

倒奶危机真相： 乳业国土“沦陷”三分之一

囤积进口奶致高库存,终端价格战难以为继

■ 本报记者 张博

2015年元旦以来,全国多个省市陆续爆出乳企拒收奶导致奶农大面积倒奶甚至杀牛事件。业内人士表示,乳制品进口量激增,本土乳企产品结构失衡等内外因素的共同作用下,使得一次原本正常的农产品价格周期性变化,显得如此引人瞩目。

乳企库存压力激增

目前,不少媒体和业内专家将本次“倒奶”事件归咎于进口乳品数量激增是不无道理的。数据显示,2014年1—9月,包括常温奶和乳粉在内,国内乳制品进口量共计149.86万吨,同比增长36.5%,预计2014年全年可达180万吨。

如果将这些进口乳品按照1:9全部折算原奶,那就是1350万—1400万吨,而2013年中国泌乳奶牛的总产量为3649万吨,也就是说,2014年进口乳品数量已经占到全国总产量的近3成。

山东奶业协会会长张志民分析称,“2013年下半年尤其是第四季度出现的暂时性‘奶荒’,导致国内奶粉进口商和下游乳企对2014年的奶源供需形势作出了误判,于是从2013年第三季度到2014年上半年大量进口和囤积乳粉。”

而在采访中,一家乳企的负责人也证实了张志民的判断。“由于2013年的‘奶荒’和恒天然事件导致的断奶后,很多乳企都大规模囤奶,而且基本上都是在高价位进的货。可是从2014年3月开始,新西兰和欧盟的原奶价格就开始一路下跌,相比中国乳企进货时,跌幅已经达30%—40%。在这种情况下,乳企不仅要承担价差损失,还要消化存货,自然只能减少或压价收购原奶。”这位负责人解释说。

不仅是中小型乳企库存压力陡增,高企的存货也成为吞噬上市公司利润的重要原因。记者研究光明乳业2014年三季报发现,该公司前三季度计提存货损失8650万元,计提比率约为14%,其中第三季度计提4891万元。从中报库存的细分数据来看,28亿元的存货中原材料(大包粉)占14亿元(其中2014年新增高价粉为9亿)。

2014年半年报披露的数据显示,



截至6月30日,蒙牛存货为44.6亿元,与年初相比增长72.9%。事实上,2014年9月,蒙牛乳业就曾经大幅下调了对山东一些奶牛养殖场原奶的收购价。当时蒙牛给出的理由就包括:受国外进口原料粉价格大幅下降影响,公司减少了对国内原奶的需求。

进口粉冲击国产工业粉

对于将进口大包粉制成还原奶进行销售的猜测,多家乳企的工作人员都向记者表示,还原奶的制作工艺和设备与普通液体奶存在很大的差别,大型集约化生产的乳企不会因为短时间内原料价格的波动而改变生产流程。

内蒙古某乳企负责人给记者算了一笔账,按照养殖户盈亏的基准线4元/kg计算,生产1kg常温奶平均需要消耗1.05公斤原奶,原材料吨成本约为4200元,按每吨奶4000盒灌装,每盒250ml纯牛奶的原料成本为1.05元。如果按目前大部分地区乳企与奶农签订的协议价3.5元/kg计算,每盒的原料成本为0.92元。

如果使用2万元每吨的进口大包粉进行生产,按照1:9的比例出奶,每吨成品的原料成本为2222元,每盒奶的原料成本为0.56元。但值得注意的是,原材料成本仅占总生产成本的36%—38%,而灭菌杀菌检测等制造费用占总成本的比例大约为10%,因此,用大包粉替代原奶生产的利润并没有坊间流传的那么可观。

尽管进口奶粉对生产液态奶的影响并不明显,但在其他乳制品的生产中,进口奶源对本土奶源的冲击则要明显得多。乳业高级研究员宋亮表示,2013年以前国内的酸奶很少出现由奶粉加工成的“复原乳”,大多由生鲜乳做成;而现在进口奶源激增,国内多家企业都改变工艺,迅速调整产品结构。例如,记者在超市看到,光明的“风味酸牛奶”、味全的“脱脂风味发酵乳”等产品的配料表中都明确含有“脱脂奶粉”。

