

聚焦精准营养 乳业拓宽新赛道

近年来,随着人们健康意识的不断提高,针对不同目标人群的产品细分需求愈加明显。在此背景下,“精准营养”已成为健康产业新趋势。有数据显示,精准营养市场规模预计将持续增长。精准营养时代的到来,为我国乳业带来了新的机遇和挑战。众多乳企纷纷以“精准营养”为核心加大投入,以期满足消费者对健康与营养的双重需求。

精准营养时代到来

精准营养,即为个体量身打造个性化营养方案,从而达到维持和改善健康的目的。“当今的中国家庭,尤其是年轻一代的父母,在营养方面已经具备了更专业的认知,更追求精细化与定制化的营养补给。”业内人士表示,精准营养不仅是品牌对科研深度的执着追求,更是整个行业转型升级的必然趋势。年轻一代更加关注健康和身材管理,在健身热潮和颜值经济的推动下,高蛋白的乳制品恰好契合了这一群体的需求。对于中老年群体,骨骼健康、消化吸收等功能性产品则是他们关注热点。例如,一些高钙奶、富含维生素D的乳制品销量大涨,同时,“银发经济”的潜力也被进一步激发。此外,乳制品的消费场景也在不断拓展。在健身房、办公楼甚至书店里,都能看到手持益生菌饮品或功能奶的消费者。运动、工作、休闲……每一种生活场景都可能成为乳制品切入的新赛道。

数据显示,2024年我国高端乳制品的消费增长率已超过15%,远超行业平均水平。据尼尔森IQ披露,在2025年1月,乳制品全渠道销售量同比增长1.6%,线下渠道增速同比增长1.7%。高端乳制品消费的增长,正是这一趋势的体现。

乳企发力抢占赛道

事实上,乳业早已窥到这一发展机会。尤其近年来,伊利、蒙牛等龙头乳企以精准营养为研发重点,积极探索营养组学、健康数据库、智能算法等前沿技术,在新功能、新原料、新剂型等领域取得突破。同时,依托协同创新平台,乳企在检测技术、新标志物研发等方面取得了多项重要成果,为精准营养研究和产品市场化提供了坚实支撑。

作为乳制品行业的领军企业之一,伊利集团近年来重视精准营养研究,并参与了国家乳业技术创新中心的多个重点研发项目,建立了“药食同源健康功效数据库”,通过前沿技术的开发与功效验证方法,研发个性化乳品,满足多元化的消费需求。今年3月,伊利集团与同仁堂集团达成全面战略合作,将乳制品与科学配比的药食同源营养成分相融合,满足消费者多元化精准营养需求。伊利集团高级执行总裁刘春喜表示,通过结合乳制品科技与中医药智慧,将为消费者提供精准营养解决方案。

蒙牛在去年10月发布了植物提取组合专利研究成果,并于12月上市中老年专属控糖营养产品,也由此按下了精准营养“加速键”。此前,蒙牛针对中老年人的不同营养需求已推出多款“专属配方”。在蒙牛集团全球研发中心研发总监史玉东看来,行业要拓宽新赛道,聚焦精准营养,着眼运动营养、特医食品、益生菌、蛋白加工等高潜力领域进行产业布局,不断丰富乳业矩阵和价值链条。

光明乳业也不甘落后,于今年2月推出了舒睡奶粉。该款产品特别添加了企业自主知识产权专利菌株,同时还添加了传统食材枣仁粉和茯苓粉。专注奶粉发展的飞鹤在今年1月发布“乳蛋白鲜萃提取科技”,通过蛋白深加工技术,可精准提取各类优质活性乳蛋白原料,不仅实现了乳蛋白原料生产的国产化,更在品质上实现了提升。值得一提的是,该成果涵盖了层析超滤、定向酶解等新技术,通过物理方式直接从鲜奶中精准提取和激活各类活性蛋白成分。与此同时,飞鹤还针对35岁以上人群推出了蛋白营养粉,为中年群体提供了全新营养解决方案。“当下科技创新是赢得消费者的关键,因此下一阶段奶粉及相关产品的研发和创新也将成为市场竞争的焦点。”飞鹤管理层在今年的业绩会上透露,未来公司将

