

# 新西兰乳品零关税入境 对国内奶业影响有限

专家表示:将大幅缩减企业的生产经营成本,帮助国内企业整合全球资源

2024年1月1日新西兰表示,随着奶粉保障性关税于2023年12月31日结束,新西兰所有乳制品即日起都可以免税进入中国,由此标志着两国自由贸易协议商定的分阶段取消关税都已实现。新西兰贸易部长托德·麦克莱在一份声明中写道:“这对新西兰乳制品行业是好消息,取消关税预计每年能额外节省约3.5亿新西兰元(1新西兰元约合4.49元人民币)。”而对于我国乳业而言,目前原奶行业仍处在深度调整期,上述保障性关税的结束是否会给我们乳业带来新的压力?有行业专家指出:“由于国内奶价走低、乳品进口量下降,新西兰奶粉零关税对国内上游行业的影响已经很有限。”

## 中国成为新西兰乳业开拓热土

记者了解到,此前中国和新疆多次签署议定书,双方约定乳制品的进口税逐步取消,其中到2021年12月31日,中国对新西兰液态奶、奶油、黄油和奶酪等产品的保障性关税结束,而对奶粉的保障性关税于2023年12月31日结束。

中国和新疆的协定,为新西兰这个全球最大的乳制品出口国开拓了新市场。中国是新西兰最大的贸易伙伴,2022年双边贸易额达400多亿新西兰元。新西兰由于自身牧业生产条件优越,牛奶生产成本较低,是全球乳业原料的主产国之一,也是中国的主要进口市场。

据统计,过去三年,新西兰对中国的乳制品出口量年均约140万吨,价值约80亿新西兰元,其中约一半是

奶粉。同时,国家奶牛产业技术体系奶业经济研究室公布的贸易月报显示,2023年11月中国进口“大包粉”(奶粉原料)73.8万吨,进口金额27.9亿美元,其中69.3%来自新西兰。

## “双向奔赴”加快深度合作

对两国乳企而言,自由贸易协定的实施,让双方都受益。

有关统计显示,2022年,中国进口乳制品来源地中,进口额前三位分别是新西兰、荷兰、澳大利亚,占比分别为46.8%、17.8%、7.1%。2023年前10个月,新西兰依旧占据中国进口乳品第一大来源国的位置。

零关税前中国就已是恒天然、a2奶粉等新西兰乳企重要的海外市场。据了解,恒天然有超过四分之一的产品销往大中华区,中国已成为恒天然最重要的战略市场之一。2023

年,随着餐饮服务渠道利润率上升,恒天然大中华区利润增长1100万新西兰元,至2.84亿新西兰元。

新西兰品牌a2牛奶公司在中国及其他亚洲地区2023年的营收为10.022亿新西兰元,增长37.9%;税后折旧及摊销前利润为2.541亿新西兰元,增长75.1%。对于全年业绩增长,该公司归因于在增长战略的执行下,加大了对中国婴幼儿奶粉市场的投入。

中国乳企也受益匪浅,自由贸易协定期间,新西兰成为伊利、蒙牛、光明、蓝河等中国乳企进行全球产业链布局的首选之地。2010年,光明乳业以8200万新西兰元的价格认购新莱特公司51%的股份(现持股39%)。2014年,伊利在新西兰建成全球最大一体化乳业基地之一的大洋洲生产基地。2015年,蓝河乳业收购新西兰资产并推出全球首款婴幼儿配方

羊奶粉。2016年,蒙牛-雅士利新西兰公司生产的奶粉进入新西兰第一大城市奥克兰的8家主要连锁超市。

## 对国内乳业影响有限

新西兰乳品对出口享受零关税,会对国内奶粉市场产生什么影响?国产奶粉是否面临更加激烈的竞争?

