

我国乳品消费快速提升 自有奶源成未来重点

文 / 实习记者 张燕



最新公布的《乳制品行业 2020 年回顾及 2021 年展望》（以下简称报告）显示，2020 年，全国规模以上乳制品企业利润总额 394.85 亿元，同比增长 6.10%。报告预计，2021 年我国乳品消费量将会快速提升，建议企业今后的重点工作应集中在发展自有奶源、平抑奶价、优化产品结构、引导消费扩大市场等方面。

该报告由中国乳制品工业协会原理事长宋昆冈在 2021 年中国乳业经济运行会议上发布。

2020 年：4 月产量转正 经济效益整体好于上年

报告显示，2020 年第一季度，由于全国防控疫情的需要，在一些地方交通出现不畅，为原料乳收购、乳制品销售造成了困难。2 月份全国乳制品产量月同比下降 17.45%；3 月份乳制品产量月同比下降 8.89%，其中乳粉月同比增长 13.66%。第二季度整个行业的情况发生了好转。4 月份乳制品产量实现了正增长；5 月份乳制品产量月同比增长

在目前牛源短缺的情况下，可以采取从国外进口的措施。据了解，今年两会已有代表向国家提出放宽种奶牛来源国，扩大奶畜品种的建议。

10.46%，累计同比-3.32%；6月份乳制品产量月同比增长7.85%，累计同比-2.51%。

取得快速好转的原因在于党中央、国务院把乳制品列为生活必需品，给予了大力支持和保护，全行业认真履行社会责任、采取有力措施，开展了保奶农（不拒收一滴合格奶）、保生产、保质量、保价格、保供应等“五保”行动。从整体上看，我国乳制品行业的经济效益也要好于上年。

据国家统计局数据（月报），2020年1—12月，全国规模以上乳制品企业572家（上年565家），主营业务销售总收入4195.6亿元，同比增长6.22%（上年为10.17%）；利润总额394.85亿元，同比增长6.10%；销售收入利润率为9.41%（上年为9.61%）；年终产成品存货90.94亿元，占销售收入的2.17%（上年为2.37%）；亏损企业亏损总额21.01亿元，同比下降了3.06%；行业亏损额与利润总额的比值为1:18.79（上年同期1:17.47）。

据海关统计数据，2020年1—12月，全国共进口各种乳制品347.83万吨，金额125.99亿美元，同比分别增长11.07%和6.22%。进口乳制品总货值约为1026.2亿元人民币，相当于国内乳制品工业销售总收入的24.5%；折合成鲜奶约1943.7万吨，相当于国内生鲜乳产量的60%。其中，液体乳进口量增长16.75%、乳粉增长-3.50%、婴幼儿配方乳粉增长-2.18%、乳清粉增长38.07%、乳糖增长22.70%，幅度最大。

2020年1—12月，全国乳制品出口合计4.60万吨，金额2.44亿美元，同比增长-19.90%、-46.81%。2020年出口乳制品中，婴幼儿配方乳粉下降最多，为-61.37%；传统出口乳制品——炼乳出口下降-12.60%；酪蛋白（干酪素）出口提升37.23%。

婴幼儿配方乳粉合格率 100%

2020年1—12月，国家市场监督管理总局组织的食品

安全监督抽检，婴幼儿配方乳粉合格率100%。乳制品除极个别产品不合格外，基本保持了全部合格的好形势，产品质量优秀稳定。通报不合格的乳制品仅1例：陕西某羊乳企业委托生产的“纯羊乳”，酸度不合格（检验结果16.1°T；标准为6—13°T）。

2020年前三季度，全国市场监管系统食品安全监督抽检：婴幼儿配方乳粉9305批次，不合格14批次，合格率99.85%；乳制品54421批次，不合格83批次，合格率99.85%。在抽检的34类食品中合格率最高。

2021年：重点关注自有奶源、产品结构等

报告指出，2021年乳品市场将呈现出旺盛态势，消费量将会快速提升，建议企业今后的重点工作应集中在发展自有奶源、平抑奶价、优化产品结构、引导消费扩大市场等方面。

坚定不移发展自有奶源。发展乳业生产，原料是基础。近年来我国奶源增长乏力，区域不平衡的矛盾愈加凸显，奶源紧缺已成为制约行业发展的主要原因。发展奶源要靠我们自己，建议各企业把建设奶源基地、发展自有奶源作为头等大事，尽快提升原料奶自给率。在目前牛源短缺的情况下，可以采取从国外进口的措施。据了解，今年两会已有代表向国家提出放宽种奶牛来源国，扩大奶畜品种的建议。

