

数说十年

1.1倍:2011年全国奶牛存栏1440万头,比2002年增长1.1倍。  
1.7倍:2011年全国奶类产量为3811万吨,比2002年增长1.7倍。  
1.8倍:2011年全国牛奶3658万吨,比2002年增长1.8倍。

33%:2011年全国100吨以上奶牛规模养殖比重达到33%。  
10000公斤:2011年全国规模化奶牛养殖场单头年单产超1万公斤。  
716家:淘汰400多家生产企业,全国现有716家乳制品加工企业。  
66项:公布66项新乳品安全国家标准。

# 乳业十年:创造中国速度

■ 本报记者 闻笛 赵璐

回顾中国乳业的发展,人们总习惯于将1999—2009的十年称为“黄金十年”。国务院发布实施的《中国食物与营养发展纲要(2001—2010)》中,乳业为优先发展的三个重点食物领域之一,在政策的有力支持和有关部门的努力下,10年来中国乳业行业处于健康、快速发展的新阶段。同时,以蒙牛在1999年率先引进消化世界领先的生产工艺、大规模生产无菌利乐包牛奶为标志,中国乳品企业的快速增长和乳品消费市场的大幅度扩张,中国的人均饮奶量在过去十年增长了几倍,牛奶产量超过众多乳业发达国家位居全球第三。更令人鼓舞的是,伴随着蒙牛这样的乳品龙头企业进入世界乳业二十强,中国领先乳企更开始了向世界最高水平的冲击。



伴随着蒙牛进入世界乳业二十强,中国板块开始在世界乳业版图里全面崛起。  
本报记者 林瑞泉/摄

## 黄金十年 全面崛起

过去的十年,中国乳业在经历了堪称“黄金”的高速增长期,伴随着蒙牛进入世界乳业二十强,中国板块开始在世界乳业版图里全面崛起。2011年,中国奶类的总产量已居世界第三位,中国奶业的发展速度正体现了“中国速度”。正所谓十年磨一剑,中国奶业的成长也斩获了丰硕的硕果,奶业的十年发展正是中国十年发展的一个缩影。

在中国奶业发展的十年中,蒙牛是非常具有代表性的一家企业,1999年才刚刚成立的蒙牛,如今已占据中国牛奶行业中品牌价值第一的位置。目前,蒙牛已经在全国20多个省、市、自治区建立生产基地30多个,总资产211.7亿元,年产能739万吨,累计创造产值2054亿元。2011年,蒙牛实现销售收入373.9亿元,2012年上半年,蒙牛实现销售收入183.6亿元。从最初的1116位通过短短的数年时间便跃居为第一位,成为行业中不可复制的神话。

而在2006年,蒙牛在第27届IDF(国际乳品联合会)世界乳业大会上,一举夺得IDF世界乳业创新大奖,更标志着中国乳业首次在世界中得到了认可,蒙牛品牌带着中国制造的烙印从此踏上了国际舞台之路。蒙牛产品以优良的品质和不断创新的品类赢得了中国消费者的持续认可,多次荣获“最受消费者喜爱商品”、“最受信赖食品品牌”等殊荣,根据AC尼尔森数据,蒙牛液体奶、酸奶市场份额在国内居第一位。不仅如此,蒙牛的产品更代表了中国乳业的发展成就,远销香港、澳门、新加坡、蒙古等市场,蒙牛“世界牛”的概念也更为人所熟知。

## 质量管控 护航民生

十年来,消费者对于乳制品的品质需求不断提升,逐渐从“有奶喝”向“喝好奶”转变,蒙牛等大型民族乳企从奶源建设、质量管控、产品创新、国际合作等多方面着手,对标国际领先企业的品质体系,全面提升质量管控,为消费者创造点滴幸福。

奶源建设、质量管控、标准化管理,中国乳业以“品质至上”的管理理念,开始了与国际品牌同台竞技的新阶段。

蒙牛致力于成为中国质量最好、最专业、最专注的乳品企业,通过质量策划、质量控制、质量保障、质量支持四大模块的管控,实施过程控制方法,实现与国际接轨。管理体系涵盖“从田间到餐桌”全产业链,包括种植、养殖、初级加工、产品开发、采购、生产、出厂、储运、销售、消费者反馈十个环节。为充分落实端到端的质量管理,蒙牛公司建立了四驾质量马

车,即:集团质量管理体系、奶源质量中心、营运质量中心、市场质量中心,并遵循裁判员、运动员分开机制,确保相互独立且有机协作。业内人士称,目前国产乳制品、婴幼儿配方奶粉的质量安全状况为历史上的高水平,消费者可以放心购买。据中国乳制品工业协会介绍,通过近10年的快速发展,中国乳业加工技术装备先进、质量保障体系更加完善。

