

# 新嬰兒潮引爆商機4萬億

## 市場聚焦

「『單獨二胎』政策開放後，從2015年起的五年，嬰兒潮引爆的紅利至少約4萬億元(人民幣，下同)，成為刺激消費的新引擎，中外及港資企業均能受惠。」有專家如此測算。

北京大學經濟學教授梁建章預計，實施新政的最初幾年，每年將多生200萬至300萬嬰兒。如果完全放開限制，這一數字預計將上升到300萬至500萬，這對拉動內需有着重要的意義。

華泰證券的報告也預計，「單獨二胎」引發的嬰兒潮最快會在2015年出現，往後數年持續有人口出生小高峰，預期2015年、2016年會分別額外新生200萬人，2017年多生160萬人，2018年及2019年分別多生約120萬人，即五年間額外有800萬嬰兒出生；倘若以一個嬰兒從出生到大學畢業需要花費48萬元計，這批新生嬰兒在2015年起的五年，至少能激發近4萬億元的產業紅利。

也有業者預期，「單獨二胎」開放後，新增新生兒將在2015至2019年之間，帶來幾億元的市場消費，為嬰幼兒服、奶粉、玩具、保健品乃至教育等市場，開拓出一片藍海。

未來可預期的龐大嬰幼兒出生率，無疑將對嬰兒相關行業帶來可觀的前景。有統計顯示，2010年中國0至12歲的嬰童市場需求至少在1萬億元，2012年中國將成為全球最大的嬰童消費市場，到2015年則可能達到2萬億元的規模，而遠景規模則可達3萬億元。逐漸龐大的中國嬰童產業市場，其未來增長空

間像是一塊巨大的吸金石，吸引各方關注。

作為嬰兒口糧的奶粉產業也將直接受惠。業內專家表示，「單獨二胎」開放新政給中國奶粉市場帶來的利好，預計將在2015年體現出來，屆時將帶動奶粉市場出現20%至30%的增長，令奶粉市場年銷售額擴容60億元至100億元。去年，在資本市場，國內嬰幼兒奶粉業的整合大幕已拉開，如蒙牛收購雅士利，合生元2,000萬歐元收購法國供應商、著名乳製品生產商ISM20%股權，聖元收購上海育嬰博士等，業內預計今年該行業的併購、重組、投資將更頻密發生。

在玩具消費方面，中信證券的研究測算，「單獨二胎」將在未來三年為內地玩具市場帶來分別3.1億元、3.5億元、3.8億元的增量，每年平均增幅額外提振約0.6%；整體而言，中國玩具市場在往後數年，會保持每年10%至15%的較快增長。

海通證券分析師也認為，「單獨二胎」政策必將帶動母嬰產品的消費。個股方面，奶粉業的貝因美、伊利股份、三元股份、光明乳業、西部牧業；玩具業的群興玩具、高樂股份、聯成股份、星輝車模、奧飛玩具；嬰兒用品業的衛星石化、江南高纖、中順潔柔、北玻股份；幼兒輔教相關的鳳凰傳媒、中南傳媒、皖新傳媒等都可密切留意。

嬰兒潮商機還令外資受惠，以奶粉產品為例，有業內人士指出，自2008年三聚氰胺「毒奶粉」事件發生後，進口奶粉在內地市場佔有率達6成；「單獨二胎」帶來的新需求，估計會有很大部分投向洋奶粉。



■業界預期，「單獨二胎」政策勢將帶動母嬰產品的消費。

事實上，自從放寬生育政策的消息報道後，近期有10多個新的洋奶粉品牌進駐西部重慶，希望及早搶佔商機。荷蘭著名嬰幼兒奶粉品牌「牛奶客(Neolac)」，近日亦宣布從2014年開始將加大對中國市場供應，有關負責人直言，二胎政策是他們加碼拓市場的原因。

# 前瞻

## 點金

站在山際線 才能看到更遠的邊界

從2014年首季開始，內地將會陸續開放「單獨二胎」政策，內地兒童用品相關行業早已受到市場關注，特別是乳製品行業。現代牧業副主席兼總裁高麗娜接受本報專訪時指出，「單獨二胎」政策長遠來看會拉動奶源需求，但影響最早要在今年下半年才能顯現。面臨這樣一個巨大的發展機遇，現代牧業也將一如以往的站在行業的排頭，抓住一切可以利用的資源加快發展步伐，繼續發展規模化牧場建設，同時大力擴展自有品牌的銷售，力爭2014年再創新高。

