



中国乳企卧薪尝胆

中国品牌 在海外

把“奶瓶子”握在自己手里

本报记者 王 萌

“9月19日，贝因美迎来了商务部的一纸批文，批准其收购恒天然下属达润工厂。这不仅意味着贝因美在澳大利亚‘落地生根’，也标志中国乳企在海外发展更进一步。近年来，中国乳企海外动作频频，已有4起逾10亿元的中国乳企海外投资，伊利、雅士利、光明等中国乳业企业纷纷通过海外设厂、兼并收购等方式进军海外市场，打造全球一体化产业链，逐渐实现中国乳企的海外‘逆袭’。”

中国乳业“8年蛰伏”



伊利员工在进行生产。(资料图片)

曾经，中国乳业经历了漫长的蛰伏期。2008年被业内称为中国乳业的“灾难年”。当年，伊利股份净利润亏损人民币16.87亿元，蒙牛乳业亏损9.48亿元，光明乳业亏损2.86亿元……加之持续蔓延的金融危机，让中国乳业备受打击。

“首先是对企业造成了重大损失，其次是对奶农造成严重打击，第三是对行业形象造成了创伤。”内蒙古奶业协会原秘书长那达木德曾如此总结2008年的行业危机。不仅如此，国内的困难给中国乳业的海外出口业造成了困难。

2008年之后，中国奶业重新启航。回想当年的情况时，伊利集团原奶事业部员工范争气非常感慨：“当年我们采取的是人盯车、人盯站、人盯人的‘三盯’模式，确保奶制品安全。”

8年来，中国乳企蛰伏积累，从产业链的各个环节发力，重塑行业格局：2009年，伊利打造第一个中国母乳数据库；2010年，光明乳业购入新西兰乳企新莱特51%股份，成为国内首家海外收购的乳企；2013年，贝因美搭建产品全程管理与追溯系统；2015年，蒙牛与世界农业第一名加州大学戴维斯分校签署协议，在营养健康创新以及食品安全领域展开全球合作……至今，中国奶源标准、硬件设施以及产品管理均达国际先进水平。

据调查，从2008年至2015年，中国政府累计投入扶持资金86.6亿元。目前，中国规模化奶牛场、中高产奶牛群为主体的生产体系初步形成。“养殖水平，包括管理、装备、技术水平，有很大提升，有些已经超过发达国家的水平。”中国奶业协会副会长兼秘书长谷继承介绍。

经过8年努力，中国乳业质量安全水平正处于历史最好时期。

海外“抱团”逆袭

“近年来，老百姓到海外代购奶粉、抢购奶粉，受到歧视，这深深地刺痛了我们每一位乳业人的心。”君乐宝乳业总裁魏立华回想这8年，感慨万千。8年来，中国乳企卧薪尝胆，重塑品牌。“企业协会抓紧提升行业生产管理水平，经过8年的努力，国内乳业已逐步走出低谷。”谷继承表示。

荷兰合作银行近日发布2016年全球奶业20强榜单，伊利、蒙牛分别占据第8名和第11名，其中伊利也是亚洲排名最靠前的企业。不止于此，伊利、蒙牛、现代牧业、新希望等乳企多次在国际质量评比中获得大奖，中国乳企在海外不断逆袭，利好消息不断。

今年4月20日，雅士利婴幼儿配方奶粉首次登陆新西兰市场，在新西兰第一大城市奥克兰8家主要连锁超市上市；5月30日，中国现代牧业的纯牛奶在“世界食品品质评鉴大会”上，连续第三次获得金奖，同时荣获“国际高品质奖”；8月8日，君乐宝宣布旗下婴幼儿配方奶粉将以和内地“同款同质同价”形式进入香港市场……

“我们不仅要为中国国内消费者提供安全优质的产品，也要在国际市场树立中国民族品牌。”中国蒙牛一雅士利新西兰公司总经理赵英祥说出了中国乳业人的心声。近年来，中国乳业进入新发展时期，越来越多的优秀民族品牌应运而生，并在国际竞争中发展壮大。

2015年10月，贝因美与恒天然达成协议，联合收购恒天然下属生产中心达润工厂所有权益。今年9月19日，商务部的批文为贝因美打开了最后一道关口。根据协议，贝因美将持有达润工厂51%的权益。专家分析，此举将加速贝因美全球婴童食品领域的资源整合，延伸公司产业价值链，推进全球化战略。贝因美方面介绍，“双方的业务合作包括原辅材料的采购、‘安满’系列产品的代理销售、合资收购澳洲达润工厂等，后期亦不排除牧场合作、研发合作等各种业务可能”。

国家奶牛产业技术体系首席科学家、中国农业大学教授李胜利认为，中国主要乳品企业生产设备、加工技术大都源自国际知名厂商，管理运营达到国际先进水平。伊利、蒙牛、君乐宝等走向世界，是对中国乳业的高度肯定。

用制药标准生产乳制品

“用制药的生产流水线，按照制药的标准来武装车间，可想而知，咱们这样的企业生产出的乳制品会是什么样的。”谷继承如此介绍中国乳品加工方面的高标准。

中国奶协近日发布的《中国奶业质量报告2016》显示：2015年全国乳制品抽检合格率达到99.5%，三聚氰胺等违禁添加物检测合格率连续7年保持100%；生鲜乳中乳蛋白、乳脂肪两大营养成分均值高于美国标准，规模养殖场生鲜乳中体细胞平均值低于欧盟限量值、菌落总数平均值低于澳大利亚限量值。

“在我们国家的所有食品里面，奶制品的合格率达到了最高的水平；我们国家乳制品的质量安全状况与国际上相比也不差。”农业部奶及奶制品质量监督检验测试（北京）中心主任王加启通过分析质量监测客观数据，得出两个基本结论。

