

落实“一带一路”构想 蒙牛全球化打造“牛奶丝绸之路”

5月14日-15日，主题为“加强国际合作，共建‘一带一路’，实现共赢发展”的“一带一路”国际合作高峰论坛在北京举办，更高水平的开放格局也正在形成。自2013年“一带一路”作为统领中国对外开放的基本国策和战略指导以来，持续激励着中国企业加快“走出去”的步伐，深度参与世界竞争，融入全球市场。

在“一带一路”国际合作高峰论坛举办前夕，蒙牛集团CEO卢敏放在接受CCTV News《Ask China》采访时就表示，“对许多中国公司和‘一带一路’沿线国家来说，这是一个双赢的局面，我们的产品可以统一采用国际化标准，并将这些优质的产品提供给‘一带一路’沿线国家的消费者和中国消费者，同时加强我们在国际市场的竞争力。”

蒙牛是中国第一家将乳品销售到国外的乳企，也是第一个在海外开展全产业链布局的乳企。作为中粮集团主力发展的18个专业化公司之一，近年来，得益于其第一大股东中粮央企改革的号召力，蒙牛在率先布局“一带一路”沿线以及世界乳业进程中，取得丰硕的实践成果，成为中国乳业对接全球、实施供给侧改革的先锋主力。

撬动乳业“全球产业链”的支点

在蒙牛的诠释下，“一带一路”建设首先是资源和产能整合的过程。通过对外投资与合作的方式，蒙牛不断推动中国乳业实现产业再造，逐渐形成全球联动式的发展路径。如今，蒙牛已经构建起一条全新的海外全产业链，在打通乳业生产要素在中国与全球之间加速流通的同时，也为更多中国乳企的进入国际市场提供了一条稳固的“高速公路”。

早在2015年，蒙牛在位于新西兰北岛中部的怀卡托地区的雅士利新西兰工厂正式投产，开创了奶粉行业国内品牌在海外100%自主建厂的先河。2016年工厂生产的雅士利超级α-金装陆续登陆当地三大主流超市系统，全面覆盖新西兰市场。今年3月，随着中新两国签署“一带一路”合作协议，蒙牛接连与鹏欣集团、新西兰AsureQuality(安硕)集团及ThelandTahiFam(塔希牧牧场)联合签署特仑苏新西兰专属牧场合作项目，与



●蒙牛集团CEO卢敏放在接受CCTV News《Ask China》采访。



●蒙牛集团CEO卢敏放总裁(左)与JSC“Meat & Dairy Company”总经理Pavel Stainov(右)代表签署协议

MasseyUniversity(梅西大学)签订了在食品营养健康研究、乳制品研发方面的合作协议。由此，蒙牛深入到大洋洲乳业“资源腹地”，打通了从牧场奶源到生产销售、创新研发到质量管控的全部环节，中国乳品企业也因此拥有了一条涉及多品类、全方位的海外全产业链条。

据公开资料显示，作为国内最早布局澳新乳业的企业，蒙牛近年在此间的投入总额已近30亿元，并为当地直接提供就业岗位800多个。盘活国外国内两个市场的多元资源，与海外乳业构建“利益共同体”、“成长共同体”，不仅是蒙牛实践“一带一路”的标志性成果，也构成中国乳业提升全球竞争话语权

和影响力的直接推动力。

以世界级品质 服务“国内国际两个市场”

在“一带一路”的推进热潮下，蒙牛如同时代的探险者，沿着这条新的丝绸之路发现前所未有的发展机会。卢敏放在接受采访时明确表示蒙牛未来仍将倚重“一带一路”框架的完善开展国际化战略，不仅会持续加大从新西兰、澳大利亚延伸至欧洲国家的上游投资，与此同时，还将因地制宜的开发“一带一路”沿线国家的当地消费者业务，推动乳业大消费市场的蓬勃发展。

作为中国最具创新意识的消费品企业之

一，蒙牛近年来将这种前沿精神融入到“一带一路”的布局中，不断为中国企业在全球范围内进行产业性战略布局提供创造性的思路。例如，蒙牛与拉萨市城关区政府签署了共建奶场和加工厂的深度合作协议，利用西藏独特的环保环境和稀缺资源打造纯净健康的产品，让产品辐射尼泊尔、印度等南亚国家；在甘肃临夏投建清真乳品生产基地，产品将服务于庞大的国内市场与17亿穆斯林的海外市场；在“南方奶牛之都”浙江金华，蒙牛更是建立了数字化水平最高的智能化工厂，不仅扩展了产业布局，而且还能将更多的优质产品提供给广大消费者。

