

在经历了金融危机之后,以绿色为风向标,中国乳业获得了浴火重生般的复兴

“低碳经济”慢慢渗入中国乳业

INC. 复苏寻踪

■本报记者 刘静

“我国经济开始回暖与复苏,中国乳业也在金融危机过程中得到锻炼与成长,相信大家对中国乳业的全面复兴都有目共睹。”4月16日,刚刚参加完2010年博鳌亚洲论坛的蒙牛总裁杨文俊接受本报记者采访时表示。

在这次以“绿色复苏,亚洲可持续发展的现实选择”为主题的博鳌论坛上,蒙牛特仑苏再次成为唯一指定乳品,这是其连续四年当选博鳌论坛唯一指定乳品。

“金融危机对进出口贸易等涉外行业冲击较大,对牛奶等生活必需品的影响较小。特别是中国乳业,由于行业重心在国内市场,加上国家和行业、企业的共同努力,将金融危机的影响减到了最小。”杨文俊说。

他强调:“去年年底,全球经济开始回暖,中国乳业行业在大背景下开始了全面复兴,无论是在奶源建设的重视上,还是在各种新产品的研发上,都在经历着蜕变与升级。”

中国农业大学食品科学与营养学院副院长籍保平预测:“2010年食品行业需求会超过20%,整个乳业会彻底回来,它应该也有一个相对不错的增长。”

“从这两年的乳业发展趋势来看,中国乳业未来几年的市场上升空间很大。”杨文俊称。在经历了金融危机之后,以绿色为风向标,中国乳业获得了浴火重生般的复兴。

升级与普及两种状态并存

来自麦肯锡公司一份调查报告显示,中国是仅次于日本的亚洲第二大乳品市场,2010年中国乳品市场规模将达到200亿美元。联合国粮农组织项目官员戴卫东也认为,中国是世界上人口最多的国家,乳制品消费市场有着巨大的增长空间。

“中国乳业目前是升级与普及两种状态并存。”杨文俊介绍说,“除了不断开拓行业蓝海,引领乳业升级之外,蒙牛同样担负着乳制品普及重任。”

蒙牛乳业集团成立于1999年,这家刚刚

进行过十岁庆典的年轻乳企经历了西部大开发完整的十年历程。

以前,中国是贫穷国家,奶源分布不均衡,盛产牛奶的内蒙古等地,尽管有大量牛奶,但由于牛奶保质期短而无法运达全国各地。2000年,蒙牛生产出中国第一包利乐枕牛奶,从此开启了中国乳业“西奶东送”的序幕。

超高温(UHT)瞬间灭菌技术解决了液体乳运输、储存、保鲜难的问题,使牛奶的生产与消费不受地域限制,让内蒙古“奶仓”的牛奶流向全中国。

2001年,当时尚处于襁褓时期的蒙牛率先倡导将内蒙古建设成为“中国乳都”,将企业发展与地方经济紧密联系在一起。而今走进蒙牛总部所在地和林格尔,这座十年前还是受风沙威胁的国家贫困县,已经草木苍翠犹如塞上江南,蜕变成西部百强县。

如今,蒙牛也已经从中国乳业第1116位跃居为第一位;2009年,蒙牛作为中国唯一一家乳企成功跻身世界乳业二十强。

今年3月20日,国家统计局所属中国行业企业信息发布会上发布了2009年度市场销售数据,在这份被称作中国经济“绿色GDP”的行业报告中,蒙牛再度蝉联总销量冠军。

业内专家认为,以蒙牛为代表的民族乳业,凭借优良的产品品质、优秀的奶源基地、不断完善的产品矩阵和创新的绿色产业链,赢得消费者认可,才有了这份漂亮的“绿色”成绩单。它不仅显示乳业整体回暖,更意味着低碳为潮流的中国新经济秩序中,绿色企业已占据主流的通道。