平抑奶价。近几年来奶价节节攀升，已成为制约我国乳业发展的主要因素之一。2020年12月，10省市平均奶价为4.15元/千克，比2018年上涨16%。在南方的一些地方甚至突破了5元/千克。这个价格已是乳业基础好的国家的2倍。如：2020年10月，美国的价格为2.56元/千克，欧洲为2.58元/千克，大洋洲2.21元/千克。高价格降低了国产乳制品的市场竞争力，某些品种已不得不停止生产，倡导了几年的干酪生产进展缓慢。遏制

奶价节节攀升，除了发展自有奶源外，就是要维护收购秩序，严格按合同收奶，严格质量把控，决不提价抢购，保证收奶质量。各企业要认真执行当地相关部门制定的收购指导价格，没有出台指导价的地方，应建议当地相关部门出台指导价格，废止由供求关系决定价格的老规矩。

优化产品结构。由于消费习惯及市场供求关系的变化，乳制品的产品结构必须尽快优化。以乳粉为主的基地型企业，应因地制宜地发展液体奶生产；以婴幼儿配方乳粉为主的企业，应把重点转移到成人乳粉，如：孕妇乳母乳粉、老年人乳粉。我国新生儿出生量在逐年减少，2017年1723万，2020年为1003.5万（12月底公安户籍部门登记数），三年减少了41.8%；发展深加工产品，特别是乳粉生产企业，采用超滤工艺生产乳清制品，如：全乳蛋白粉、乳清粉、乳糖、乳清蛋白粉等。

引导消费、扩大市场。宣传乳制品、引导消费是行业及每一个企业都要认真去做的一项长期工作，要把宣传融入到企业各项工作之中，特别是大型骨干企业要做出表率。各企业的广告宣传，可以宣传自己好，但不影射、不贬低其它品牌、其它产品。品牌、产品广告宣传，要增加公益宣传的内容。每年的“乳品营养周”，各企业要利用多种媒体及场合开展形式多样、实事求是的宣传。

行业乱象须持续整治

我国乳品行业发展虽然前景广阔，但是损害行业利益、企业利益的现象仍然存在。2020年5月，广州越秀、湖南永兴发生了以“固体饮料”冒充“特医婴配粉”欺骗、误导消费者的违法事件，造成了严重后果，虽然当事方受到了应有的处罚，但给婴幼儿配方乳粉、特殊医学用途婴幼儿配方食品造成了声誉伤害，也损害了行业的整体利益。2021年3月14日，纯驼奶”被爆掺假、造假现象严重，被

检出问题的驼奶，售价都在400元左右每罐，月销过万件。为了吸引消费者，还有厂家把产品宣传为“能治病”“能抗癌”的“神奶”。此外，各种损害行业声誉的事件更是层出不穷：制造谣言、捏造罪名，恶毒攻击企业；违背科学知识，抹黑企业产品，伤害商品声誉；错误解读乳制品，败坏产品名声，影响市场销售；将不含乳的食品饮料称作“××奶（乳）”，鱼目混珠等。

报告指出，各企业在遇到类似问题时，一定要依据法律和社会共识，有理有据、理直气壮地去斗争。对于违法行为，要取得执法部门的支持和帮助，将其绳之以法；对于违反社会公理、违反科学的，要组织专家、科学家予以正面澄清；对于恶意抹黑、攻击的不法网络水军，要及时向主管部门反映，删除信息，取消其公众号，追究其法律责任。

针对信息披露，全国人大代表、伊利集团质量检测控制中心主任李翠枝，建议建立一个权威的食品质量安全知识科普和信息披露平台，凡是涉及食品质量安全的国家机构都在此平台上进行食品质量安全知识的科普和信息披露，将行业内最新的消息及时传递给消费者，知识科普和信息披露实现集中管理，权威发声，增强消费者的消费信心，杜绝虚假消息扰乱市场秩序。

同时，信息披露要严格执行相关法律法规规定，任何组织机构、学者、媒体未经许可，不得对未经国家权威机构和平台发布的信息进行披露、解读。要以国家认可的权威机构为信息源，对既没有新闻采访权也没有专业能力且热衷于信息片面解读和误读的信息披露加强监管，不允许为了吸引眼球而任意炒作。建立虚假网络信息举报处理机制，呼吁全民参与。对恶意制造食品谣言，中伤食品企业并以此谋取不正当利益的组织和个人，建议国家加强立法并加大执法力度，依法严惩。■

要以国家认可的权威机构为信息源，对既没有新闻采访权也没有专业能力且热衷于信息片面解读和误读的信息披露加强监管，不允许为了吸引眼球而任意炒作。