■香港文匯報記者 羅紫韻



# 2014 政策落地 乳業商機四起

## 上行公司

## 專訪現代牧業

內地開放「單獨二胎」政策，對乳製品行業堪稱重大利好。業內預計，二胎政策落地後，內地奶粉市場每年將擴容38.5億至77億元人民幣。現代牧業也認為，2014年，整個乳製品行業將面臨更大的市場空間，同時也會迎接更加規範和完善的行業標準考驗。與此同時，未來的養殖業同樣會有更多發展空間，政府將積極推動成立養牛合作組織，更多的財團和企業投鉅資建設規模牧場，推動傳統落後的個體養殖戶快速的退出，高品質的優質原奶佔比將會越來越多。

在高麗娜看來，去年內地原奶短缺的情況是有史以來最嚴重的，供求的缺口高達20%，刺激原奶價格不斷上升。原奶價格以往只有7%至8%的漲幅，去年竟漲近20%。「價格簡直高得離譜，高得不正常了，有些根本是炒出來的。雖然原奶供求缺口將會長期存在，但我覺得市場不可能長期鬧荒，今年原奶價格將回歸理性增長，估計上漲5%左右。」她指出，去年牛隻疫情嚴重，加上肉價持續上升，吸引農戶棄養殺牛，故導致奶供應銳減，出現奶荒，連加工企業都要減產。

內地原奶價格升至歷史高位，吸引了資本湧進建牧場。不過高麗娜認為，即使有人加入，產能也不會馬上上升，因為從集資建廠、到購買小乳牛、至成長為泌乳牛，需時至少要24個月。新加入者需由建牧場開始，奶荒一時三刻難以解決，而現代牧業龍頭的位置亦難以動搖。高麗娜指出，由於公司最先以大規模、集約化和最高標準品質的奶源供應乳製品加工企業的高端產品，早已成為行業的引領者，「別人發展的時候我們仍在發展。只要我們在發展，別人就趕不上。」

作為中國最大的原奶基地公司，現代牧業定下2015年的目標是擁有

30個牧場，飼養25萬頭牛，生產100萬噸原奶，目前其在內地擁有22個牧場，存欄奶牛達18.36萬頭，其中泌乳牛8.26萬頭，預期今明兩年產奶牛年增達20%以上。

乳牛的單產(即每年每頭牛產奶量)是影響總產量的重要因素。高麗娜表示，公司一直採用配種及飼料加精來提升單產，現階段乳牛年單產約為8.5噸，已經超過澳洲乳牛約7噸至8噸的單產量，預計今年公司乳牛單產可達8.7噸，至2015年則達9噸，與美國乳牛年單產9.4噸看齊。

### 積極發展自有品牌

現時現代牧業一年自產的乳牛約2萬頭，當業界認為公司可以自給自足時，高麗娜表示今年還要買牛。「因為要建新牧場，今年可能至少要買6,000頭牛。要實現100噸的年產量，或許28個牧場可以實現，30個也可以實現；23萬頭牛可以實現，28萬頭也可以實現。公司要根據市場做調節，並不是說去年不買牛就永遠不用再買。」2萬頭自產牛加上6,000頭外購，今年現代牧業將有近3萬頭新增牛。

談及公司與同業比較，高麗娜表示，市場上一般規模的牧場日產只有400至500噸，但公司牧場的每日單產達到2,300多噸，遠超其他同行。事實上，現代牧業從成立之初就有了一個高定位、高起點和高標準，所以公司所有的牧場全部按照美國大規模養殖模式規劃設計，採用科學的飼養方式，執行嚴格的流程制度，生產出品質保證的優質牛奶，特別是公司的自有品牌，無運輸環節，零距離；從擠奶到加工兩