目前中国乳制品工业整体技术装备水平大幅度提升,特别是大型骨干企业的技术装备、检验手段和能力已经达到世界先进水平。其中,蒙牛集团质量管理以集团整体发展思想为指导,对于乳制品生产经营链中的各个环节进行严格把关,实施“全过程、全方位、全员”的全面质量管理体系,形成完整质量管控氛围,始终保证产品的100%安全。生产线上的每一包蒙牛牛奶都要经过9道工序、36个监控点、105项指标检测,只要有一项检测项目不合格,整批产品都不允许上市。

其次是产品质量安全水平明显提升。乳品企业普遍建立并实施先进的管理体系,强化质量保障制度,对原料进厂、产品出厂实施批批检验,建立产品质量追溯系统等措施,产品质量明显提升。从有关部门和机构对产品监督检查的结果看,合格率达到99%以上。

## 自办牧场 奶源把控

好牛奶须有好奶源。放心奶首先建立在原料奶的源头——奶源基地上。据中国乳制品工业协会负责人介绍,2008年以来,中国政府连续出台产业政策,强化质量和标准化生产,对乳业实施了最严厉的整顿和监管措施。政府和企业都加强了对奶源基地的整顿和改革。例如,对全国的奶站进行清理整顿,实施许可证管理制度,关闭不符合要求的奶站;运奶车实施准运证制度。特别是乳制品企业在发展自有奶源上取得了显著成绩,一些大型骨干企业自有奶源的比例达到30%至40%,有的已经超过50%。一些婴幼儿乳粉生产企业在原料生产上实施“全产业链”管理,所用生鲜乳全部来源于自办牧场的高品质生乳。

随着奶源基地建设、规模化养殖的进一步发展,原料乳质量明显提升。2011年底,全国所有奶站全部纳入监管,并100%持证收购;100吨以上规模牧场饲养的奶牛头数已占到总饲养量的33%;机械挤奶率达到87%以上。经过十多年的努力,在蒙牛奶源中,规模化牧场奶源占比已达86%,从源头上保证了牛奶质量。蒙牛目前日收购原奶上万吨,据行业之首,100%实现机械化挤乳,原奶各项

指标均高于国家标准。未来该公司仍将加大奶源基地建设资金的投入力度,计划至2015年整体继续再投资30—35亿元,并发展可控新增牛头数约100万头以上。

## 世界品牌 指日可待

在“中国速度”的发展之下,中国领导世界奶业品牌也是指日可待的。连续发布15个年度的“中国最有价值品牌排行榜”在美国纽约市立大学再次揭晓了2009中国最有价值品牌排行榜的100强名单,蒙牛乳业不负众望蝉联了乳品行业的冠军地位,领跑全国奶业的发展,中国乳业领跑世界的脚步越来越近。

最近几年,中国婴幼儿奶粉市场基本被外资奶粉占领,不仅如此,外资也在通过各种手段向其他乳品市场扩张。我们需要清醒地认识到,13亿中国人的饮奶问题最终还是需要中国自己的乳制品企业解决。与此同时,确保属于中国自己的、能够生产出高品质产品、拥有较强竞争力的大型乳品企业,也是保障中国人自己的安全乳品供应的迫切需求和实际需求。在未来残酷的竞争中,产品品质才是企业争夺市场的砝码。蒙牛等民族乳企将在原奶收购、生产过程、仓储运输等各个环节严格把关基础上,从奶源建设、质量把控、研发创新等各方面对标国际领先企业,积极开展国际合作,实现与国际乳品高品质的全面接轨。

## 科学发展 由大变强

十年来,饮奶的重要性越来越为国民所重视,国民饮奶量不断提升,并逐渐向不同需求的细分市场转变。近几年来,中国乳业努力走出低价、低水平、同质化竞争的误区,如蒙牛等各大乳品企业在生产经营优化、差异化方面作出了突出贡献。针对市场需求的不断升级,蒙牛不断开辟细分市场,培育出一代又一代引导市场消费潮流的拳头产品,逐渐形成由5大系列400多个品项构成的全方位、立体化乳品矩阵。在成功上市高端牛奶产品特仑苏之后,相继推出特仑苏醇纤牛奶、新养道珍养牛奶、未来星DHA藻油儿童奶、蒙牛真果粒以及获得“国食健字”证书的冠益乳、新养道益益牛奶等高端系列新品。