今年3月,就在蒙牛蝉联销量冠军消息公布的同时,历时1月、走访87城市并引入社会公众评价机制得出的“中国质量万里行优秀会员单位”名单上,蒙牛也以“唯一乳品企业”的身份入选。

“对于乳品企业来说,从源头到全产业链都不能有半点马虎,这是产品质量的保证,也是我们评选优秀会员单位的考核标准。”中国质量万里行论坛组委会负责人表示。

“中国智造”引领持续发展

今年2月,中国三星经济研究院发布报



告指出,中国企业大而不强,除个别企业外,进入世界500强的中国企业与国际大企业的竞争力差距明显。而造成这种差距的最根本原因就在于这些中国企业还不具备“行业领导”能力,最为突出的就是创新能力的缺乏。

乳业专家认为,与国际企业相比,国内企业在引领持续发展与前行方向的行业领导力上尚需加分。

无独有偶,2009年蒙牛总结跻身“世界乳业20强”的成功经验时,同样将“创新”定位为企业发展的动力源。

2009年末,商务部首次全球投放的“中国制造”广告,让所有人都意识到30年的“中国制造”,已经加入新的况味。

纵观中国走上国际舞台的企业,都不同程度在“自主创新”方面做足了文章。随着中国乳业的发展,乳企间的竞争也日趋白热化,在此过程中,他们都不约而同地把目光瞄准了创新。

据介绍,以品质名义加强“中国智

造”,已经深入蒙牛的企业血液中,呈现出鲜明的“创新驱动、内生增长”的转型趋势。一方面依托高科技,一方面贴近消费者而创新,从而激发了牛奶与果蔬结合的创新技术,庞大而细分的立体牛奶矩阵,由此是夯实。

蒙牛通过成立国内首家电子商城,开通360度全景网站等创新型的沟通模式,促进了自身品牌的升级。此后,通过不断创新,以特仑苏、冠益乳、欧罗璇、真果粒等细分产品,一次次引领中国乳业的良性发展。

有关专家指出,“中国智造”蜕变,不仅满足了消费者的不同需求,也引领中国乳业踏上可持续发展的轨道。

绿色转型带来行业全面复兴

哥本哈根气候大会让包括乳品在内的所有企业意识到,做好低碳经济规划在未来20或30年里将关乎企业的输赢甚至生死存亡。企业期望在此次转型契机中获得先机,就必须现在开始重新审视自己的定位和发展战

略,这可能需要打破现有产业布局并创立新产业链。

有关专家据此点评称:“中国企业能否积极应对低碳经济,建立与之发展相适应的生产方式、发展模式,从长远来看关乎企业未来。”

“我们面对的实际上是金融危机和环境危机两个危机,而绿色增长将会是化解危机的重要方式。”美国LRN公司创始人塞德曼说。

在全球“低碳”理念的倡导下,“低碳经济”也开始慢慢渗入中国乳业。

据杨文俊介绍:“从乳业的可持续发展出发,蒙牛坚定地选择绿色复兴,化金融危机为蒙牛机遇。”

早在2008年,杨文俊便对中国乳业未来作出判断,并将蒙牛多年来坚持的循环经济和生态牧场升华为基础,全力打造绿色和谐产业链的“绿金理念”。在他看来,“不管企业愿不愿意,向‘绿金’发展是企业的必由之路。创造‘绿金’不再是企业的一种道德成本,而可能成为企业兴旺发展的商业机会”。

这一理念在“低碳”大潮席卷中国时,得到了确实的验证。

蒙牛的绿色复兴走出了一条由内向外的独特“谱系”。首先是依托生态草原,建设绿色牧场,这种转型在乳业危机之后,实际上是加强了奶业第一防线。蒙牛参股、建设11个超大型现代化牧场,是奶源基地建设中投入力度最大的乳企;之后蒙牛走到企业外,打通上下游产销通路,让“绿色”成为选择供应链合作伙伴的标准之一;而2009年,蒙牛更是跳出行业,在全社会倡导绿色消费低碳生活,真正实现“绿色经济”转型。这年9月,其率先成立了中国首个致力于生态草原建设的生态草原基金。