除了地方乳制品企业,过去国内中小型养殖户的原奶大多销售给工业奶粉加工企业,为乳饮料、酸奶制品、烘焙食品、糖果等食品企业提供原料粉。但由于进口奶粉价格“跳水”,大多数食品企业转而选择使用进口奶粉做原料,导致国内工业粉生产企业大多处在停工状态,不再向奶农收奶。

乳企面临利润或市场抉择

“都说自己是百分百进口奶源,消费者根本分不清楚。”一位乳业业内人士向记者表示,含乳饮料的兴起对牛奶消费产生了一部分替代,尤其是在三四线城市。根据AC Nielsen的数据,目前中国乳制品消费结构中,真正纯正的白奶(常温奶、巴氏奶)占比仅30%,而饮料化的有口味的奶(动物蛋白饮料、乳酸饮料等)占比则高达70%。

不过乳业专家认为,造成这种结果的原因,正是中国乳企本身。在2013年“奶荒”导致生产成本走高的

时候,大多数乳企已经砍掉了低端产品生产线,进而向中高端要利润。乳业专家分析称,这两年乳企销售额在增长,但是销量却没有跟上,甚至下滑。“农村和城市总计7亿—8亿的低收入人群对价格是很敏感的,他们喝奶的预算支出可能是一包1.5元,如果涨到2.5元,涨幅就达到60%,这对他们来说是很难接受的。”

在这种情况下,价格便宜,口感和风味更具特色的含乳饮料、乳酸菌饮料开始迅速占领低线城市或广大农村市场。数据显示,2013年我国含乳饮料和植物蛋白饮料制造行业销售收入为895.22亿元,同比增长19.54%;利润总额125.42亿元,同比增长24.52%。

“解决‘倒奶’问题首先要解决国内乳制品企业高原料库存的问题,而消化库存的最好方法就是加快终端的销量。”一位乳企负责人向记者表示。

记者在北京市各大超市走访发现,三元、现代牧业、完达山等乳企的降价促销力度颇大。“乳制品春节销售旺季马上就要来了,乳品企业肯定要抓住这一机会做促销,不过这种促销行为还是以试探市场为主,短期内不会有实质降价”。

尽管乳企已经开始卖力吆喝,但市场似乎“喝奶”热情不高。“就像食用油一样,没有消费者会因为便宜实惠而购买欲陡增,或是全家从不喝奶变为突然爱喝奶。”业内人士预测,在产能过剩情况下,价格战或仍将持续一段时间,最好的方法还是通过推出中低端新产品的方式来扩大消费。

水果哥:让你吃到小时候的水果味

■ 本报记者 陈玮英

古有蔺相如,今有任相儒。这经常成为北京美果源农业发展有限公司总经理任相儒在众多演讲发言时的开场白。

按照国学解析,相,帮助、辅佐之意;儒,满足他人的需要。相儒,即为愿意帮助他人,满足他人的需要。

“水果哥”就是要帮助精英人群吃正确的水果和正确地吃水果。

2011年,有着五六年水果经营经验的任相儒提出“原味水果”概念。2013年底,任相儒萌生出创立“原味水果”品牌的想法,“只卖原汁原味的水果。”这也成为任相儒多年所坚持的理念和开创“水果哥”品牌的初衷。

2014年4月1日,“水果哥”品牌应运而生,以卓越服务为精英人群提供基于健康与关爱的水果系统解决方案。

何为“原味水果”?需满足三大要求:原产地精选、原生态种植、原味健康。

为实现原产地精选,水果哥主创团队历时7年,行程40多万公里考察500多家优质水果基地。目前,已与融青生态、保定大午集团、平谷桃花妹基地、脐橙基地、涌泉岩边蜜橘基地等60多家优质基地结成战略合作伙伴关系。“就是在原产地当中选择出最好的。”