以乳蛋白技术为主要方向,拓展孕妇、婴儿、儿童、青少年、中老年营养市场。

事实上,在精准营养这个赛道,还有更多乳企参与其中。在今年3月举行的第二届科技创新合作大会上,认养一头牛与湘湖实验室成立的乳基营养与健康联合研究中心正式揭牌。研究中心将依托双方的人才、技术、平台和市场优势,开展“牛初乳免疫功能因子研究与产品创新”项目研究,聚焦牛初乳活性因子挖掘、多维功效评价及多功能牛初乳产品研发开展深入合作。业内人士认为,这是企业打破传统乳制品市场同质化僵局的手段,有望塑造出差异化竞争优势。

“这几年,越来越多的乳企持续进行产品研发和创新,推出了更多个性化、科学精准的营养产品,满足人们不同成长阶段、不同消费群体的营养需求,这对行业的高质量发展十分有益。”在业内人士看来,乳企坚持科学的配方、优质的原料、严格的品控,用科学技术不断提升产品品质,可以为全球消费者提供基于科学的更多精准营养解决方案。

持续发展仍待破局

与此同时,锚定精准营养战略的乳企也正面临新的挑战。首先,从产品创新上看,目前市场上的相关产品主要还是以乳制品为主,如中老年奶粉、儿童奶粉、酸奶、鲜奶等大部分产

品为添加DHA、益生菌的营养品,但是形态单一,消费受众有限。面对当下竞争激烈的营养品市场,如何根据自身优势做出特色单品,将是企业必须考虑的问题。

其次,从用户和渠道看,目前乳企的精准营养产品主要布局仍是线下母婴门店,还需要有针对性拓展新渠道,比如老年群体会更依赖药店等传统渠道,而年轻群体则更关注社交媒体和电商渠道等。

另外,在生产方面,营养品虽然和乳品一样都属于食品范畴,但在研发生产上存在差异,即使是有着强大乳品供应链和研发团队的头部乳企,想要深入精准营养,也需要重新匹配研发团队和建立生产链条,才能逐步建立起产品优势,相比早早投入其中的营养健康企业,追赶尚需时日。

最后,在监管方面,无论是产品成分审核,还是食品安全问题,目前营养保健食品市场整体监管愈发严格,因此深入开发精准营养产品的企业也需要努力推动产品审批注册(保健/特医)、制订行业标准,增强品牌影响力。

“目前乳企在精准营养方面的发展还处于比较初级状态。”业内人士指出,无论是从财报还是线上官方旗舰店销售情况来看,各大乳企的相关产品距离成为“营收主力”还有很长的路要走,而随着更多乳企的加入,竞争将进一步升级。

(据《中国食品报》)



青海玉树：智慧牧场绘就“生态富民”新画卷

近年来,青海省玉树藏族自治州玉树市深化国营牧场体制改革,建成集良种繁育、高效养殖、牧旅融合为一体的玉树牦牛标准化养殖综合示范基地。为提升养殖基地畜牧业信息化发展水平,当地政府与中国移动通信集团青海有限公司玉树分公司开展合作,为近6000头牦牛定制“数字身份证”,通过GPS项圈与电子耳标实时采集位置、体温、运动量等数据,并通过分析草场载畜量,实现草畜平衡动态调控,实现生态保护与产业发展的“双赢”。图为4月2日在青海省玉树藏族自治州玉树市牦牛标准化养殖综合示范基地内拍摄的牦牛。

(新华社)

甘肃省肃北县:接羔保育忙 驼奶产业热

□祁玉洁

四月初,肃北大地春意新浓,马鬃山戈壁处处涌动着发展的热潮。一只只新生驼羔在驼圈中诞生,不仅为初春的戈壁增添了生机,更给牧民们带来了增收的希望与喜悦。

走进马鬃山镇巴音布勒格村股份经济合作社,负责人哈斯其洛正忙着给刚产羔的母驼添加饲料,并不时查看驼羔的进食情况。“入春以来,我们已经迎来了20峰新生驼羔,合作社的骆驼数量也随之增加到70峰。”哈斯其洛一边忙碌一边介绍,“作为村股份经济合作社的产业项目,巴音布勒格村高标准骆驼养

