数据显示,2017—2021年,中国奶酪行业零售市场规模从51.54亿元增至131.20亿元,年均增速达25.6%。2022年,中国奶酪行业零售市场规模为142.94亿元,同比增长约9%。经历了此前的黄金发展期,奶酪已成为乳制品行

业的新增长引擎。

行业政策层面,《食品安全国家标准 再制干酪和干酪制品》(GB25192—2022)已于2022年底开始实施。新国标规定,“再制干酪”的干酪比例要求从大于15%调整为大于50%。业内人士指出,干酪含量的提升对相关企业提出了更高的要求,有望进一步提升再制干酪的产品品质。

近年来,越来越多的龙头企业切入奶酪赛道,妙可蓝多等国产品牌更是依托奶酪棒业务实现了快速增长。

蒙牛相关负责人表示,奶酪业务规模已超过奶粉,成为蒙牛收入的重要增长点。“一些产品品质差的品牌会逐步被洗出市场,真正注重品质、供应链打造和长远增长的策略品牌将有更坚实的增长基础。”

“奶酪这一高品质的乳制品还具有巨大的市场增长空间,中国奶酪产业大有可为。”妙可蓝多创始人、CEO 柴琇说。

业内人士表示,奶酪是奶业发展到成熟阶段的标志性产品,发展奶酪有利

于原奶的综合利用及乳制品产销结构调整,有助于带动乳制品消费升级。

多管齐下挖掘市场新增量

近年来,国内奶酪行业的高速增长主要依托奶酪棒这个单品的贡献。随着市场步入调整期,如何挖掘新增量、进一步打开市场空间成为竞争关键点。中研产业研究院《2024—2028年中国奶酪行业深度分析与投资前景预测报告》显示,近几年,我国奶酪行业的市场规模呈现增长趋势的原因是多方面的,包括产业链的优化、政策的支持、消费者需求的变化以及市场营销的推动。这些因素相互作用,共同推动了我国奶酪产业的健康发展。

奶酪市场的多元化、个性化发展趋势明显,为市场提供了更广阔的发展空间。

在我国奶酪市场,消费者对于奶酪产品的需求正在从单一的奶酪棒向更多元化的方向转变。除了传统的西餐奶酪,各种加工奶酪、奶酪饮品、零食等也受到越来越多年轻消费者的喜爱。

妙可蓝多相关负责人表示,家庭餐桌消费方面,公司正进一步丰富奶酪片的品种;餐饮工业方面,已与萨利亚、鲍师傅、乐乐茶、外婆家等企业形成良好合作,之后将持续推动由产品销售商向专业乳品服务商的转型升级。酪神世家创始人郭本恒强调,奶酪行业的发展最重要的是品类创新,虽然奶酪被誉为“奶黄金”,但一般来说东方人对奶酪口味接受度不足,所以品类创新一定要满足消费者的口味。奶酪博士也推出了自主研发的小方奶酪,打破了国外设备垄断和供应链依赖的局面,为全年龄段人群提供了营养补钙的新选择。

业内人士表示,奶酪棒仅仅是奶酪行业发展的开端,产品形式的不断创新和销售渠道的持续开拓,也将为行业发展带来新动力。

零售渠道的拓展和电子商务的崛起,也对奶酪销售产生了积极影响,消费者可以更加便捷地购买到各种品类的奶酪产品,而且电商平台的推广和优惠活动也激发了消费者的购买欲望。近日,妙可蓝多与京东签约2024年度战略合



■资料图片

作,双方将扩大奶酪产品在线上的渗透率,进一步优化用户体验,通过线上线下营销的全面合作以及服务体验的全方位升级,实现消费者的全链路升级。

分众传媒创始人江南春表示,国内消费升级的大方向没有变,奶酪市场发展需要开发新人群,开创新场景,引领奶酪产业发展。

业内人士建议,各大乳制品企业要

加大产品创新、丰富产品组合,将奶酪产品的消费场景向餐桌转换,从而增强奶酪的必选属性。

“在中国的消费市场,奶酪这个品类依然有前景。但大家对于奶酪的需求也好,消费习惯、消费频次也好,都有一个缓慢渐进的过程,需要通过产品创新来推动。”独立乳业分析师宋亮坦言。

(据《中国食品报》)