“如果有机会,我邀请各位一定亲自去蒙牛总部参观一下,蒙牛一直致力将绿色环保理念与低碳可循环技术融入企业文化与生产环节之中。”杨文俊强调,“绿色的草原、绿色的工厂、绿色的产品、绿色的产业链等,绿色乳业将是中国乳业为之奋斗的方向与使命。”

一季度财政收入增长34%

财政部4月15日消息,3月份全国财政收入6023.44亿元,同比增长36.8%。一季度全国财政收入19627.07亿元,同比增加4985.02亿元,增长34%。在一季度财政收入中,税收收入17702.55亿元,同比增长35.9%;非税收入1924.52亿元,同比增长18.9%。

中国连续四个月减持美国国债

中国减持美国国债的情况还在继续。根据美国财政部北京时间4月15日晚间公布的数据,今年2月份,中国再度减持115亿美元美国国债。这是自去年11月份以来中国连续第四个月减持美国国债。不过,中国仍是美国国债的最大持有者。

央企前三月实现利润2308.7亿元

国务院国资委4月16日公布的数据显示,1~3月中央企业累计实现利润2308.7亿元,同比增长93%。据统计,1~3月中央企业累计实现营业收入35302.6亿元,同比增长49.7%,增幅比1~2月减缓2.4个百分点,累计实现利润2308.7亿元,同比增利1114.7亿元。已交税费总额3050.6亿元,同比增长35.8%。

央行:国库收入保持较快增长

中国人民银行国库局局长邵长年4月16日说,近年来我国国库收入保持较快增长,支出结构进一步优化。据介绍,2009年,人民银行共办理国库收入10.95万亿元,同比增长24.2%;国库支出10.35万亿元,同比增长21.7%,其中,国债(含地方政府债券)发行收入18259亿元,同比增长113.8%,兑付国债支出9397亿元,同比增长33.3%。

欧元区今年3月份通胀率大幅上升

欧盟统计局4月16日公布的修正数据显示,今年3月份欧元区通货膨胀率由上月的0.9%升至1.4%,升幅较大,也大大高于去年同期的0.6%。3月份,欧元区通胀率大幅上涨主要是受能源价格影响。欧盟统计局数据显示,由能源价格驱动的交通运输价格上涨最大,同比上涨6.1%。数据还显示,3月份欧盟通胀率为1.9%,高于上月的1.5%,也高于去年同期的1.3%。

2009年国际收支继续呈现“双顺差”

国家外汇管理局4月19日公布了2009年中国国际收支平衡表修订数据。统计显示,2009年中国国际收支经常项目、资本和金融项目继续呈现“双顺差”。2009年,中国国际收支经常项目顺差2971亿美元,较上年下降32%。2009年,资本和金融项目顺差1448亿美元,较上年上升6.64倍。

2010年度全国住房用地计划供应18万公顷

全国2010年度住房用地计划拟供总量约18万公顷,比2009年及前5年平均年度实际供地量大幅度增加,其中保障性住房用地比去年增加1倍多,廉租房用地比去年实际供地增加达4.7倍。

二季度我国CPI有望保持温和上涨态势

一季度,我国价格总水平上升2.2%,呈温和上升态势。国家发展和改革委员会最新研究认为,二季度居民消费价格指数(CPI)有望继续保持温和上涨态势,但出现大幅上涨的可能性较小,初步预计上半年累计涨幅2.5%左右。

(本栏均为文青编)