“虽然中国是新西兰乳制品的进口大户,但奶粉零关税对于我国乳业的影响已经很有限。”乳业分析师宋亮认为,中新协议中涉及的奶粉主要是“大包粉”。近几年,中国乳业发展到了一个阶段性过剩的时期,再加上我国乳制品的消费结构和工厂的使用结构发生了明显的改变,中国对“大包粉”的使用正在减少,反而对一些高附加值、高品质原料的使用在增加。

在这一背景下,未来中国进口“大包粉”的数量也会相应减少,停止对从新西兰进口的奶粉征收关税预计不会对国内乳业造成太大影响。“新西兰原奶成本原本就低于国内,因此新西兰“大包粉”在中国的销售价格一般会低于国内的奶价随行就市,就算成本降低市价也不会有太大变化。”宋亮表示。

此外,宋亮认为,未来减免的政策还可能扩大到其他国家和地区。随之而来的是,原料进口成本也会越来越低,这将大幅缩减企业的生产经营成本,帮助国内企业整合全球资源,有助于提升中国乳企的生产积极性,促进乳制品产业的发展。

(综合)

## 多项新技术突破乳品包装瓶颈

国家乳业技术创新中心(以下简称“乳业国创中心”)科研团队针对我国乳品包装的瓶颈问题,开发出“干湿分离营养精准添加技术”“微发泡技术”“NIAS(非有意添加物)物质非靶向筛查”等多项新技术,为我国乳品包装新材料的创新研发和产业化应用及食品安全提供了有力的支撑。

乳品包装是乳品产业链的重要环节,在乳品市场快速增长中发挥了重要作用。我国乳业和发达国家相比,起步较晚,对材料、设备、工艺等研究多依赖供应商输入,特别是在一些与保质相关的阻隔技术和包装可持续发展方面,关键材料和技术依赖国外进口,国际竞争力不强。

随着市场对乳品包装的保藏性、安全性、货架期等要求的不断提高,乳品包装保质控制及创新设计成为亟待解决的行业重大问题。

通过对功能添加材料的研究,开发高性价比、高阻隔材料,保持产品风味和品质,降低乳品生产企业成本,提升产品的国际竞争力,是现阶段我国乳品包装科研攻关的重点方向。乳业国创中心乳品工艺技术与装备研究中心在“乳品包装保质关键技术及包装可持续发展”“改善乳品包装可回收能力关键技术开发及产业化应用”等自治区和呼和浩特市科技项目的支持下,联合江南大学等单位开展了乳品包装对货架期影响、乳品包装可持续、基于乳品包装NIAS风险评估技术新材料开发、柔性高阻隔材料开发、纸(铝)塑复合材料不粘奶技术开发应用、塑料微发泡技术研究及产业化示范应用等研究与技术攻关,取得多项创新成果。

其中,干湿分离营养精准添加技术将乳品配方中的益生菌、维生素等不稳定的热敏性物质,以粉剂状态储存至瓶盖密封储物仓中与现有牛奶、水产品进行组装,饮用时调温,充分保留产品的新鲜营养和风味。该技术利用储物瓶盖良好的阻隔、阻湿、阻光性能,保持热敏性物质在全货架期的不衰减和充分锁鲜,实现按功能需要精准添加,有效地解决了乳品配方中热敏性物质需要冷链运输、销售范围受限及产品货架期短等问题。目前,该技术已在现泡茶等产品上实现产业化落地,后续将向乳品市场拓展,用于打造改善肠道菌群的活菌牛奶、提升免疫力、降糖、减脂等功能性乳制品。

微发泡技术是乳业国创中心基于航天蜂窝材料的技术原理,开发出微胶囊膨胀发泡剂,成功将发泡技术应用于低厚度(低于0.1mm)的食品用塑料包装中,解决了塑料包装在超薄厚度下发泡速率的一致性和泡孔均匀分布的问题。该技术可在不改变材料性能的基础上减重10%以上。目前,新技术已在乳品企业塑料包装膜、塑料杯以及杯盖上进行示范应用,每年可减少塑料用量2000吨以上,为乳企的绿色低碳可持续发展贡献力量。

NIAS物质非靶向筛查技术由项目科研团队选取行业乳品包装典型材料为研究对象,经过多年的方法开发及优化而形成。该技术可发现包装材料的潜在风险物。该技术涵盖多类尖端设备,可筛查包含挥发性、半挥发性、不挥发性、重金属在内的残留及迁移潜在风险物质情况,科研团队通过该技术的筛查结果积累了多种材料的安全物质信息,充实了残留物及迁移物信息库。相关研究成果已在部分成员单位进行试点应用。

