

乳品市场“新”潮涌动

□文/图 本报记者 杨丽霞

随着近年来乳品市场增速放缓,乳品企业开始抓住高增长细分品类机会,积极探索乳品应用的新场景、新品类。

当下,无论是国际知名品牌、本土头部品牌、地方品牌均保持上新节奏,带来原料、技术、功能、风味、场景等方面的创新……新潮涌动之下,为乳品消费市场打开了更多的创新思路,但从长远来看,对乳企的考验或许才刚刚开始。

“精耕”儿童乳品领域

近日,君乐宝推出专为3—14岁儿童成长定制的臻臻儿童奶粉,成为深耕骨骼成长奶粉细分赛道的“新队员”。儿童奶粉市场以其消费群体规模庞大,增量空间巨大,正在成为奶粉行业寻找的重要新增量市场。

在业内人士看来,儿童奶粉之所以会火,主要在于出生率下降,品牌集中度提高,是小乳企的生存需要,大乳企的增长需要,也是渠道利润和销量的需要。

在魔镜洞察近日正式发布的《2024年一季度消费新潜力白皮书》(以下简称白皮书)中,针对第一季度母婴品类的消费趋势及数据进行了详细披露。其中,婴幼儿牛奶粉等传统配方奶市场竞争激烈、趋于饱和,婴幼儿液态奶、特殊配方奶粉小幅上涨,儿童奶粉有较高增速。此外,2024年第一季度婴幼儿营养品仍保持较高的增长率,线上销售额达27亿元,同比增长16.5%,细分



市场以钙铁锌、益生菌、DHA和维生素等核心成分为主,其次是乳铁蛋白、叶黄素等营养素。

洞察到市场消费需求的企业也正加速产品创新与新赛道布局进程。

今年3月,美赞臣中国推出“学优优”儿童液体营养品系列,包括液体钙镁锌、益生元多维锌、红甜菜液体铁等5款新品,跨界布局液体营养品。4月,美赞臣中国与京东国际签订合作协议,推出美赞臣欧版法国“小金钻”水奶,为妈妈提供更加便捷的喂养体验。

随着消费者认知水平的提升,消费者对于婴幼儿以及儿童营养的需求有了更全面的认识。单一营养元素的竞争已经不能满足现代婴幼儿及儿童的成长需求,还需要各种高阶营养元素,提高产品的科学性和营养的全面均衡性,这也促使乳品企业不断加强研发。

据了解,塞尚乳业、简爱、光明、卡士等品牌正在儿童酸奶领域加速布局,这些品牌产品或将配料表做到极致干净,或在口味、口感上创意百出,不断将赛道细分,将儿童酸奶产品的年龄段从最早的3岁以上延伸至12个月以上的婴幼儿,并以消费者最为“关注”的方法迅速拿下市场份额。

在儿童乳品领域,儿童奶酪市场在最近几年吸引了诸多竞争者入局。伊利、蒙牛、光明、君乐宝等国内乳企巨头都推出了奶酪棒产品,还有国外老牌奶酪品牌百福吉,新消费品牌奶酪博士、认养一头牛不断举新品进入,甚至连盒马鲜生、永

辉超市都推出了自有品牌的奶酪产品。过热的奶酪棒赛道,在吸引了大批乳企加入激烈竞争之后逐渐“冷静”,各个乳企也开始在“奶酪+”食品创新上不断下功夫。

京东零售数据显示,2023年所有“奶酪+”食品均取得了三位数以上的增长。

奶酪博士创始人陈昱桦接受媒体采访时表示,2023年,国内奶酪市场经历了去库存、产品升级等过程,很多品牌企业销声匿迹,市场向头部品牌进一步集中,留下来的企业开始向不同的发展方向分化。“对于奶酪行业未来发展,儿童仍是奶酪消费的主力人群,未来,奶酪博士仍将把资源聚焦在儿童奶酪,将‘奶酪+’的创新概念应用到各种食品里。”

当前奶酪博士已推出奶酪小方、果果奶酪酱、奶酪流心鲑鱼肠、水果奶酪泥、高钙奶酪泡芙;妙可蓝多也在奶酪休闲零食方面布局,推出四重奶酪玉米脆片、奶酪布丁、小乳酪三角、奶酪小粒等新品;飞鹤乳业针对儿童奶酪产品也推出了“茁然嚼奶粉乳酪”。