选择“碳资产”还是“碳负债”,是关乎企业未来的大事,青啤公司要用“早介入、早行动、早受益”三个“早”来迎接低碳时代的挑战

酿酒行业首份低碳管理协议签订

青岛啤酒签订酿酒行业的首份低碳管理协议意义重大。青啤公司董事长金志国接受采访说,选择“碳资产”还是“碳负债”,是关乎企业未来的大事,青啤公司要用“早介入、早行动、早受益”三个“早”来迎接低碳时代的挑战。

以“低碳”促“低耗”

据悉,我国的啤酒行业技术与国际先进水平还存在一定差距,尤其是在能耗方面,这一状况可能成为欧美发达国家通过“碳关

税”、“碳交易”限制我国啤酒企业产品出口的手段,这也大大降低了国内啤酒产品在国际上的竞争力。

青啤公司在行业内率先引入低碳管理正

是未雨绸缪之举,以“低碳管理”为契机,探索

以责任力、科技力、行动力为核心的低碳运营模

式,走低消耗、低污染、低排放、高产出、高效

的发展之路。

作为啤酒行业领头羊,青啤公司一直致

力于以科技促进节能降耗,并为改变现状做

出有益探索。在啤酒生产中,需要消耗大量蒸

汽,这些蒸汽在常温下冷凝为水,青啤人发明了“余热制冷”的新方法,利用这些冷凝水的余热来生产冷却麦汁用的冰水,大大降低了制冷系统的电耗。以一个20万吨的工厂为例,每年节约资源消耗100万元左右。在青岛啤酒全面推广后,全公司可节约成本超过4000万元。

据金志国介绍:2009年,青岛啤酒还重

点推行了糖化热能回收、锅炉运行控制优

化、二氧化碳节能模块等51项节能减排技

术,共节约7600多万元。2009年公司同比节

水277万吨,节电3630万千瓦时,节约原煤折

煤43614吨。相比2006年,公司用水单耗同比降

低27%;电单耗同比降低19%;标煤单耗同比

降低28.8%。

在新能源替代方面,青啤公司在2009年

取得了突破。根据工厂所在地区的资源优势,

在一家工厂尝试用谷壳替代原煤生产蒸汽,

不仅降低了企业生产成本,而且降低化石燃料

的消耗。仅此一项,该工厂年减排二氧化碳3

万多吨。

另外,青啤还将生产过程中产生的废弃物如麦糟、啤酒糟、酵母泥、CO₂等副产品全部

回收资源化利用,这其中最突出的就是二氧

化碳的回收与利用。二氧化碳是啤酒生产过程

的副产物,也是不可或缺的主要原料。以往啤

酒发酵过程中产生的二氧化碳,经过技术处理

后进行排放。青啤公司通过技术改进在生产线

上加装二氧化碳回收装置,对二氧化碳进行回

收,然后用于啤酒灌装、过滤等生产所需。实施

碳的闭环管理,既减少环境污染,又降低成本、

增加效益。

早在1999年,青啤便启动了《啤酒高效

低耗酿造技术的开发与应用》项目,历经8年

的研发改进,该项目荣获2006年国家科学技术

进步二等奖。这是继2002年青岛啤酒获得

国家科技进步奖后又一次技术创新,青啤成

为中国啤酒行业唯一一家两次摘取国家科

技进步奖的企业。该奖项是青啤公司陆续推

广三年,节约的用水量相当于青岛市近20

年的供水量,达到1659万吨;累计节约的用

电量可供青岛城乡居民使用20多天,达到22120万千瓦时;节约标煤24.88万吨,累计

节约资源成本3.22亿元。专家表示,如在行

业内推广将节约近三分之一的能耗,是啤酒

行业一次革命性的创新。

2010年1月6日,啤酒行业首家国家重点

实验室——“啤酒生物发酵工程国家重点实

验室”获得筹建批准,落户青啤,这也成为青

岛啤酒“低碳管理”的又一技术保障。

青啤举旗的意义

青岛啤酒二厂成为“中国酿酒工业低碳

体系(国家标准ISO14064)定点试点单位”,

这不仅是国内啤酒行业第一家,更是