小時完成全過程，可以稱得上是目前內地真正能達到純、真、新、鮮的牛奶。

「好的奶源才能產出好的產品，這是乳品行業的鐵律。我們作為養殖企業，不以規模為衡量標準，而是以數據指標來看品質。現代牧業無論從牧場養殖還是最終實現經濟效益與資源環境的平衡，都走在行業前端。」高麗娜如此說。據悉，該公司原奶佔高端奶源的大部分市場，按照產量計算，現代牧業是蒙牛「特倫蘇」品牌原奶70%以上的奶源供應，高端奶仍是公司未來的增長點。

2014年，現代牧業除繼續新的牧場建設外，公司還將擴大國內區域發展，全面鋪開自有品牌常溫奶在全國銷售的銷售網路。「目前北京、上海作為主打市場已有一定的自有品牌，但是在廣州、深圳、東北等地方還是不足，今後會慢慢擴大銷售規模。」

同時，公司或與蒙牛合作共同擴大低溫奶的市場。據了解，該公司與蒙牛簽定合約，到2018年每年最少有七成的原奶產量要賣給蒙牛，高麗娜表示，蒙牛也跟其他人買奶，「我們不是她的唯一，她也並不是我的唯一。」公司餘下約16%的牛奶，會售予一些較大的地方品牌及照顧自有品牌，奶價格高過蒙牛，每公斤約賣0.1元至0.2元。

事實上，現代牧業近期已積極發展自有品牌。2013年度，公司自有品牌奶的銷售額有1.73億元，同比增长約4.8倍。高麗娜表示，自有品牌暫時不會做任何花式味道，而蒙牛想與之合作推出的低溫奶，雙方有意保留現代牧業的商標，公司也可能利用蒙牛的渠道進入超市，但具體戰略合作計劃仍在調研中。

# 今年乳製品漲價或成趨勢

## 業界觀點

經歷了波動的2013年，2014年的乳業市場會有甚麼值得關注的？奶荒、漲價、乳企整合或將成為最核心的關鍵詞。乳業專家宋亮接受內媒訪問時指出，到今年第二季度，奶荒將有望得到初步緩解。宋亮指出，這主要有四個理由，一是2010年和2011年新建的牧場將在2014年投產；二是企業會減少對原奶依賴的產品；三是農業部會出相關補貼政策，減少養殖戶退出市場的比例；四是2014年進口奶粉價格下降，隨着進口奶粉數量的增大，對緩解奶荒也有幫助。

廣州乳業協會理事長王丁棉也表示，隨着國際奶價的下行、國外進口量的增加，國內的奶荒會逐步得到緩解。雖然短期奶荒或許會緩解，但宋亮認為，隨着消費需求增長，奶源緊張始終是長期要面對的問題。根據乳業發展規律，奶源供應緊張的局面至少會持續十年左右，因為預計十年左右的時間內內地乳業才會完成這輪轉型。即使如此，由於原奶產量增長的速度依舊落後於國內需求的增長，因此，缺口會長期存在，這部分缺口需要靠進口來彌補，國內乳業要實現自給自足依舊很難。

不過，依靠進口也會存在一定風險，由於國外奶粉原料價格低於國內，隨着國門進一步打開，海外乳製品將對國內造成衝擊，這或許會進一步打擊奶農養牛的積極性。由此可以預見，如果節奏把握不好，放任國內乳製品大舉進入國內，國內恐怕會有更多奶農退出養殖，到時候，即使沒有奶荒，國內乳製品市場很大一塊將被海外搶去，這才是值得擔憂的。

事實上，奶源價格上漲不僅僅是供求關係導致的，奶牛養殖成本上升也進一步推高了原奶價格。業內人

士表示，牛奶漲價已經是趨勢，只是一段時間內漲價的幅度問題。經歷了去年下半年的多輪漲價，預計到今年漲價會趨緩。王丁棉預計，今年規模牧場的原奶價格將會在每公斤4.5元左右，散戶會在每公斤3.8至4元左右。不過，在各項成本均上漲的今天，牛奶漲價料將長期持續下去。

此外，乳業人士預計在成本重壓下，國產奶粉會有一定幅度上漲，而大量進口奶粉則由於此前反壟斷調查中承諾一年內不漲價，預計今年下半年可能會開始漲價，而且更多是採取配方升級、更換包裝的形式實現變相漲價。