近年来,呼和浩特市科技局积极推动乳业国创中心建设,打造“一网络、四中心、三平台”协同创新网络,整合全产业链创新力量,开展关键核心技术攻关,取得常温活菌包埋技术、乳铁蛋白高效分离制备、新型杀菌工艺技术等一批标志性的创新成果,为攻克行业壁垒和技术瓶颈,实现乳业科技“突围”,提供了重要的技术支撑。

(央广网)

## 行业动态

## 中国乳业从供应链到产品品质已走在国际前列

1月16日,世界经济论坛举办期间,“韧性增长下的世界与中国经济”主题活动在瑞士达沃斯举办。蒙牛集团总裁卢敏放受邀出席并发表主题演讲,他表示,经过多年发展,中国乳业的供应链已经被重构,这让我国乳品的成本和品质具备了相当的国际竞争力。

“15年前,中国的酸奶市场基本是

外资主导,如今本土品牌已经成为主流。”卢敏放说,“其中一个重要的原因就是我们产品本身品质的提升,我国乳业的供应链已经从家庭作坊式走向大市场大供应链的模式,从而在产品品质控制上有了飞跃式提升。”

卢敏放表示,得益于近年来中国乳品品类进一步完善、品质的持续提升,中国本土品牌还将在黄油、奶酪等

西方占据优势的市场上获得更多的发展机会。“现在把中国、欧盟、新西兰、美国的乳制品放在一张桌上进行对标比较,我相信中国产品的品质绝对走在前面,因为我们的投入是很巨大的,结果是必然的。”

卢敏放指出,未来乳品行业需要在绿色低碳、质量数据挖掘等方面加大技术投入,以释放出更多生产力,让产业

具备更大的竞争力。此外,乳品企业要在基础营养研发上加大投入,消费者需要更营养的产品,这是不确定的大环境下市场依然确定的需求。

据了解,2023年,蒙牛成功自研的母乳低聚糖(HMO)获得了中美两国审批,让蒙牛在HMO配方奶粉和液态奶上占得先机;蒙牛自主研发的益生菌“副干酪乳杆菌PC-01”荣获中国专利金奖,并成功产业化应用于优益C等产品中,成为现象级产品。

(中国经济网)

## 市场观察

## 乳业为“菌”所困 高质量发展须破障加力

牛奶、奶粉、酸奶、奶酪……在民众饮食结构调整强劲拉动下,我国早已成为乳制品生产和消费大国,近年来每年生产乳制品3000多万吨,琳琅满目的乳制品为建设健康中国发挥了重要支撑作用。

乳酸菌、益生菌制剂是生产酸奶、奶粉、奶酪、饮料等乳制品的关键原料。由于我国对乳酸菌、益生菌菌种和制剂的研究起步晚,当前国内乳业企业生产所需的乳酸菌、益生菌菌种和制剂主要依赖进口,成为制约中国乳业市场竞争力和效益提升的瓶颈。随着科研力度的加大,近年来国内科研机构、企业已陆续取得部分成果,但是与乳业发达国家相比,我国乳制品用乳酸菌、益生菌的研发、产业化水平仍存在较大差距。专家建议进一步加力相关研究,以满足人们日益增长的对高质量乳制品的需求。

## 国产菌剂研发不断取得新突破

生产酸奶、奶酪等发酵乳类制品,乳酸菌是必不可少的原料,决定了发酵后的口感和营养成分。益生菌则具有各式各样的功能特性,添加到奶粉等乳制品中,能起到促进肠道蠕动、调节肠胃功能等作用。近年来,部分国内科研机构、企业的相关研发力度不断加大,已经取得一批成果。

20世纪90年代初期,国内乳品工业,特别是发酵乳制品虽已进入高速发展时期,但菌剂供应基本被外企垄断。

从1989年起,内蒙古农业大学张和平教授带领团队在全球32个

国家采集自然发酵乳制品(如发酵牛奶、马乳、驴乳、羊乳、牦牛乳、奶酪)等样本,至去年底,已分离、保藏乳酸菌47573株,涵盖乳酸菌的33个属、138个种和亚种。2023年10月,内蒙古农业大学建立的乳酸菌种质资源库被中国食品科学技术学会认定为目前已知的全球最大的乳酸菌种质资源库。