殖场及奶源基地采用集中养殖、人工驯化、自动化挤奶的模式,每峰母驼日均产奶量稳定在4公斤左右。按当前市场价估算,今年驼奶销售收益十分可观。”

据悉,2022年至2024年,马鬃山镇借助省级扶持资金和少数民族发展项目,先后投入1430万元,建成5个高标准骆驼养殖场及奶源基地。“我们通过‘党支部+合作社+企业+牧民’的发展模式,带动全村6户牧民参与标准化养殖。今年新生驼羔数量增加,预计每户仅靠驼奶销售,就能增收10万元以上。”巴音布勒格村驻村第一书记段永平表示。

为保障接羔保育工作顺利开展,马鬃山镇早谋划、早行动。全镇提前调运优质饲料4400余吨,储备应急药品30余种,组织开展3场(次)动物防疫培训,提供20余上门诊疗服务,为春季畜牧业生产筑牢了根基。截至3月底,全镇已顺利接羔510余峰,预计全年接羔800余峰。

“我们建立了完善的跟踪服务机制,安排技术人员定期上门指导,确保母幼驼成活率保持在95%以上。同时,积极动员牧民参加农业保险牲畜投保工作,降低养殖风险。”马鬃山镇牧业综合服务中心主任朝乐孟夫介绍。

近年来,马鬃山镇立足本地资源优势,将骆驼产业作为培育地方特色产业、促进农牧民增收的重要抓手。目前,全镇已建成6个村集体股份经济合作社、2个骆驼专业合作社、1个驼奶养殖所,以及8户骆驼养殖家庭牧场。全镇双峰驼存栏量达5200余峰,其中适龄母驼2500余峰,产奶母驼1500余峰。2025年,马鬃山镇驼奶产值有望突破800万元。

为推动驼奶产业发展,肃北县出台《2025年畜牧业产业发展扶持政策》。政策明确:对当年产奶母驼10峰以上,且生产销售质量检测合格的骆驼鲜奶达5000公斤以上的,每公斤骆驼鲜奶给予10元补贴;对

当年收购、加工、销售本县合作社、养殖户驼奶100吨以上的,一次性奖励10万元,200吨以上的,一次性奖励20万元;对向辖区内居民配送驼奶或骆驼奶1000公斤以上的本地企业、合作社、家庭牧场,每公斤驼奶补助3元,助力驼奶产业发展。

随着接羔保育工作有序推进,各项扶持政策持续落地,肃北县马鬃山镇正走出一条“特色养殖+精深加工+品牌营销”的乡村振兴新路子。下一步,肃北县将重点解决驼奶冷链运输和产品研发等难题,计划建成马鬃山镇驼奶加工厂,进一步延伸产业链,让戈壁骆驼真正成为牧民的“致富驼”。

羊奶价格今春看涨 小众奶如何破局千亿市场

(上接01版)

羊奶价格“势头猛涨”

据3月27日陕西省畜牧技术推广总站发布的相关数据显示,陕西省全省生鲜羊奶平均价格从2025年第1周(1月3日)的6.44元/公斤,上涨至第14周(4月3日)的8.17元/公斤。而奶价的持续上涨,也使陕西羊奶产业链经受着成本以及终端乳品价格上涨的考验。

据媒体报道,陕西地区已有生产企业上调了羊奶粉出厂价。陕西省乳品安全生产协会副秘书长王伟民接受媒体采访时也表示,面对收奶价格上涨,乳品企业成本也水涨船高,羊奶粉出厂价已从过去的每吨70000余元调整为如今的90000多元,且价格并不固定,可能会随着奶价上涨继续调整,这也导致很多下游销售公司上调了产品价格。还有一些营销公司已暂停签署供货合同,等待奶价企稳。

