

从“破题”到“出圈” 以“中国模式”助力“乳业强国”

□白莲

今年2月,国家乳业技术创新中心传来捷报:一头名为“大青山”的种公牛正式投产,该种公牛是国内“在美注册”排名第一的种公牛。培育“中国奶牛”,是国家乳业技术创新中心技术咨询委员会委员李喜和及其团队现阶段“核心命题”。“‘大青山’作为牧场奶牛群体遗传的父本,可以有效改良牛群的各项性状,促使奶牛群体的遗传进展和生产性能稳步提升,目前其批量性控冻精产品已进入市场。”李喜和教授介绍说。

破解关键领域的核心技术难题、研发前沿引领技术,是乳业高质量发展的重中之重。作为全国唯一的国家级乳业技术创新中心,国家乳业技术创新中心聚焦国家战略需求和产业发展,以建设具有全球影响力的乳业科技创新中枢为目标,立足“中国牛、中国养殖模式、中国原料、中国装备和中国品质”五大战略目标,围绕“从一棵草到一杯奶、再到一块奶酪”全产业链进行创新链布局。目前已布局27个研究领

域,78个研究方向、入库600个研究项目,取得了一系列重大突破性成果。

5项全球首创技术、3项全球领先技术、2项中国首创技术,国家乳业技术创新中心发布的10项领先科技成果,向世界展示了乳业高质量发展的中国方案、中国力量。不仅创造了多项“世界之最”,国家乳业技术创新中心还荟萃了我国乳业顶尖科创资源。

国家乳业技术创新中心2019年申请创建,2022年1月获得科技部批复,汇聚了任发政、孙宝国、陈君石等10多名院士,106家成员单位,整合了中国科学院、中国农科院等知名科研机构和高校优势资源,集聚了伊利集团、三元食品、君乐宝乳业等知名企业,打造了一支集聚5000余科研人才的全产业链创新队伍,为攻克乳业“卡脖子”技术瓶颈问题提供攻坚力量和支撑体系。

国家乳业技术创新中心总经理何剑说,中心在呼和浩特伊利现代智慧健康谷中心总部布局了标准化服务平台、知识产权服务平台和孵化平台3个服务平台,并在呼和浩特、北京、上海、哈尔滨部署建设了

奶牛繁育与养殖、营养与健康、工艺技术与装备、安全与品质4个研发中心。目前,已累计实施项目145项,申请专利113件,发表论文145篇,发布标准17项,出版专著3部。

4月2日,由中心牵头承担的国家重点研发计划“功能型乳制品创制与产业化示范”项目在北京启动,此举标志着内蒙古在特色乳业这一科技“突围”工程点位上的重点任务启动实施。

项目充分发挥国家乳业技术创新中心的战略科技平台作用,以部区联动实施为牵引,联合中国农业大学、南昌大学、伊利集团、三元等国内乳制品领域顶尖高校、科研院所和龙头企业,“破圈”建立国家战略科技力量联动机制,研发自主知识产权的功能型乳制品,为乳业发展抢占产业新赛道、打造世界级乳制品先进制造产业集群提供有力支撑。

“国家乳业技术创新中心是我区重点培育建设的国家级高能创新平台。2023年起,我们每年安排1亿元专项资金支持中心设立关键技术攻关项目、开放性课题、青年科技基金项目等,重点在奶牛繁育与养



■资料图片 本报记者杨丽霞摄

殖、营养与健康等方向开展攻关。”内蒙古自治区科技厅创新平台建设处负责人表示。

聚焦行业共性问题,中心在推进科技创新和科技成果转化上发力,充分发挥优势,牵头实施协同创新项目。在乳品工艺方面,建立了益生菌菌株研究及高效筛选平台,筛选速率提升30倍,开启“中国菌株”资源快速筛选及应用新篇章;在

营养方面,创新易吸收乳化包埋稳态钙技术,可以很好地提升钙的吸收,让消费者补钙更高效……目前,已攻克一批产业关键共性技术难题,为行业企业提供了全方位、多元化的技术创新服务和系统化解决方案。今年,内蒙古自治区将持续加大支持力度,指导国家乳业技术创新中心聚焦核心目标,集中资源力量建强用好该科创平台。

原奶去库存压力倒逼,乳企博弈商超自有品牌渠道

□栾立

乳企为何愿意为商超、会员店代工?