新品不断涌入市场,丰富消费选择。在业内人士看来,靠奶酪棒打天下的市场已经结束,不断加快创新才是儿童奶酪市场发展的唯一办法。

“多维”创新 赢得先机

打开社交媒体,关于养生的话题以多种形式占据各大平台。国家统计局数据显示,2023年全国人均医疗保健消费支出达到2460元,同比增长16%,占人均消费支出的比重达到9.2%。

年轻人在健康消费上的新趋势,也带动了乳品新业态的迅速发展。这其中,有关“助眠”的乳品也成为乳企产品发力的重点赛道。

目前,伊利、光明、雀巢、南山等乳品企业都在“助眠”奶粉上陆续推出新品,蒙牛、三元等企业则在“睡前牛奶”上推出产品,随着越来越多人的睡眠问题不断增多,为良好“睡眠”质量而买单的人也随之多了起来。

餐奶到奶酪、奶茶等各种餐饮食品,乳制品的消费结构更加多元。

三是乳制品贸易规模持续扩大。中国政府高度重视乳制品贸易,积极扩大进口优质的乳制品。2023年,中国进口乳制品121亿美元,贸易伙伴已经遍布全球56个国家和地区。全球大部分的乳制品知名品牌也在积极开拓中国市场,与中国企业开展贸易合作,为中国老百姓提供优质的产品供给。同时,中国企业也积极加快全球化发展步伐,融入国际市场,伊利等企业已经在全球布局创新中心,并在近80个国家建立了全球食品安全数字化系统。

李娜表示,当前,全球乳制品行



尼尔森IQ数据显示,消费者对于健康和价值的追求日益增长,报告显示,72%的中国消费者选择对健康有益的产品,70%的中国消费者表示会尝试有助于健康的新品,这两个比例均高于亚太消费者的平均水平。基于此,乳制品行业在健康赛道上呈现出营养添加、无糖低脂、调理与复合健康以及原生健康等多元化趋势。展望未来,随着多元健康概念的深化,抗焦虑及体重控制等满足身心健康的新功能点逐步上市,尼尔森IQ预计,乳制品行业的机会赛道将围绕身心健康,注重产品功能化创新及技术创新,并结合跨界类新趋势,引领品类新发展。

伊利集团成人营养品事业部技术研发部负责人陈青山接受记者采访时表示,从2020年开始,伊利就开始开发药食同源数据库,目前,伊利拥有国内唯一的一个药食同源数据库,接下来,还将就痛风等领域做深入研究。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。

近年来,各地文旅市场呈现出蓬勃的活力,为当地市场带来了更多的消费“流量”,也让越来越多的“土著饮品”和地方文旅组成“搭子”,走出了宣传新路子。其中,兰

州庄园牧场股份有限公司从去年12月起推出的庄园酸奶“老兰州”系列以“火箭速度”不断上新,陆续推出了浆水酸奶、高原酸奶、醪糟酸奶、甜胚子酸奶、软儿梨酸奶等多种结合了兰州风味小吃、地方特色食品口味的新产品,在销售市场火爆,销量环比上涨180%,仅醪糟酸奶一个爆品的月销量就从12万袋涨到72万袋。

与此同时,“庄园牧场”产品在线上的搜索量也大幅上升。“目前我们已经在和包装、物流、仓储、平台等各个环节洽谈,争取更多的庄园系列产品上线网购平台,走向国内市场。”兰州庄园牧场股份有限公司产品管理部、推广部经理牛琛凯接受媒体采访时表示。

深耕产品创新的同时,销售渠道的拓展也使乳品企业在网络平台上快速出圈。在乌鲁木齐润乳业工厂店里,牛奶馒头受到消费者的欢迎,排队购买的顾客络绎不绝。此外,店中的“手打鲜奶”更是让消费者有了买牛奶的全新体验。

当前,在乳品消费端需求放缓的情况下,如何用“新”吸引消费者,正在成为企业发力的关键点。而对于消费者来说,最为直观的感受就是各个乳品品类越来越丰富,适合自己需求的乳品也有了越来越大的选择空间。