原生态种植则需满足四大标准:无公害、绿色、有机、地理标志。这也是国家所规定的四大标准。也就是说,进入“水果哥”品牌的水果必须符合这其中四项的一个。

原味健康,就是要求水果达到纯正原本的味道,且符合自然生长规律,遵循顺时养生法则。

即使达到这三大要求,进入“水果哥”品牌的水果也需要PK。任相儒表示,“我们现在每款水果都会拿到第三方的权威检测机构进行检测,并且到基地选果时需要检测水果的含糖量、成熟度,了解水果的生长过程,打蜡、催熟的水果根本不会出现在‘水果哥’中。”

不过,“水果哥”并不是简单地卖水果,而是针对会员提供水果系统解决方案。其银果会员、金果会员、钻果会员的会员费用分别是19800元/年、39800元/年、59800元/年。

可是,没有体验何成会员?于是,任相儒推出了“美果源”品牌,定义为中国原味水果第一品牌。并且,任相儒给出了选择“美果源”的五大理由:一是原产地精选直供,二是原生态无害种植,三是时令新鲜纯正原味,四是诚信为本只卖净重,五是24小时无理由退换。

工业增速安徽领先

2015年规模工业增加值增长10%左右,技改投资增长13%左右

■ 本报记者 郝玲 吴明

日前,记者从安徽省经信委获悉,安徽省2014年前11个月,规模工业增加值增长11.2%,高于全国2.9个百分点,继续保持在全国第一方阵。

2014年,安徽省工业和信息经济呈现“运行平稳、总量跨越、质量提升、结构优化”的良好态势:一是总量迈上万亿台阶。预计,全年规模工业增加值9500亿元左右,全部工业增加值有望跨上万亿台阶,提前一年完成“十二五”规划目标。

二是增速保持全国第一方阵。前11个月,规模工业增加值居全国第7位、中部第2位。

三是高成长产业迅猛增长。前11个月,十大高成长产业实现工业总产值4951.8亿元,同比增长25.3%。其中,新型显示、智能终端、新能源汽车、智能装备、智能语音产值分别增长96.4%、54.9%、65.6%、22.1%、38.5%。

四是质量效益稳步提升。前11个月,规模企业实现主营业务收入3.29万亿元,总量超过福建、上海,跨入全国十强,14个行业主营业务收入超千亿元。

五是企业规模不断壮大。预计,全年新增规模企业1259户,居全国第4位,规模企业总数达16372户。亿元以上企业达6600户,较上年净增700户,超10亿元480户,净增50户。

与此同时,质量效益稳步提升、信息经济活力迸发、两化融合水平跃升、民营经济贡献突出、中小企业增势强劲、工业动力作用增强。

2015年安徽省工业发展目标是,全省规模工业增加值增长10%左右,技改投资增长13%左右。具体目标量化为“万千百十”:

“万”:实现规模以上工业增加值1万亿元以上,新增企业5万户。

“千”:实施亿元以上技改项目1000项、技术创新项目1000项,推广应用机器人1000台,建设智慧企业3000家,推广新能源汽车5000辆,信息消费规模超过2000亿元。

“百”:打造智能制造车间100个、新型工业化产业示范基地100个,推广应用信息消费创新产品100件,培育国家和省级两化融合管理体系达标试点企业100家、诚信管理企业100户、省级专精特新中小企业200户、省级新产品300项以上,新增直接融资后备资源库入库企业700户。

“十”:创建省级小微企业创业基地30个、产业集群专业镇建设示范点30个,新认定省级中小企业公共服务示范平台30个、工业设计中心20个,制定各类标准30个以上,培育认定省级企业技术中心50户以上、省级标准化示范企业60户。

“卖菜的”做电商火了 千万融资成功背后含隐忧

■ 本报记者 张博

2014年,半成品生鲜电商呈现出爆炸式增长的势头,青年菜君、洋葱达人、魔幻厨房、润丰净菜等众多企业将凭借着净菜这一个并不新鲜的产品,着实火了一把。其中新味、青年菜君还获得了数百万甚至上千万的融资。