根据陕西省相关部门发布的数据,2024年陕西省奶山羊存栏量近280万只,羊奶鲜奶年产量约73万吨,羊奶制品80%销往省外,羊奶产

业链全年销售总产值超过465亿元,位居全国首位。本次生鲜羊奶价格的上涨不仅影响了陕西40多家羊奶生产企业的生产成本和利润空间,还可能进一步传导至消费者。

“奶粉新国标对羊奶产品‘纯度’的提升,使羊奶产品整体品质提升,同时也间接提高了产品原料成本。羊奶价格的上涨正在带动终端产品的价格上涨。”孟江涛告诉记者。

王伟民表示,目前成人调制乳粉的平均价格在每罐100元左右,新国标实施后,部分种类产品的售价预计上浮约30%。

羊奶终端产品价格的上涨是否会影响消费者的购买意愿?在孟江涛看来,如果羊奶奶价上涨持续时间长,终端产品的价格一直持续走高,消费者也很有可能觉得产品价格高,不再续购,不再返单。“羊奶奶价的价格走向从目前来看还不好判断。”

深挖羊奶消费新蓝海

羊奶市场近年来呈现快速增长的趋势,在业内人士看来主要得益

于其独特的营养价值和市场需求。

“国内羊奶市场整体向好,且每年都在增长。目前国内的羊奶企业和羊奶品牌,处于百花齐放的发展业态,但没有绝对的国产‘领头羊’。”孟江涛表示,羊奶市场还处于教育期,其认知度相比于牛奶而言,还是有些望尘莫及。“相关监管部门以及羊奶企业现在都在大力宣传羊奶的优势,消费者的认知也在慢慢的提高。”

对于羊奶市场而言,产品力、渠道力和营销能力是企业品牌持续发展的关键。卓牧乳业线下营销总监陈志鸿接受媒体采访时表示,“羊奶是一个非常具有潜力的赛道,卓牧目前在线下已经布局胖东来、盒马鲜生、永辉、步步高、卜蜂莲花、CityLife等国内精品终端超市,同时也在其他渠道多元化拓展羊奶市场。”

再看羊奶产品创新方面,从婴幼儿配方奶粉为主,细分拓展到学生奶粉以及有着不同需求的成人奶粉和液态奶当中。“羊奶市场从目前来说,主要产品还是

集中在羊奶粉这方面。同时,我们也在功能性配方羊奶粉上发力,在生产工艺和仓储保鲜等领域持续升级,然后可以在适当的时候扩大羊奶产品的品类。”孟江涛告诉记者,在羊奶液态奶加工方面,UHT羊奶、低温羊奶以及羊奶冰淇淋,这三个产品都不错。

“随着消费市场日益成熟,陕西羊奶生产企业纷纷调结构,由原来单一的奶粉生产转向酸羊奶、液态饮料奶的多元生产,抢占市场份额。”王伟民表示。

羊奶市场的火热背后离不开产业技术的持续创新。据悉,这一些年,依靠羊奶乳铁蛋白提取技术突破,国产羊奶乳清蛋白自给率从5%提升至28%;羊奶低温巴氏杀菌技术普及率达75%,产品货架期延长至21天。此外,数字牧场管理系统覆盖率超60%,奶山羊单产提高至650公斤/年。

随着越来越多细分产品的出现,羊奶品类如何健康、可持续发展,如何紧随消费需求,同样是摆在羊奶品牌以及羊奶企

业面前的一个问题。

据了解,随着市场竞争加剧和消费者对品质要求的提高,羊奶企业纷纷建立全产业链模式。从奶山羊养殖、奶源采集,到羊奶制品加工、销售,企业通过整合各个环节,实现对产品质量和奶源稳定性的有效把控。同时,行业内也出现了一些专业化的服务机构,如种羊繁育中心、饲料供应商、乳制品检测机构等,进一步完善了羊奶产业的上下游产业链。

在孟江涛看来,羊奶产业的健康可持续发展一定要从企业自律开始,严格按照国家相关标准生产经营,做好奶源供应,杜绝产品的夸大宣传,一定要避免出现“劣币”驱逐“良币”的情况,有时候“劣币”会毁灭一个行业。“未来,羊奶相关部门要加强对企业的标准化生产指导,推动行业自律,规范市场竞争秩序;鼓励企业加大科技创新投入,建立行业创新激励机制;整合行业资源,加强品牌建设,打造具有国际影响力的羊奶品牌,积极开拓东南亚等国际市场。”