中国继续保持全球乳制品重要消费市场地位

□舒晓婷

在近日于北京召开的2024中国国际乳制品行业大会上,商务部对外贸易司副司长李娜表示,乳制品是居民膳食中重要的营养来源。随着全球的经济发展和人口增长,消费者更加倡导健康饮食,对乳制品的需求不断攀升。中国是乳制品生产、消费和贸易大国,乳制品行业经过多年的积累和发展,已经形成了自身强大的产业优势和市场优势,中国的乳制品企业也已经深深融入全球化发展之中。

一是乳制品的产量和质量不断提升。根据中国奶业协会的统计,2023年,中国牛奶市场的总规模达

到了5000亿元,牛奶产量4197万吨,同比增长6.7%。中国的乳制品企业不断加大技术研发投入,在智能制造、产业链融合、绿色发展等方面加快转型升级,生鲜乳的质量安全水平持续提高,产品的品种日益丰富,脱脂、低糖、高钙、高蛋白、低温奶等个性化、功能化的产品,满足了消费者对高品质乳制品的需求。

二是中国乳制品的消费潜力加快释放。2023年中国乳制品人均年消费量折合生鲜乳41.3公斤,虽然只有全球平均水平的1/3,但是比2012年已经增长33%。随着生活水平的提高,乳制品已经纳入中国老百姓的日常饮食体系,从单纯的营养早

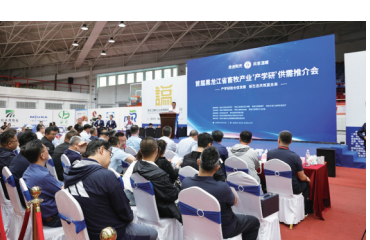
首届黑龙江省畜牧产业“产学研”供需推介会在哈尔滨举行



□文/图 本报记者 杜兆伙

为落实国家乡村振兴战略,加强“产学研”各方的交流互动与深度融合,推动黑龙江省畜牧产业高质量发展。6月15日下午,主题为“产学研融合促发展 新生态共筑赢未来”的首届黑龙江省畜牧产业“产学研”供需推介会在哈尔滨东北农业大学体育馆举行。

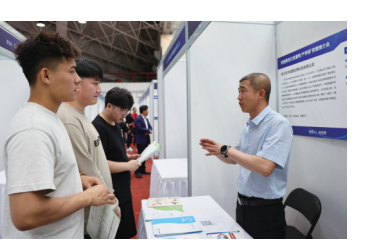
本次活动由黑龙江省畜牧业协会、黑龙江省奶业协会和黑龙江省饲料工业协会联合主办,得到了东北农业大学和哈尔滨市科学技术局、阳光农业相互保险公司黑龙江分公司的大力支持。来自黑龙江省畜牧业各主管单位领导,黑龙江省畜牧业协会各分会会长、秘书长,以及全省畜牧行业的生产企业、大专院校、科研院所等百余位



代表参会。

黑龙江省不仅是农业大省也是畜牧业大省,畜牧业作为黑龙江省农业发展中的支柱产业,在推动农业经济发展、促进农民增收、保障国家粮食安全、畜产品安全等方面发挥着重要作用。目前黑龙江省正处在畜牧业发展调结构、提质量、促转型的重要时期。

黑龙江省饲料工业协会秘书长贺山表示,本次“产学研”供需推介会旨在给黑龙江畜牧产业上下游企业搭建一个交流、互通的平台,加快促进畜牧行业的产业升级,能够更快、更好的为科研院所、高等院校的



研发成果,找到有需求可转化的生产企业,为企业提供更专业的技术支持,把科研成果又快、又好的转化成生产力。同时在此平台也能为生产企业嫁接到高质量、优秀的人才,解决畜牧企业人才需求和技术需求对接难的问题。未来,第二届、第三届“产学研”供需推介会还将陆续开展,黑龙江畜牧行业“产学研”三者之间的连接将会更加紧密,也必将对黑龙江畜牧行业进步、产业升级发挥其应有的作用。

据记者了解,本次“产学研”供需推介会同时举办了多场活动。一是设立校企人才供需招聘专区,企



■商务部对外贸易司副司长李娜

续坚持扩大高水平开放,促进乳制品贸易的高质量发展,推动乳制品产业智能化转型,增强优质产品供给,发挥好中国国际进口博览会等开放平台的作用,促进国内外乳制品行业企业开展贸易投资合作。