一线城市净菜市场火爆

据《中国企业报》记者了解,这些半成品生鲜电商大多将目标瞄准北上广等大型城市的年轻家庭,其经营模式也基本相似,线上提前下单,线下就近取菜。洋葱达人创始人张楠介绍,消费者通过微信服务号下单,每天下午会有专门的工作人员把搭配好的半成品菜配送到消费者指定的地点,通常是地铁站或是小区附近的便利店。具体配送时间以上午11时为界,11时之前完成下单就可在当日下午4—6时前完成配送;11时之后下单则只能在第二天进行配送。

青年菜君创始人任牧表示,通过提前预订,按订单去采购、生产、加工的方式,可以减少库存带来的损耗。

而通过就近取菜的方法,又解决了配送成本高的问题,形成了线上线下的闭环。

除了这种直接面向普通消费者的电商,还有像小农女、美菜、饭店联盟、蔬东坡等面向中小型餐饮企业的电商。这些平台的经营模式同样是用用户提前在线上下单,电商将需求汇总后便统一进行前端的蔬菜、粮油等食品原材料的采购,经过分拣后,派送到用户餐厅。

据了解,在线销售半成品菜以餐饮O2O新模式吸引了市场和资本关注。任牧曾表示,通过前期市场调查可以发现,蔬菜和肉类的利润空间大约在70%以上,半成品外卖应用的客户留存率能超过50%,平均毛利率可达55%,而大众餐饮业的毛利率基本上是在8%以内。

对此,业内人士分析表示,半成品生鲜电商的优点在于用就近取货或是送货上门的方式解决消费者或餐厅以往需要自行采购的痛点,同时因为汇聚大批用户的需求而获得采购食材的议价权,作为初级原材料供应商,损耗、加工成本并不高,相较于农产品而言,溢价空间很大。

值得注意的是,尽管半成品生鲜电商“钱景广阔”,但缺乏国家统一标

准,企业标准的水平又参差不齐,已成为限制行业继续发展的巨大瓶颈。业内人士表示,如果尽早解决标准和监管问题,半成品生鲜电商迟早将面临同“专车”一样的困境。

标准缺失限制行业发展

记者从食品药品监督管理局了解到,目前还没有针对线上平台销售的半成品食材的国家、行业或者地区标准,即使是针对餐饮企业、超市或中央厨房的半成品标准也是由生产企业自己指定的。

通常,企业可以根据自身条件,制定原料采购、生产加工等工艺标准,经当地质监部门备案,核准后便能生产上市。在很多地区,如果不需要经过餐饮企业或商超,甚至不需要通过质监部门的审核。

据记者了解,尽管半成品生鲜涉及食药监局、农业部、工商、质监局等多个部门,但仍存在监管不到位的情况,从原料源头的使用到生产加工过程中的添加剂使用,再到生产运输过程中的冷冻储藏等,任何一个环节都有可能让“净菜不净”。

对于原材料的处理,每家电商都有自己的办法,例如深圳土包子表

示,“我们有自己的生产基地,先在田间抽样,对原材料进行农残检测,随后进行处理分割、净水清洗,之后沥干去水,抽真空包装,再运送到线下销售点。”而青年菜君则透露,“采购上,我们已经与做生鲜起家的永辉超市建立起了合作,借其完成初步分拣以及去除农药残留。”

对此,北京福次第食品有限公司董事长张勇刚认为,尽管微信和App是当下比较兴起的电子商务模式,但相比天猫、京东、当当、1号店等电商平台,因其缺乏第三方监管,很可能成为食品安全问题发生的又一个重灾区。

据记者了解,2014年12月末,北京市食药监局发布《即食鲜切蔬果生产许可审查细则(2014版)》要求自2015年3月1日起,如果没有取得相关生产许可,企业就不得再生产销售即食鲜切蔬果产品。

记者注意到,该细则对产品的自检净含量、标签、感官、大肠杆菌等指标提出了具体要求,业内有观点认为,细则的出台将对半成品的生产和销售起到规范作用,但目前的净菜产品中除了蔬果,还包括肉类、禽蛋类产品及调味品,因此,具体规范效果还有待观察。