

打造乳业新质生产力 推动行业高质量发展

——中国乳制品工业协会第三十次年会暨2024年中国(国际)乳业技术博览会在湖南长沙召开



(上接01版)



品质坚守与创新并行

面对充满变化的乳业市场环境,是创新给了中国乳业迎难而上的力量。中国乳制品工业协会理事长吴秋林在大会开幕致辞中表示,从去年至今,我国乳业面临着原料乳过剩、消费预期转弱、内需不足、生产成本增加,外部环境的复杂性、严峻性和不确定性上升等问题,造成行业发展速度减缓。“即使在这

种形势下,我国乳业2023年依然实现了正增长。随着消费者健康意识的提升和消费升级的推动,我们坚信中国的乳制品市场需求增长的形势不会改变,但是我们也要清醒地认识到当前乳制品行业仍然面临着诸多挑战和机遇,市场竞争日益激烈,消费者对产品质量安全的要求越来越高,行业监管也越来越

严格,在这样的背景下如何加快新质生产力的发展、提高行业的整体竞争力,成为我们亟待解决的问题。如何发展乳业新质生产力,如何以创新引领行业,摆脱传统的增长方式,让既传统又现代的乳制品产业成为具有高科技、高效能、高质量特征先进生产力的现代化产业,这不仅关乎企业的竞争力,更关

乎整个行业的可持续发展。” 激活消费市场“一池春水”,乳业高质量发展才有“源头活水”。国家卫生与健康委员会食品司标准处处长齐小宁表示,当前,随着人民群众营养健康需求和膳食结构的变化,消费者对乳制品的需求、产品安全和营养品质有着更高要求,这就需要从健康优先角度瞄准国民营养需求和

消费行为的变化趋势,加强产品的创新和技术研发,生产出更加符合国民营养健康需求的食品,推动食品产业提质增效和转型升级,推动形成食品产业的新质生产力和新的经济增长点,推动食品的生产、消费、营养、健康协调发展。 创新引领发展,在国际乳品联合会(IDF)主席Piercristiano Brazzale看来,中

国乳业正在通过创新和技术快速发展,中国乳制品产业的转型令人惊艳,根据IDF发布的《2023版世界乳业形势报告》来看,尽管中国在2022年受到了疫情影响,但是2022年年底,中国原料奶产量仍然实现了6.8%的增长,这种增长很大程度上是源自中国企业对创新和技术的“热情”。

创新是乳业发展的引擎

对乳品企业而言,面对多变的市场环境,应需而变并不容易。但在压力之下,企业积极创新,努力找到自己新的发展空间。

中国工程院院士、中国农业大学教授任发政表示,面对乳品处于产业转型升级的关键期,要将乳向乳成分的精细化加工与利用发展,这是产业发展的新方式、新赛道。“新质生产力赋能乳业高质量发展,所有的企业都要考虑在新场景、新产品、新模式上上下功夫。同时,要考虑在消费人群特定的场景、特定的营销渠道去开发功能健康的产品。”

国家奶牛产业技术体系首席专家、中国农业大学教授李胜利在乳业经济发展论坛上就当前中国乳业面临的挑战和应对措施做了细致阐述。李胜利表示,2024年上半年国内市场面

临巨大的奶源过剩压力,部分300—600头养殖场将面临退出的压力,目前需要靠奶牛养殖业自身放慢速度,调节供过于求的局面。“中国奶业是朝阳行业,政府高度关注,遇到的问题也是在发展中的曲折,需要结合长短期政策和技术措施解决当前和深层次问题。”

国际乳品联合会中国国家委员会名誉主席宋昆冈表示,近年来,我国乳制品市场呈现出结构性过剩与短缺现象,即液体乳市场饱和,而干酪、奶油、原料乳粉、乳清制品却基本依赖进口,导致行业发展速度放缓。宋昆冈建议,要大力发展“新质生产力”,优化产品结构,优先考虑成人配方、功能配方的奶粉;功能强化调制乳;功能更加明显的益生菌发酵乳、活菌常温发酵乳,以及发展乳清、原制干酪等产品,替代进口。

此外,宋昆冈也强调,乳制品生产企业要与奶畜养殖企业做好沟通协调,原料奶的增长应与乳制品消费市场的扩大相协调、相匹配,提升奶畜养殖的计划性。奶畜养殖的经营理念不片面追求高产,而是饲养成本与经济效益相协调,发展适度规模的家庭牧场,就地解决饲草饲料,降低成本,提高经济效益。