行业动态

4月第1周生鲜乳平均价格3.07元/公斤

据对全国500个县集贸市场和采集点的监测,4月第1周(采集日为4月3日)仔猪、肉牛、羊肉价格环比上涨,生猪、猪肉、鸡蛋、鸡肉、商品代雏鸡、生鲜乳、豆粕、育肥猪配合饲料、肉鸡配合饲料价格环比下跌,活羊、玉米、蛋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3.07元/公斤,比前一周下跌0.3%,同比下跌11.8%。

饲料价格。全国玉米平均价格2.36元/公斤,与前一周持平,同比下跌8.5%。主产区东北三省玉米价格为2.17元/公斤,比前一周上涨0.5%;主销区广东省玉米价格2.45元/公斤,比前一周下跌0.4%。全国豆粕平均价格3.54元/公斤,比前一周下跌1.7%,同比下跌7.3%。

(农业农村部)

江苏发布奶牛规模化养殖设施设备配置技术规范

近日,由江苏省农业机械标准化技术委员会提出、江苏省农业科学院牵头起草的江苏省地方标准《奶牛规模化养殖设施设备配置技术规范》发布实施。

该标准适用于江苏省内奶牛规模化养殖场新建、改扩建项目的设施设备配置,立足江苏省奶牛产业实际,聚焦规模化养殖场设施设备配置关键环节,明确了相关技术要求,为奶牛规模化养殖提供了科学依据和技术支撑。

该标准的发布实施,将有效解决江苏省奶牛规模化养殖设施设备配置标准不统一、技术水平参差不齐等问题,对提升奶牛养殖生产效率、保障生鲜乳质量安全具有重要意义。同时,将有助于加快推进奶牛养殖业转型升级,提升规模化、标准化、智能化水平。

(江苏省农业科学院)

从牧场到市场

杭州助力那曲色尼牦牛乳产业发展

近日,西藏自治区那曲市色尼区人民政府与浙江天顺控股集团有限公司签订牦牛乳产业项目合作协议,擘画杭那两地合作新蓝图。那曲市委副书记、市长扎西多吉,杭州市发改委党组书记、副主任,一级巡视员杨钊等嘉宾出席了签约仪式并开展座谈。

那曲市色尼区平均海拔4500米,有着“牦牛之乡”的美誉,拥有全球最优质的牦牛乳资源,有很大的市场开发空间。2017年开始,色尼区举全区之力打造“嘎尔德生态畜牧产业示范基地”,充分利用那曲牦牛乳的独特品质,更加注重绿色发展与品质保障,以独特的“云端牧场、黄金奶源”为特色,积极打造高原乳业品牌。

此次签约旨在整合杭州市和色尼区优势企业资源,合力破解乳业产业发展难题,通过品牌化、科技化、市场化路径,将高原特色资源转化为经济优势,助力乡村振兴与牧民增收。未来,浙江天顺控股集团与西藏嘎尔德生态畜牧产业发展有限公司将围绕牦牛乳产业开展深度合作,重点推进三大任务:一是品牌塑造。联合打造那曲牦牛乳的区域公共品牌,突出高原生态、天然无污染的核心价值;二是技术攻坚。引入浙江乳制品深加工技术,开发奶酪、益生菌乳品、功能性乳饮等高附加值产品;三是打开销路。依托浙江电商平台优势,构建“线上+线下”融合的营销体系,为牦牛乳出“那”入“杭”打开销路。那曲有需求,杭州有回应。近年来,在杭州援藏工作组的引荐对接下,杭州通过消费帮扶、技术导入、人才培养等多元路径,助力那曲激活特色产业发

展潜能,先后引进培育了洛宝秋热山泉水、精惠建材有限公司、黄蘑菇加工等产业,带动农牧民就业400余人。2022年起大力开展塔恰拉姆蔬菜直销基地、乡镇驿站、文旅景点提升等农旅结合项目,总投资4000余万元,拉动村集体经济创收。成功落地国家能源集团欧玛亭岗10万千瓦风电项目,实现招商引资5.8亿元。

(应茵)

(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。)