商超、会员店等自有品牌乳制品正在抢走传统乳企的风头。

由于国内乳制品消费恢复不及预期,面对上游原奶的消化压力,头部乳企纷纷加入到为商超自有品牌代工的行列中。业内看来,超市、会员店等自有品牌乳制品售价整体偏低,还有可能存在与乳企原有品牌左右互搏的风险,但从去库存的角度,乳企不得不放低身段参与其中。

近期记者注意到,奥乐齐、盒马、山姆会员店等都加大了在自有品牌乳制品产品的布局力度,而代工方也发生了改变。此前由于代工商超自有品牌业务利润微薄,且对自身品牌帮助较小,过往这一工作大多是中小乳企的专利,但目前代

工方则变成了行业内的头部乳企。

比如奥乐齐超市的自有品牌常温奶,是由新希望乳业旗下的安徽新希望白帝乳业生产;盒马自有品牌鲜奶则主要来自于新希望乳企的琴牌,有机鲜奶则来自于农垦系统的华山牧乳业。

记者注意到,这些商超、会员店的自有品牌乳制品价格整体要低于乳企的同类产品,比如某款2L装上商超自有品牌鲜奶售价为17.9元/瓶,换算到常规950毫升包装产品的价格为8.5元/瓶,乳企正常产品同规格售价多在10元/瓶左右。某会员店的自有品牌娟姗鲜奶的售价为950毫升18.9元/盒,而负责代工乳企在电商平台销售的同类产品,虽然营养指标比前者有少量提升,但价格却要贵出5成以上。

而为了避开和商超、会员店自有品牌的低价产生冲突,乳企在部

分渠道销售的产品大多是A2、娟姗、有机等高端产品,以及花色奶等进行差异化布局。

有国内乳企负责人告诉记者,商超、会员店的自有品牌产品更强调性价比,因此为其代工生产的利润并不理想,但从去库存的角度则较为有利。由于下游乳制品消费恢复不及预期,上游的原奶需要及时消化,否则就需要喷粉储藏,那样一来乳企就要面临更大的亏损。

2023年以来,国内乳制品消费就一直呈现弱复苏状态,而原奶供给却在快速增长。尼尔森IQ最新公布的数据显示,2024年一季度,全国乳制品销售额同比有3.1%的下滑,从分项目看,新鲜白奶、酸奶、常温奶等主要品类2024年一季度的增速比2023年还有所下滑。而国家统计局数据显示,2024年一季度,国内牛奶产量依然增长了5.1%。

记者了解到,国内牧场的合同内收购价格大多在3.5元/千克左右,乳企收购1吨原奶成本约为3500元,按照8吨奶喷成1吨奶粉,加上喷粉加工成本,总成本约在3万元/吨左右,但由于奶粉价格受到国际乳制品拍卖定价影响,实际销售价格远低于3万元,一般会亏损1万到1.5万元/吨不等,因此就算代工利润微薄,乳企也能够接受。

独立乳业分析师宋亮告诉记者,渠道自有品牌的崛起也是个性化、多元化的消费趋势的体现,虽然乳企为其代工未来可能会面临市场上左右互搏的问题,但在当下这一模式能够帮助乳企消化产能和奶源。此外,这些会员店自有品牌背后带有私域流量经济的特征,要想做到大规模抢走乳企生意也不是那么容易。

而为了避免商超、会员店自有

品牌乳制品独大,进而影响乳企品牌产品的销售,大多数代工乳企都会在产品线上进行区隔,比如有的品牌会将基础产品做成渠道自有品牌产品,但并不会拿出高端产品代工,也有的品牌会调整产品容量和营养成分,来和给渠道品牌代工的产品建立区隔。

新希望乳业董事长席刚告诉记者,并不担心这些渠道品牌未来会抢乳企的生意。在当前商业模式下,渠道最主要的功能还是帮助品牌去做分销,去做交付工作。渠道增加自有品牌产品都有其初衷或是完成阶段性的目标,但从目前全球市场来看,还没有哪家大商超只卖自有品牌产品,消费者并不是只追求便宜实惠,还会有很多多元化的需求,因此目前渠道品牌乳制品快速增长,更多是一种商场、会员店的经营策略,而非企业战略。

“宁”字号全脂乳粉实现首次出口

近日,一批货值25.9万美元的全脂乳粉经银川海关所属兴庆海关检验检疫监管,从天津新港口岸出境发往新加坡。这是宁夏首次出口全脂乳粉,标志着宁夏又一特色产品顺利进军国际市场。

在接到企业关于出口全脂乳粉的业务咨询电话后,兴庆海关第一时间指派专人指导帮扶,同时为企业开辟“绿色通道”,帮助企业通过“单一窗口”正确申报,并及时为企业签发了《兽医卫生证书》和《健康证书》。

近年来,兴庆海关主动跟进服务自治区“六新六特六优”产业发展,围绕奶产业出口精准发力,针对奶制品通关时效要求高的特点,优化检验监管模式,设立“一对一”助企服务专员与辖区奶制品出口企业保持联系,实时掌握企业出口计划,24小时预约现场查验,实现随报随检、随验随放,在出口货物查验、检验检疫签证上释放更多政策红利,挖掘奶产业外贸增长潜能。