面对当前乳业发展大环境,提升消费成为推动乳业经济发展的持久动力,而高水平且稳定的消费需求,需要市场主体创造更为丰富的消费供给。在内蒙古伊利实业集团股份有限公司执行总裁刘春喜看来,乳业面临的环境复杂多变,如产业竞争力不强、养殖加工发展不平衡、出口增速放缓、贸易壁垒增多等问题。在此背景下,以新质生产力为牵引,开辟发展新领域新赛道,推动

现代化产业体系提质增效,成为塑造发展新动能新优势的大势所趋。“多年来,伊利将创新作为驱动企业发展的重要战略,依托全球领先的创新体系,围绕产业链布局创新链,形成了‘从一棵草到一杯奶,再到一杯奶酪’的创新链路,并将科技创新与产业创新深度融合,让更多创新链的‘好技术’变成产业链的‘新应用’,实现技术创新与产业提质的同频共振。”

内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司执行总裁李鹏程表示,打造乳业新质生产力,要在研发创新、数智转型、绿色发展、开放共享四个维度上持续发力、久久为功。“我们要打造更营养的乳业。为消费者研发更营养的产品,提供更健康的支持。满足消费者需求,突破行业困境,创新才是真正的破局之法;我们要打造更智慧的乳业。数智化转

型是乳业实现效能飞跃、商业模式变革的必由之路;我们也要打造更可持续的乳业。新质生产力本身就是绿色生产力,中国乳业要做‘绿水青山就是金山银山’的践行者,要坚定不移地走生态优先、绿色发展之路;我们还要打造开放共享的乳业。在当前的环境下,尤其需要各位同仁团结合作、抱团取暖、共渡难关。”

凭借科技“硬实力”,新的市场发展格局正在构建。澳优乳业股份有限公司执行董事、行政总裁任志坚表示,澳优一直在积极探索“差异化竞争”和“高质量发展”之路。依托在全球研发、生产和供应链端的战略布局优势,澳优在产品研发、生产工艺及品质控制等方面正持续精进,以更好地满足消费者日益增长的营养健康需求。

在美国乳品出口协会全球原料营销资深副总裁尼薇琪看来,尽管2023年对中国乳业而言非常困难,但是中国乳业凭借强大的韧劲,不断寻找着应对挑战的方法。“无论是市场环境,还是消费者对乳品价值的认知,都发生了积极的变化,这些因素也在推动中国乳业市场的发展。”

当前,全球乳制品消费增速放缓,“许多国家的通货膨胀、经济增长疲软,在某种程度上限制了乳制品的购买,或促使消费者购买更加便宜的产品。”法国国家乳制品行业协会经济事务总监周然表示,“2024年,由于支付给奶农的价格比较低,出口国家和地区生鲜乳的生产可能在一年中大部分时间受到一定的制约,因此国际市场上乳制品的价格将在很大程度上取决于消费市场对于乳制品的需求。”

向“新”促升级:乳品“质感”凸显

扬优势、补短板、谋未来。在博览会现场,一个个企业展位,一台台新式设备,让参会者感受到一股股向“新”提“质”的气象。国际乳品联合会中国国家委员会名誉主席宋昆冈表示,本次大会亮点颇多,来自国内外30多家主流品牌参展,带来最新产品,展示最新的科技创新成果,满足市场和广大消费者。此外,本次展会羊乳、水牛乳、牦牛乳、骆驼乳四大类特种乳悉数参展,丰富了乳制品品类。据宋昆冈介绍,展会期间,首次举办了乳制品全渠道采购对接会,不仅方便生产企业与经销商的商贸洽谈,更有利于乳制品市场的繁荣发展。

发挥自身制造业优势,牢牢抓住科技创新“牛鼻子”,培育新兴产业和未来

产业,今年的乳业市场正在向“新”高效配置。中国乳制品工业协会常务副理事长兼秘书长、国际乳品联合会中国国家委员会主席刘美菊在大会开幕致辞中表示,本次展会参展企业涵盖的行业领域相比之前更加广泛。“‘新’是本次展会的关键词,今年展会上,有应用在菌种筛选的创新实践新技术,还有千亿活性双歧杆菌酸奶方案,国内领先的每小时24000包无菌砖灌装机等新技术,新设备。此外,今年传统展的产业链在扩大,首次有给生产包装材料的公司做配套的企业参展,同时,今年展会会有很多新面孔,有59家是今年的新参展企业。”