虽然中国乳业仍然存在“大而不强”，在国际市场上竞争力不足的问题。但近年来，中国乳品市场备受国际关注，亮点频出也是不争的事实。

2015年，国际乳业发展再次出现波折，国际奶价低位运行，国际乳品市场需求增长低迷。但分析中国4大乳企2016年中期业绩发现，其营收均有增长，三元股份更是实现了净利润202.42%的增长。创新推动产业升级、乳业的供给侧改革，加之中国目前人均乳品消费量不足世界水平1/3的巨大市场潜力，中国乳品市场有望迎来发展春天。

“随着全面放开二胎政策的效应逐渐显现，预计0—3岁婴幼儿的消费市场将扩容近1000亿元。乳品作为婴幼儿的主要消费品，将极大推动乳业的扩容。”中信证券分析显示。

近日，中国奶业D20峰会签署《北京宣言》，中国20家乳企在质量安全、品牌战略、诚信自律和产业融合发展等四个方面对社会做出了庄严、正式的承诺。

“经过8年的努力，中国奶业实现了跨越式发展。目前质量安全水平正处于历史最好时期。我们有信心用5年至10年时间，力争到2020年乳品质量达到国际先进水平，到2025年整体进入世界奶业强国行列，实现奶业振兴发展目标，把‘奶瓶子’牢牢握在我们自己手里。”中国农业部副部长韩长赋说。

通用制造公司董事长哈瑞·布利新大学期间以推销缝纫机为生，这段做销售的经验让他有感而发：要想在推销员这个岗位上取得成功，就要忽略自己渴望销售出去的数量，而应该集中心思向客户介绍自己能提供什么样的服务。如果我们一天到晚想的都是“我今天要尽力多帮助一些人”，而不是“我今天要尽力多卖出一一些产品”，就会发现接近买主不是那么困难了。

布利新的这句话揭示了一个道理，那就是品牌建设背后的服务意识。

过去，竞争意识是主导国产品牌走向世界的主导思维。经济的起飞、科技的发展、国家形象的提升……让中国企业急于寻求与海外巨头同台竞技的机会，比如在产品质量上大步赶超，格力空调倡导真材实料，比市面普通空调重15公斤。实行低价策略，大量渗透外国用户日常生活，美国女记者庞吉奥尼在尝试过一年内不买中国货的日子后感叹：“没有中国产品的生活根本是不可能的。”

然而，细心观察海外用户的衣食住行则会发现，虽然中国元素无处不在，但在食品、药品、化妆品这些与生命健康息息相关的市场领域，以及汽车、飞机等高端科技领域，鲜有中国品牌的身影。

原因之一，在于过去中国品牌过于注重“怎样把产品卖到国外去”，忽视“国外的用户需要怎样的产品”。依靠低价策略，“中国制造”能够很快进入他国市场。也正因如此，过去几十年，国产品牌长期陷入“价廉物美”的刻板印象，同时，出口总量和业绩的提升也让中国品牌疏于创新，错失了大量机会。

近年来，中国国产品牌的美誉度有所提升，这有赖于中国品牌服务意识的增强，比如，得益于可靠的质量、新颖的设计及合理的定价，中国手机品牌在全球的认可度越来越高。这与以华为、中兴、小米等品牌为代表的切实关注用户需求，在技术、体验和模式创新上投入大量精力密切相关。假如仅仅依靠低价策略，中国智能手机品牌不可能站稳欧美市场，与苹果、三星等巨头分庭抗礼。再如中国高铁，虽然也在国际市场上拼速度、拼价格，但海外民众所最为看重的，则是在国外感受不到的稳健舒适的乘车体验，这才是中国高铁的核心优势。

毋庸讳言，如今国产品牌还未完全逃出过去的“竞争思维”，许多企业仍然沉迷于份额之争的数字游戏及其所带来短暂业绩，忽略服务意识，忽略用创新和工匠精神打造高质量、好体验的产品。从长远来看，这样的企业无法真正成为世界市场的佼佼者。

马云说，服务是全世界最贵的产品。在国际市场中，竞争意识必不可少，但树立服务意识，恪守工匠精神，为全球用户打造最佳体验的产品，才是中国品牌走向世界的必由之路。

也只有这样，国产品牌才能做好自己的“推销员”。

做好自己的推销员

卢泽华

让消费者放心

全国乳制品

抽检

合格率

99.5%

朱慧卿作(新华社发)

2015年全国乳制品抽检合格率达99.5%

中国奶业协会8月16日在京发布《中国奶业质量报告(2016)》

2015年全国乳制品抽检合格率 达到99.5%

我国奶类总产量达到3870万吨，居世界第三位，仅次于印度和美国

2009年以来

农业部共抽检生鲜乳样品15.1万批次

抽检对象覆盖所有奶站，监测指标涵盖所有违禁添加物

2015年

● 平均乳脂率3.66g/100g ● 0.59g/100g

● 乳蛋白率3.14g/100g ● 0.34g/100g

● 菌落总数46.7万CFU/mL(远低于国家标准220万CFU/mL)

● 比国家标准高10%

大巢制图(新华社发)



伊利工作人员在实验室进行检测。新华社记者 邓 华摄



新西兰顾客在选购雅士利奶粉。(资料图片)



君乐宝奶粉工厂的机械手臂自动抓取产品包装成箱。(资料图片)



位于内蒙古呼和浩特市的伊利集团液态奶工厂生产线。

新华社记者 邓 华摄



在米兰世博会上，参会者在了解伊利产品。(资料图片)

品牌论