通过持续努力,张和平团队从采集到的菌株中,已鉴定出一批拥有自主知识产权的乳酸菌、益生菌,如干酪乳杆菌zhang、双歧杆菌V9、植物乳杆菌P-8、乳双歧杆菌Probio-M8等,打破了外企在这一领域的技术垄断,部分已在乳业企业实现转化。

近年来,兰州大学生命科学学院环境微生物课题组也聚焦乳酸菌、益生菌研究,分离鉴定出的发酵乳酸菌GR3已用于酸奶等产品生产。

本土乳制品企业也日益重视乳酸菌、益生菌的研发应用。伊利益生菌研究中心总监洪维铨说,目前,该集团已成功研制出一款乳酸菌发酵剂,此外开发出的3株益生菌菌株,可应对肠道健康、体重控制和口腔健康需求。2021年,蒙牛集团通过自主菌种分离筛选及功能研究,开发出多种具有自主知识产权的优良益生菌菌株,掌握了部分发酵乳制品生产的关键技术,有助于减少对进口菌株的依赖。君乐宝集团则建立起拥有1000余株乳酸菌的菌种库,研发出具有自主知识产权的副干酪乳杆菌N1115、植物乳杆菌

N3117及自主酸奶发酵剂。

## 研发应用差距大 菌剂严重依赖进口

近年来,虽然我国在乳制品用乳酸菌、益生菌菌种和制剂研发应用上取得可喜突破,但由于研发起步晚,与乳业发达国家相比,我国的研发应用水平仍然存在很大差距,主要是自主鉴定的菌种种类少、生产制剂的技术积累薄弱,产业化应用规模小,难以适应我国乳制品产业升级提档的要求。

洪维铨说,生产乳制品用的菌剂,需要将不同的菌种按照科学比例进行配比,这对自主掌握的菌种数量和技术工艺的要求高,国外研发早,技术和知识产权积累雄厚,丹尼斯克等国外龙头企业在该领域优势明显,我国在短期内突破难度大。目前发酵剂的进口比例高达90%-95%。记者在电商平台以“酸奶发酵剂”为关键词搜索发现,大多数商家都在产品页面标注“选用欧洲进口菌株”等宣传语。

此外,当前市场上缺乏行业标准,鱼龙混杂。为迎合人们对健康的关注,市场上不少产品蹭热度、贴概念,进行夸大或虚假宣传。以益生菌为例,据天眼查的数据,目前我国有3000多家打益生菌概念的生产加工企业,其中45%的企业成立于5年内。内蒙古农业大学食品科学与工程学院教师王记成表示,由于国内对于益生菌缺乏国家和行业标准,目前很多菌株在缺乏临床数据支撑下,就被一些企业趁着风口投入市场,导致行业内产品质量参差不齐,功效也难以印证。

## 加大研发力度 推动产研衔接

过去几年,我国大力推进奶业振兴战略,本土企业的乳制品新技术、新产品创新能力大幅提升,乳业强国建设不断迈上新台阶,有力支撑了国人的消费升级需要。

针对我国乳酸菌、益生菌及相关菌剂研发应用面临的难题瓶颈,张和平等专家和企业人士建议将乳制品用乳酸菌、益生菌菌种和制剂研究确定为我国乳制品产业升级的基础性和重点突破方向之一,设立重点专项,牵引研发水平提升。

专家们认为,当前我国在乳酸菌、益生菌菌种和制剂研究上,研发基础弱,建议进一步加大研发投入力度,设立国家级重点研发专项,带动整体研发水平提升。

目前,乳酸菌、益生菌研发和应用涉及食品、药品、基因工程等多学科。洪维铨等人举例说,近年来,国际上日益关注益生菌的药用价值,国内相对滞后,关键就是缺乏跨学科研究平台与团队、人才,建议重点布局一批关于益生菌、乳酸菌的研发基地,培养壮大人才团队,建立产学研创新联盟。

此外,要尽快制定国家标准,规范市场。内蒙古农业大学食品科学与工程学院副院长陈永福认为,目前益生菌既没有出台国家标准,也没有行业标准,导致市场上出现“劣币驱逐良币”的现象,建议尽快制定国家标准和行业标准,加强知识产权保护力度,从菌种的安全和质量方面提高相关产品准入门槛。(经济参考报)