国际乳品联合会(IDF)主席Piercristiano Brazzale表示,中国乳品产业

在科学技术的投入使得创新比其他任何领域都走得更快更远,让人感到惊叹。

坚持以技术创新为驱动,以产品升级为抓手,为消费者提供更加健康、优质的乳制品,是国内乳品企业不断推动产品迈向“新台阶”的主方向。在伊利集团展台前,各式各样的奶粉产品吸引了参会者的目光。伊利集团成人营养品事业部技术研发部负责人陈青山表示,从2020年开始,伊利就开始开发药食同源数据库,目前,伊利拥有国内唯一一个药食同源数据库。未来,伊利还将持续以消费者需求为中心,为消费者提供更天然、有效、全面的健康解决方案。

在健康观念深入人心的今天,贴近

消费诉求的产品也成为市场关注的重点领域。在蒙牛乳业展区,蒙牛乳业景区管理与讲解接待高级专员赵欢正在为消费者介绍“每日鲜语”推出双蛋白牛乳新品。据悉,该产品巧妙地将乳蛋白与植物蛋白融合,甄选来自GAP一级认证牧场、优于欧盟标准的生牛乳,与健康消费新宠、产地美国加州的阳光巴旦木强强组合,为消费者提供更科学、更均衡、更丰富的双源蛋白新体验。

近年来,飞鹤从专注于婴幼儿奶粉的研发和生产,逐渐覆盖到全人群以及全生命周期的产品研发。本次展会,爱本系列成人奶粉以及茁然品牌的嚼奶粉乳酪作为飞鹤乳业的主推产品,为消费者带来更多选择。飞鹤乳业湘北省区经理李东朋表示,飞鹤将带来更多优

质的产品和服务,为消费者带来更健康、更快乐的消费体验。

当前,特种乳越来越受消费者的青睐,特种乳制品已经成为国内乳业的一股新势力。在皇氏乳业展区,品类丰富的水牛奶产品让人眼前一亮,其中,“一只水牛”的水牛鲜牛奶颇受参会人员关注,纷纷驻足品尝。皇氏乳业集团副总裁谢秉钢告诉记者,“一只水牛”旗下的常温水牛奶以及巴氏水牛奶是目前市场上很受欢迎的水牛奶产品,水牛奶的脂肪、蛋白质以及乳糖含量、微生物含量都很高,口感清爽,是非常适合消费者日常饮用的乳制品。

天海乳业市场部总监王洪刚告诉记者,本次展会除了阿尔泰系列酸奶之外,主推的喀拉峻有机纯牛奶以及新疆

雪山有机纯牛奶等新品也受到了消费者的欢迎和好评。

近年来,乳品企业通过全面提速产品与技术创新步伐,积极开拓健康食品业务新领域。在展会现场,雀巢携婴儿营养、惠氏营养品、健康科学等业务单元的多款亮点产品亮相,涵盖了婴幼儿配方食品、控糖、睡眠、N3牛奶等多个领域。

在澳优乳业展区,多款新品首展首秀,“新质造”亮点纷呈。据悉,本次展会,澳优乳业带来了旗下佳贝艾特、海普诺凯1897、能立多、锦旗生物等品牌的产品,其中,佳贝艾特晶冠、晶萃、悦启系列,是本月月初正式发布的产品,是澳优旗下产品“新质造”的典型代表。

提“质”谋未来:生产链条注入“动能”

在发展新质生产力的浪潮中,传统制造业企业不甘落后,它们锐意创新、提档升级,用新理念、新技术,持续推动产业焕新、跃升、蝶变,走出一条属于自己的产业升级之路。

杭州中亚机械股份有限公司总经理史正告诉记者,中亚机械一直专注于无菌灌装技术的研发,到目前为止,已经形成直线式无菌瓶装、旋转式无菌瓶装、预制杯无菌、联杯无菌、自立袋无菌和软袋无菌等共计六大类无菌灌装设备,最高产能达到60000个小时。“这些系列设备完全打破国际品牌对该类设备在国内市场的垄断,标志着中国无菌灌装技术发展进入一个全新的阶段。”

当前,面对日新月异的市场变化,乳品全链条企业正在持续推出了更多具有核心竞争力的产品。IFF Nourish大中华区总经理刘卫斌表示,IFF一直深耕中国市场,持续地通过基于天然原