数据显示,2023年,兴庆海关共助力辖区企业出口奶制品34批次,货值约为21.71万美元,主要销往缅甸、柬埔寨、新加坡等地。图为海关工作人员对出口全脂乳粉进行监管。(谢建雯)



牛肉价格跳水背后,淘汰奶牛入市增加供给量

原本高高在上的牛肉价格在2024年迎来了一波跳水行情,根据农业农村部的统计,近期国内批发市场牛肉平均价格比去年同期有18.4%的回落。记者了解到,在2022年牛肉价格高峰之后,由于受到进口冲击和淘汰奶牛加速进场的影响,叠加消费不及预期,导致了本轮牛肉价格的大幅回落。

记者在北京部分超市看到,牛肉的价格已经回到了3字头/500克,价格整体有所回落,而在超市的电商平台上,冷冻牛肉的价格更是不断走低,前两年一千克装的冷冻牛腱的价格多在99元左右,今天同样的价格可以买到1.5千克装,而部分冻牛腩的价格也跌至50元/千克以下。

牛肉变便宜了并不是一种错觉。根据农业农村部公布的统计数据,到2024年5月底,全国牛肉平均价格71.68元/千克,比前一周下跌1.2%,同比下跌16%。河北、辽宁、

吉林、山东和河南等主产省份牛肉价格58.34元/千克,比前一周下跌1.6%。全国农产品批发市场一周价格行情监测报告也显示,5月24日到5月30日,牛肉价格为61.96元/千克,而上年同期这一价格还是75.93元/千克。

同期国内肉牛价格也出现了快速回落,记者注意到,2022年下半年开始国内肉牛价格就出现下跌苗头,2023年到2024年价格持续下行。

根据中国畜牧业协会牛业分会发布的《2023年我国肉牛产业发展回顾与2024年展望》等信息显示,2023年全国育肥肉(西门塔尔牛、杂交牛等)全年均价约为30元/千克,同比下跌16.9%,2023年6月全国育肥肉平均价格约25.4元/千克,跌至2017年11月以来价格最低点。

肉牛价格的下滑,也影响到相关上市公司业务的表现,2023年福成股份年报显示,其畜牧业收入

9408万元,同比增长3.7%,但毛利率减少约45个百分点。

在业内看来,本轮牛肉价格的下滑主要是市场供需的阶段性失衡所致。

一方面,中国畜牧业协会牛业分会报告分析称,2023年全国牛肉产量753万吨,同比增长4.8%,牛肉进口274.4万吨,同比增长2%,在市场需求不足的情况下,市场呈现供给相对供过于求的局面。同时,随着税率的逐步下调,进口牛肉低价优势明显,2023年进口牛肉的到岸价均为5195美元/吨,也同比下降21%。

另一方面,由于奶价低迷,奶牛养殖户亏损严重,大批量淘汰奶牛进入市场,也加大了牛肉市场短期的供给量。

记者在此前走访中了解到,由于乳制品市场恢复不及预期,原奶价格不断走低,到今年5月底,内蒙古、河北等10个主产省份生鲜乳平

均价格3.37元/公斤,比前一周下跌0.3%,同比下跌12.7%。奶价的持续走低也导致奶牛养殖行业大面积亏损退出,大牧场也加快了低产牛淘汰的速度。农业农村部对全国发证生鲜乳收购站生鲜乳产量跟踪监测数据显示,截至2023年12月底,全国发证生鲜乳收购站所涉及的养殖场数量同比减少24.2%。

虽然官方并没有公布具体的奶牛存栏数变化,此前业内认为2023年新一轮调整以来,国内奶牛存栏数减少100万头左右,淘汰奶牛的价格也不断走低,也冲击了牛肉市场。

据河北省某奶牛牧场负责人告诉记者,2023年中期淘汰奶牛的售价还在22元—24元/千克,但到2024年初,淘汰奶牛的价格跌至18元/千克左右,近期淘汰奶牛价格继续下滑,跌至12元/千克左右,而当地鲜牛肉价格也更低,只有36元/千克到40元/千克。

而今年国内奶牛的淘汰仍在持续。在此前的行业活动中,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曾透露,2024年行业需要适当压缩奶牛产能,自然增长率由惯性的3%下调到-5%,增加淘汰成母牛约30万头,才能大幅缓解目前原奶的产能过剩。

独立乳业分析师宋亮告诉记者,近年来国内肉牛存栏快速增长,又加上淘汰奶牛带来增量,叠加需求端的放缓,共同导致牛肉价格的回落。淘汰奶牛价格大跌在某种程度上也反映了行业产能调整的强度,预计明年行业会触底,冲击肉牛市场的情况也会好转。