行业动态

6月第2周生鲜乳平均价格3.30元/公斤

据对全国500个县集贸市场和采集点的监测,6月第2周(采集日为6月13日)生猪产品、鸡肉价格环比上涨,鸡蛋、商品代肉雏鸡、牛羊产品、豆粕、育肥猪配合饲料、肉鸡配合饲料、蛋鸡配合饲料价格环比下跌,玉米、商品代蛋雏鸡价格环比持平。

生鲜乳价格。内蒙古、河北等10个主产省份生鲜乳平均价格3.30元/公斤,比前一周下跌0.6%,同比下跌13.4%。

饲料价格。全国玉米平均价格2.56元/公斤,与前一周持平,同比下跌12.3%。主产区东北三省玉米价格为2.38元/公斤,与前一周持平;主销区广东省玉米价格2.64元/公斤,与前一周持平。全国豆粕平均价格3.72元/公斤,比前一周下跌0.5%,同比下跌12.9%。(农业农村部)

山西全脂乳粉实现首次出口

6月17日,记者从朔州海关获悉,经该关检验检疫合格,山西雅士利乳业有限公司生产的货值200万元的全脂乳粉在天津港装船启程,出口至沙特阿拉伯。这是山西省全脂乳粉产品首次出口。

“今年5月,我们接到国外客户订单,客户要求交货的时间比较急,而我们对相关出口政策不太了解,也不知道从哪儿下手。朔州海关得知此事,第一时间上门服务,指导我们提前完成各项准备工作,保障了这批货物的快速出口。”山西雅士利乳业有限公司外贸负责人王丽杰说,他们深耕乳粉市场40多年,是朔州市乳制品加工重点企业之一。通过这次出口业务,对打开国际市场信心倍增。

针对山西雅士利乳业有限公司首次出口情况,朔州海关主动服务,制定“一对一”服务方案,并指定专人收集整理国内乳粉行业和进口国对于全脂乳粉的相关标准要求,指导企业完善标签标识,提升产品质量安全管理水平。同时,优化检验检疫流程,为企业开通属地查检绿色通道,根据国外官方要求为产品签发健康证书,为产品出口海外“保驾护航”。(孟婷)

广东佛山发出首张双皮奶《食品生产许可证》

日前,广东省佛山市顺德区顺良唯信食品有限公司负责人在顺德区市场监管局审批服务窗口领取了该公司的《食品生产许可证》。这是佛山市发出的首张双皮奶《食品生产许可证》,标志着顺德传统美食双皮奶从餐饮店现场制售的传统模式向工业化量产迈进。

顺德拥有“世界美食之都”的金字招牌,而顺德双皮奶更是“招牌”中最亮眼的一笔,是极具地方特色的中华名小吃。随着顺德旅游热度不断提升,游客对顺德双皮奶的需求量已超出传统餐饮店、甜品店的制售能力。除了顺德双皮奶、炖奶(蛋)、凤凰奶、姜撞奶等极具地方特色的含乳甜品也面临着同样问题。为支持包括双皮奶在内的含乳甜品行业规范、健康发展,让传统美食跟得上时代发展和消费者的需求,顺德区市场监管局在经过深入调研和多方征求意见后,出台了《顺德区其他食品(含乳甜品)生产许可审查方案(试行)》。这是佛山市首个含乳甜品生产许可审查方案,将使包括双皮奶在内的含乳甜品生产许可准入有规可循、有标可依,助力顺德双皮奶行业突破传统即制即食加工方式制约,实现高质量发展。(高敏华)

《中国500最具价值品牌》揭晓 海河等入选,明一、皇氏落选

6月19日,由世界品牌实验室(World Brand Lab)主办的第21届世界品牌大会在北京举行,现场发布了2024年《中国500最具价值品牌》分析报告。其中食品饮料业依然是入选品牌最多的行业,共有80个品牌入选,占总入选品牌数的16%。与2023年相比,今年《中国500最具价值品牌》入选的乳业品牌数量有所变化。从实际名单来看,明一国际营养品集团有限公司旗下的“明一”品牌和广西皇氏乳业有限公司旗下的“皇氏”品牌纷纷落选,天津海河乳品有限公司旗下的“海河”品牌则以153.75亿元品牌价值入选。此外,伊利、蒙牛、飞鹤、光明、完达山、三元、合生元等知名品牌也榜上有名。(孔文雯)

(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。)