## 乳企加紧布局中老年奶粉赛道

近日,国务院办公厅印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》(以下简称《意见》),首份国家层面银发经济政策出炉。随着“银发经济”政策出台,适老化成为新趋势,也在奶业引起关注。昨日,记者采访获悉,多家国内乳品企业看好中老年奶粉发展前景,并加紧布局此赛道。

《意见》着力于培育高精尖产品和高品质服务模式,包括养老助餐、居家助老、社区便民、老年健康等。其中,提到强化老年用品创新,鼓励研发适合老年人咀嚼吞咽和营养要求的保健食品、特殊医学用配方食品等。

据公开资料显示,银发经济是向老年人提供产品或服务,以及为老龄阶段做准备等一系列经济活动的总和,涉及面广、产业链长、业态多元、潜力巨大。目前,我国银发经济规模大概在7万亿元,占GDP比重约6%,到2035年,银发经济规模将达到30万亿元,占GDP比重约10%。

## 布局中老年奶粉 乳企开辟第二增长曲线

奶粉是主流营养补充品,记者观察到,近年来不少国内外乳企如达能、雀巢、伊利、蒙牛、飞鹤、澳优乳业等抓住银发经济契机,加快对中老年奶粉市场的布局,开辟第二增长曲线。马上赢线下零售监测网络的类目数据显示,中老年奶粉在冲调品类目中销售额突出,占比高、增速快,领涨整个类目。

澳优乳业(中国)有限公司执行总裁魏燕青告诉记者,在市场拓展方面,中老年市场还存在消费习惯未成型、用户沟通成本较高等问题,不过中老年奶粉市场有很大的发展潜力和空间,竞争不像婴幼儿奶粉市场那么激烈。飞鹤公司方面称,他们正加码成人营养品,从近期数据看,成人营养品呈现大双位数增长,各渠道的销售势头积极。

记者在调查中见到,当前已有部分乳企开始推出功能性营养的中老年奶粉。如飞鹤旗下品牌针对成年人提升自护力、心血管健康、骨骼健康、血糖健康等不同功能需求,推出植物甾醇奶粉、

乳铁蛋白配方奶粉等;澳优乳业某款配方羊奶粉则是基于中老年人群的精细化营养需求定制而生,切入心脑血管健康需求,是其加码中老年奶粉赛道的又一重磅新品。

乳业分析师宋亮表示,我国的中老年奶粉市场预计到2028年以后进入井喷期。2028年后我国预计已经步入中度老龄化阶段,60岁及以上老年人口总量将突破3亿,同时“70后”也逐渐步入老龄化,这一群体对营养摄入有更加正确而成熟的认识。“银发经济的出台,对于各个行业都会利好,包括中老年奶粉。”宋亮说。

## 产品向配方化、功能性、营养精准化发展

记者调查发现,尽管当前有大量企业入局,但从目前市面上的产品分布来看,中老年奶粉以高钙、无糖、添加益生菌为主,同质化情况显著,品类相对单一。相比之下,儿童奶粉各类营养成分的细分程度远高于中老年奶粉。从价格来看,中老年奶粉价格区间约为50元到200元。

魏燕青认为,当前中老年人奶粉主要以基本的营养补充为主,其中又以补充钙、铁、锌以及维生素最为普遍,对老年人身体健康有针对性研究的产品还比较少。“中老年奶粉将来的方向一定是配方化,并且体现出功能性,如激活免疫力、保护心血管、促进肠道通畅等。”魏燕青进一步分析,我国还没有形成完整的针对中老年的产品体系,相关标准制定尚不健全,需要各方共同参与,形成标准体系,助力市场发展。相较于婴幼儿奶粉,中老年奶粉的基础科研比较薄弱,需要相关企业不断加大研发投入,针对性地满足需求。

宋亮告诉记者,我国中老年人奶粉处于提供“基础营养”的发展阶段,缺乏精准定位某一项需求的奶粉。另外,当前我国中老年人奶粉行业在技术储备、产品创新、标准法规等方面都不够健全,中老年群体对于营养摄入的认知度还不够,都是制约其发展的瓶颈。宋亮提出,提供精准化营养必定是未来中老年奶粉的发展方向。

(广州日报)