中国畜牧业协会牛业分会报告也显示,根据“牛周期”以及结合国内经济社会总体形势判断,2024年国内肉牛市场行情大概率仍将低位运行。

(第一财经)

行业动态

5月第5周生鲜乳平均价格3.34元/公斤

据对全国500个县集贸市场和采集点的监测,5月第5周(采集日为5月30日)生猪产品、鸡蛋、鸡肉、玉米、豆粕价格环比上涨,牛羊产品价格环比下跌,商品代蛋雏鸡、商品代肉雏鸡、育肥猪配合饲料、蛋鸡配合饲料、肉鸡配合饲料价格环比持平。

生鲜乳价格。内蒙古、河北等10个主产省份生鲜乳平均价格3.34元/公斤,比前一周下跌0.9%,同比下跌13.2%。

饲料价格。全国玉米平均价格2.55元/公斤,比前一周上涨0.4%,同比下跌12.7%。主产区东北三省玉米价格为2.37元/公斤,比前一周上涨0.9%;主销区广东省玉米价格2.63元/公斤,与前一周持平。全国豆粕平均价格3.76元/公斤,比前一周上涨0.3%,同比下跌14.4%。育肥猪配合饲料平均价格3.55元/公斤,与前一周持平,同比下跌7.8%。肉鸡配合饲料平均价格3.67元/公斤,与前一周持平,同比下跌6.9%。蛋鸡配合饲料平均价格3.38元/公斤,与前一周持平,同比下跌7.1%。(农业农村部)

山东青岛市牛产业服务团基层技术服务队成立

近日,山东省青岛市牛产业服务团基层技术服务队成立仪式在胶州市举行,主要目的是壮大服务队伍,搭建完善专家与基层、科技与生产深度融合的联结桥梁,为养殖场户“传经送宝”。

仪式现场,服务团成立了7支牛产业技术服务队,技术服务力量从过去的6人拓展到上百人,可帮扶千余家养殖场。在活动现场,主办方还为43家牛羊养殖场(户)代表赠送动物疫病防控大礼包,内含奶牛养殖技术服务手册、防护用品、“漫画动防”科普宣传材料等。

青岛市牛产业服务团自2021年成立以来,充分发挥人才、技术和政策的协同效应,青岛市动物疫病预防控制中心作为团长单位,联合中国动物卫生与流行病学中心、青岛农业大学成立疫病防控专家组、饲养管理专家组、繁殖育种专家组、乳制品管控专家组等4个专家小组,共同推进技术指导工作,为牛产业发展提供强有力的技术支撑,指导培育全市30家养殖场通过布病和结核病净化验收,帮扶百余家养殖场增收致富,示范带动了全市牛产业快速发展。

“下一步,我们将与7支基层技术服务队一道,深化‘专家基层行’活动,延伸服务触角,加大服务力度,推广新品种、新技术、新模式,将科学养殖、健康养殖、绿色养殖的最新理念送到全市广大养殖场户家门口,切实做到助农惠农,为推进畜牧业高质量发展贡献科技特派员力量。”青岛市动物疫病预防控制中心主任、青岛市牛产业服务团团长李彦防。(李国华 杨胜男 刘一明)

广西奶业发展新技术培训班在南宁召开

近日,广西奶业发展新技术培训班在南宁市召开,培训班由自治区畜禽品种改良站主办,广西奶业协会协办。全区奶牛DHI(奶牛生产性能测定)参测牧场、部分奶牛牛养殖企业、广西奶业协会广西奶牛DHI检测中心技术骨干等60余人参加了培训。

培训班上,高级畜牧师王英群重点分析了2024年第一季度广西区域的DHI分析情况,对于乳汁中体细胞数等指标变动情况详细解读,预警和提示牧场调整管理措施。品改站针对广西本地奶牛牧场的DHI检测已经连续开展至第16个月。

广西奶业协会常务副会长李仕坚以“DHI在广西奶牛牛养殖上的应用”命题做动员分享。他基于广西区域奶牛牛产业的重要性以及产业分布情况,呼吁和动员奶牛牛牧场参与到持续的DHI测定,迭代挤奶设备,通过“测奶养牛”助推产业的有效升级。

针对2024年伊始我国奶业面临奶源阶段性过剩和乳品消费放缓等挑战,河南省奶业首席专家张震解读了DHI指标含义,并着重解读其深层次含义对牧场效益的影响。除了监控环境变化、乳房炎等疫病影响、促进产奶量提高以外,DHI监控能促进奶牛泌乳高峰期到来、增加持续泌乳天数,这将给牧场日收入、累积效益带来巨大变化。

(王英群 隋晓薇)

(本报所采用部分文图无法联系到作者,请相关著作权人持权属证明与本报联系,本报将支付稿酬。)