面對國內乳業市場現狀，此前連續出臺的多項政策預計將推動乳業市場加速整合。目前，對進口乳製品的整合主要是提高准入門檻，剔除部分不達標準或者生產技術實力較差的進口品牌，現時已有部分進口乳奶粉品牌退出國內市場。

對於國內乳粉的整合，工信部計劃對乳企的兼併重組分三步走：第一階段為摸底調查；第二階段是培育10家年銷售收入超過20億元的大型企業，前10家國內品牌集中度達到65%；到2018年底第三階段工作完成，形成3至5家銷售額超過50億元的企業，最終配方奶粉企業整合到50家左右。

王丁棉表示，國產乳業至今仍不被消費者看好，可以說得上是冰凍三尺非一日之寒。現在想恢復信心，也絕非是一朝一夕的事情。因此，要有打持久戰的恒心、信心及決心，所幸的是，政府現在拿出了前所未有的決心來進行整治，也已起到了一定的震懾作用，這給企業和消費者看到了行業的生機與發展存在希望。只要政府堅持嚴管下去，抓它幾年，保證出臺的政策措施得到貫徹執行，持之以恆，行業會越來越規範，廠家會越來越自律。

# 乳業將迎新一輪大整合

2014年，在目標為「重塑」消費者對國產奶粉信心的新政作用下，將有一批中小型奶粉企業因工藝和產品質量不達標而被清理出中國市場。業界預期，今年四、五月份，國家認監委和商務部或將進一步出臺貼牌奶粉管理辦法；由此預計到今年五月左右，將有一半的企業退出嬰幼兒奶粉生產市場，而奶粉終端零售價格將會有所提高。

這場中國乳業在2013年開啟的改革大幕將在2014年展現效果。隨着奶粉產品監管新標準的愈發完善，市場上現有的乳企在2014年極有可能被逐個審核，預計首先將有一批代工生產奶粉的企業會退出。根據2013年全新政策針對嚴格市場准入的規定，工信部消費品工業司副巡視員高伏表示，「十二五」期間不再審批新建嬰幼兒配方奶粉企業項目，接下的主要工作是對現有乳企展開清理和審核。

目前，中國有128家乳企，每日收奶量低於100噸的小企業佔70%至80%，它們很多沒有奶源保證、無可追蹤追溯系統、化驗檢測能力跟不上，奶粉的安全和質量難有保證，這些企業肯定很難通過這次嚴格的審核。同時，現時國內代工的生產品牌整體市場份額在80億元到100億元左右。基於未來國家食品藥品監督管理局將對企業展開生產審查，並將在今年5月31日前全部結束，業界由此預期，到今年中，或將有一半的代工生產奶粉退出市場，為整個市場騰出約50億元的份額。

伊利集團品牌部工作人員表示，由於乳業食品安全近年來受到社會的高度關注，企業也在不斷地提高產品生產工藝，投入頗多，而行業整體情況也有了極大改善，但是也不排除出現一些企業生產條件不達標的情況，隨着工信部陸續對乳企展開清理和審核，一部分企業將退出市場，在短期內或會影響員工就業，但是從長遠來看反倒是一件好事，可以迅速提升整個行業乳製品的生產質量。

不過，中投顧問高級研究員鄭宇潔指出，目前來看，要實現乳企生產、銷售的全程產業鏈監管依然存在很大的困難。因為對於國內不少乳企而言，生產嬰幼兒奶粉的基粉是從國外進口，國內監管機構無法對國外企業奶源進行有效監管；另一方面，食品藥品監督部門、衛生防疫部門、畜牧部門等依然是「各司其職」，雖然分工明確，但是缺乏總體的協調，監管審查過程中的漏洞依然存在。

未來內地乳企備受嚴格監管已成共識，而乳業在如此強烈的整頓風之下，中小企業找大企業靠山或者抱團取暖或將成為趨勢。以蒙牛收購雅士利為例，還有伊利、光明以及聖元國際、合生元等全都早已在去年通過某種方式實現了併購。業界亦相信，在政府的主導下，2014年國產乳企之間的兼併重組的現象會更加明顯，會有更多的品牌被收購或兼併。但無論如何，其實都是為了一個最終的目的：提高國產奶粉的消費者信心與市場份額。