在过去年十年的快速增长中,草原乳业开始以领导者和主力军的姿态登上了中国乳业的历史舞台。在草原乳业企业过去几年的探索中,人们已经看到了很多值得关注和令人欣喜的变化。每一个来到“中国乳都”核心区和林格尔参观的人们,都会对在这里矗立的国内最大的乳品研发中心感

到惊奇。按照“立足自主研发,培育核心产品,抢占技术高端”的工作思路,蒙牛斥资12亿元,联合英国剑桥大学、澳大利亚莫纳什大学、中国农业大学等全球十几家顶尖乳品研究机构建设了这一国际领先的乳品研究院,这里集合了全世界优秀的乳业研发人员,创造了一个服务整个中国乳业的产学研一体化平台。并与中国检验检疫科学研究院组建了“乳品联合实验室”,走出了一条独特的自主创新之路。

记者在采访中了解到,蒙牛每年投入研发的费用居于国内企业之首,其研发费用与销售额之比,已经达到了与雀巢、达能等国际先进企业相当的水平。高额的投入带来了丰厚的回报,在2007年第27届世界乳业大会上,蒙牛高端产品“特仑苏”获得“产品开发奖”;在2010年世界食品品质评鉴大会上,蒙牛“早餐奶”和“未来星”儿童牛奶荣膺大奖,同时,“未来星”还获得法国SIAL国际食品展“创新大奖”;蒙牛“真果粒”历经29个国家的合作媒体及SIAL金奖全球评委的评审,代表中国赢得SIAL国际金奖;在2010年第15届世界食品科技大会上,蒙牛“冠益乳”凭借高附加值的科技含量以及对社会消费群体的健康贡献,赢得“国际食品工业大奖”;在2011年第28届世界乳业大会上,蒙牛“新养道”荣获“乳品创新奖”。截至2012年6月,蒙牛集团共申请专利1211件,授权专利973件。

下一个十年,乳业的关键词应该是“强”,无论是从奶源管理、人均效益、科技研发等各方面看,民族乳业的普遍水平与世界顶尖企业仍有差距,下一步的发展应该更专注于苦练内功,而不是单纯追求销售数字和销售额排行。从科技创新出发,蒙牛迈出了“做强”的关键一步。

在蒙牛等龙头企业的引领下,乳品企业大力推进“生态草原”建设,确保奶源品质安全。目前,蒙牛不仅在牧场建设、品质检验等各方面严格按照世界级领先乳品企业的标准来进行管理,而且通过推行“日清日高”的“OEC”管理,进一步提升全员效率,苦练内功,并通过优秀的企业文化和良好的薪资待遇来吸引乳业的先进人才扎根乳都。

世界乳业大会(IDF)主席吉姆·贝格先生曾经说过:世界乳业增长的50%来自中国。而中国乳业增长的50%以上来自内蒙古。在努力做强新征程中,中国乳业、尤其是被誉为“中国乳都”的呼和浩特,必将焕发出更卓越的领导力量。

## “十八大”特别报道 科学发展 乳业十年

## 治理洋奶粉乱象有法可依

《进出口乳品检验检疫监督管理办法》将实施

■ 本报记者 闻笛

《中国企业报·中国食品报道》记者近日从中国质检总局获悉,中国《进出口乳品检验检疫监督管理办法》已制定完成,有望于近期发布实施。该办法将对现行管理要求进行整合,进一步规范相关工作。今后由海外进口的奶粉必须要经过风险评估并符合相关要求后,才能允许进入中国,而相关经营者和代理商则实行备案制。

近年来,尤其是自三聚氰胺事件后,洋奶粉大举登陆中国市场并备受国人追捧,记者从市场上了解到,目前洋奶粉的品牌数量已经达到100多个。但是值得注意的是,伴随着进入中国市场的洋奶粉种类和数量越来越多,洋奶粉也频频发生质量安全事件,尤其是一些在海外贴牌生产的洋奶粉,往往只注重市场而忽视了品质把控,导致一些进口奶粉不符合中国国内标准。

## 洋奶粉乱象亟待整治

《中国企业报·中国食品报道》记者日前从国家质检总局近日发布的风险预警信息了解到,两款进口自新西兰和新加坡的婴幼儿配方奶粉被检出不合格。另据统计,在国家质检总局14个月以来公布的进境不合格食品通报名单中,共有34批次超过270吨不合格进口奶粉被销毁或退货,其中3/4为婴幼儿奶粉。