配料、菌种、酶制剂、口感调节技术等融合式生物技术创新,坚持为中国市场提供科学的、健康的、安全的乳制品配料解决方案。

如何满足消费者的需求,激发乳品消费潜力,挖掘新消费场景?在IFF Nourish事业部亚太区乳品品类市场负责人火爱华看来,乳制品消费结构不断发生转变,消费者的多样需求为乳制品市场和企业带来了新挑战,同时也带来了新的机遇。IFF也将围绕着“专业”“健康”“新颖”“纵享”四个关键词为消费市场带来深厚的技术积累和强大的综合解决方案。IFF Nourish资深乳品应用专家贾新庄告诉记者,IFF特别关注研发创新,“我们开发的一次配料常温酸奶解决方案,采用和普通酸奶相似的成产工艺,只需进行简单的杀菌就可以达到常温3—6个月的保质期,极大地简化了生产工艺,提高了产品的生产效率。此外,我们也注意到了餐饮市场

快速发展对乳品原料的需求,开发了一系列的厚乳产品,发酵奶油奶酪产品,专门为餐饮行业打造的餐饮酸奶,为乳品的新渠道拓展助力。”

在扩量提质上下功夫,在转型优化上花气力,这是传统优势产业“向高攀登”之路。山东碧海包装材料有限公司董事长厉善红表示,中国乳业朝着向上向好的方向发展,全链条在高新技术、绿色低碳,可持续发展方面成果斐然,这也进一步促进了碧海公司不断向着高质量方向发展。碧海机械市场部经理王晓强向记者介绍了本次展览会碧海带来的新型无菌纸盒灌装机——碧海峰无菌纸盒灌装机。“之所以叫碧海峰,是因为这种灌装机生产的包装顶部是斜面的,远远望去像高峰的山峰,这种顶部是斜面的包装形式,实现了小包装也可以加大盖,包装侧身的流线,使饮用者握持自如,加盖设计还可在途饮用,随时畅饮,机械灌装速度达到9000

包/小时。”

传统不传统,不看产业,而是看技术和创新。随着大健康产业的不断发展,设备生产企业也紧跟市场步伐,拓展新品。东富龙科技食品工程事业部总经理虞丰结为记者介绍了一款实验型冻干机,“当前大健康食品和休闲乳制品市场快速发展,消费者从饮奶逐步变得爱‘吃奶’,这款设备可以生产冻干乳制品,如冻干奶酪块,婴幼儿冻干酸奶溶豆等产品,也适用于各种生物制品、添加剂、益生菌、食品类、保健品、速溶固体饮料、中药汤剂等产品冻干。”

北京中轻机乳品设备公司(以下简称中轻机)总经理恽海明则从另一个角度呼应了虞丰结的说法。他表示,近年来,国内消费者对于黄油、奶酪的消费量大幅提升,中轻机针对这样的消费趋势研发了黄油连续制造机以及奶酪生产设备。“只要原料不断,黄油连续制造机就可以不间断地生产产品,既增加了

产能,也降低了机器维护清洁的成本。”

作为一家从事海洋微藻的发酵、研发、生产和销售的高新技术企业厦门汇盛生物有限公司(以下简称汇盛生物)也在持续带来“科技狠活”。汇盛生物市场总监苏世仙告诉记者,健康是乳品市场永久不变的“课题”,汇盛生物始终坚持“用科技传递健康”的使命,以生物科技赋能新质生产力,未来,将进一步利用“适应性驯化技术”筛选高产其他类型Omega-3脂肪酸的菌种,提高牛奶中原生Omega-3含量并拓宽其在乳制品中的应用范围,为乳制品原生系列产品研发提供新思路和新方向。

在当前的市场经济环境下,只有不断投入研发,才能保持企业的竞争优势,实现可持续发展,为企业赢得更广阔的市场空间。济南泉华包装市场部总监李念鹏表示,除了在乳品和果汁饮料外包装的环保、安全生产之外,公司也做了食品类产品的包装创新,“针对

调味品,包括酒精类、食用油类这种具有高渗透性的食品,我们研发了高阻隔材料的屋顶纸盒包装,和玻璃瓶比起来,这种包装可以极大地减轻产品,并且低碳环保。”

当前,乳品全链条企业都在加速构建现代制造业体系,培育壮大新质生产力,推动乳品制造业高质量发展。在利乐公司大中华区总裁朱屹东看来,国家大力发展新质生产力,推动产业向数字化、智能化、绿色化转型,我国乳制品行业正在迎来新的挑战和机遇,也被注入了更强劲的动力,出现了更多合作、创新、共赢的机会。

一瓶瓶新鲜的乳品,一罐罐营养的奶粉,一条条智能的生产线……科技创新正在对乳品市场快速发展形成巨大推动力。相信在新质生产力不断蓄积的未来,中国乳业能够不断爆发出新的活力与生机,彰显出中国乳业经济的强大韧性。