事实上,近年来“洋奶粉”不断曝出食品安全问题,一些知名婴幼儿奶粉品牌同样牵涉其中,比如雀巢奶粉碘超标事件、美赞臣奶粉金属污染、雅培召回事件等。

作为进出口食品检验检疫和监管的行政管理部门,国家质检总局近日传出消息,目前《进出口乳品检验检疫监督管理办法》已经制定完成,并完成了对WTO的通报程序,将于近日发布实施。该办法对于乳制品提出了准入评估的要求,只有经过风险评估并符合要求的国家才被允许向中国出口,对于出口商和代理商则实行备案制度。

中国科技产业投资管理有限公司分析师冯超群博士告诉《中国企业报·中国食品报道》记者,近年来随着中国内地市场对高品质乳制品尤其是奶粉的需求不断增长,世界各主要的乳制品出口国产能提高逐渐滞后,在扩大产能的过程中往往会出现“萝卜快了不洗泥”的现象,部分进口奶粉会出现变质、重金属超标等问题。

据记者了解,新西兰、澳大利亚、美国、欧盟是中国主要的乳制品进口来源地,其中从新西兰和美国进口的乳品分别占到进口总量的46%和18%。2011年,中国进口乳品91万吨,包括45万吨的奶粉,其中从新西兰进口的奶粉占到80%。

冯超群认为,今后应进一步建立进口乳制品的安全追溯体系,对于海外生产企业的不同产品进行严格的分类管理,奶粉的原料地、生产地、销售地都要标明。比如日本对于奶粉中的碘和锌不做要求,如果在日本本土销售的产品直接进入中国,碘和锌的含量就会不足。

## “假洋鬼子”成重点治理对象

国家质检总局相关负责人向媒体介绍时表示,质检总局在出入境环节一直对进口奶粉实施检验检疫。目前,进口奶粉的质检中基本上没有发现安全卫生项目上的不合格,主要是营养和微量元素不符合中国标准。

理论上,出口到中国的婴幼儿配方奶粉必须要符合中国的国家标准,其中对于产品的维生素和矿物质含量都应做明确规定。而标准执行不严,与目前大量“洋奶粉”贴牌生产的模式有很大的关系。

“由于新西兰和澳大利亚的乳业进入门槛低,原料价格便宜,很多中国企业在当地注册一个品牌,就可以找个代工企业‘挂牌’进行生产。”从事国际奶粉贸易多年的张先生向记者表示,有的企业自己开个小作坊,通过网络代购的方式进入中国,这也给监管增加了难度。

目前,在中国从事乳品进出口业务贸易商有数百家,不少贸易商宣称自己的婴幼儿奶粉是“100%原装进口”,实际上产品并不在国外销售,这种品牌被形容为“假洋鬼子”。

近年来,“洋奶粉”成为资本和企业追逐的一块大蛋糕,由此涌现大量贴牌产品。比如有一家新西兰奶粉生产企业,代工的品种有15.16个,其中80%的产品是销售到了中国。张先生告诉记者,很多“洋奶粉”的经销商更注重“牌子”和利润,而不注重品质,没有很好地对产品品质把控,在进口到中国前对于奶粉的奶源来自哪里、营养成分是否符合销售国家标准等并没有深入了解。张先生认为,婴幼儿奶粉是要为孩子的健康负责,不能只是盲目地做市场和品牌,而要管控好上游环节,从配方、生产、检验全过程都要符合中国的标准,有关部门也要加强对于经销商的审核。

## 洋奶粉市场淘汰序幕拉起

目前,中国已成为全球最大的配方奶粉市场,而“洋奶粉”在这个市场占据着主导地位。不仅美赞臣、雅培、美素等国际品牌以及在国外贴牌生产的奶粉大量进入中国市场,光明、贝因美、娃哈哈等本土企业也在海外找寻奶源,打出“进口牌”。

记者发现,无论是商场超市还是电子购物网站,进口奶粉都要比国产奶粉的销售情况要好,有的地方某些品牌的洋奶粉甚至脱销。一罐婴幼儿奶粉,低端产品的价格为80至100多元,毛利润为15%至20%,而中高端产品一般在200元以上,毛利率最高可以超过60%。国内部分企业通过进口奶源、升级配方等方式推出高端奶粉,利润率也能达到40%左右,但消费者对国产高端奶粉的认可度并不高。

对于未来“洋奶粉”的市场格局,冯超群认为,高利润率吸引着越来越多的企业进入奶粉市场,但品牌良莠不齐,未来竞争将不断加剧,最终包括国际四大奶粉品牌、国内的伊利和贝因美等在内的大品牌将主导市场,而很多小品牌将退出市场。