目前，蒙牛的产品已经进入我国香港、澳门以及蒙古、新加坡和缅甸等市场，今年还与加拿大、印尼达成了合作意向，出口产品涵盖常、低、冰三大业态。5月9日，特仑苏产品正式登陆新加坡市场，并在产品上市后进入新加坡最大的华人连锁超级市场“中国商品超级市场”，深受当地消费者的喜爱。据了解，这也是继纯甄产品后，特仑苏产品成为在该市场又一支销量大且以集装箱作为进货单位的单品。而就在5月14日“一带一路”国际合作高峰论坛开幕当天，在白俄罗斯驻华大使馆，在白俄罗斯农业和粮食部长Zayac Leonid等中外嘉宾的见证下，蒙牛集团CEO卢敏放与白俄罗斯JSC“Meat & Dairy Company”公司总经理Pavel Stainov签署经贸合作框架协议，未来两家企业将就乳制品的相关贸易开展多项合作。

借助在“一带一路”沿线国家创造投资奶源、建设上游产业链、培养研发能力、开拓大众消费等多种形式的机会，蒙牛也为中国乳品企业的“提质增效”寻找到最好注脚。

“为我们的消费者提供高品质的产品”被卢敏放视为“一带一路”带给中国企业的最大机遇，也正是在国际区域间的需求和合作下，蒙牛不断更新提升国际化的生产与品质标准。从中可以看出，践行“一带一路”战略是蒙牛实现世界级乳业国家品牌的重要一步。以此作为发力点，蒙牛将企业的“出海之路”与中国乳业的产业转型、与中国乳品的消费升级紧密结合在一起，或将带动更大范围、更深层次、更高水平的国际乳业格局形成。

(据长江网)

中泽橄榄油赴边防送温暖 “珠峰连”官兵吃上“最健康的油”

5月5日至9日，凉山州中泽公司团队历时4天，从距离连队2500公里外的四川凉山西昌向珠峰连队运去首批1000斤特级初榨橄榄油和100套橄榄油护肤品，在雪山下的军营里，中泽公司代表将一份份凝聚满社会关爱的礼物献给了每一位英勇的边防战士，希望通过对橄榄油的食用和使用，能让他们在高原环境下和辛苦的工作中保持强健的身体，在寒冷的雪域高原、偏远的国境边防，感

受到一份来自社会的温暖。

据了解，这只是中泽公司向珠峰连官兵提供的首批橄榄油及橄榄油护肤品。今后的每年，中泽公司都将向珠峰边防连队战士赠送自产的橄榄油和橄榄油系列产品。

中泽公司致力于油橄榄种植及橄榄油产品研发事业已超过15年，其专业精神和爱国利民的大局观为社会各界所称道。

学辉 摄影报道



昂贵麦卢卡蜂蜜被“定义” 能否消除乱象？

■ 王远征

新西兰的麦卢卡蜂蜜是全球有名的蜂蜜产品之一，受到多国消费者青睐。然而，假冒数量巨大，价格高昂，标准缺乏统一，导致麦卢卡蜂蜜市场长期以来鱼龙混杂。

日前，新西兰初级产业部公布了麦卢卡蜂蜜的科学定义，以期规范麦卢卡蜂蜜市场。《新西兰先驱报》报道称，麦卢卡蜂蜜行业欢迎政府对其产品的真实性进行测试，但这一举措本身不足以解决主要海外市场的假货问题。

中国蜂产品协会调查发现，UMF5+的麦卢卡蜂蜜在国内的售价每斤都在100元左右，UMF数值更高的麦卢卡蜜，可达到上千元。

根据新西兰一家蜂农协会此前的统计，新西兰每年只出产1700吨-2000吨的麦卢卡蜂蜜，但在全球范围内，每年以麦卢卡名义出售的蜂蜜高达1万吨以上。

高价：麦卢卡蜂蜜网上每斤售价最高2333元

据了解，新西兰麦卢卡蜂蜜协会的会员有超过100家蜂蜜企业。根据《新西兰先驱报》报道称，在新西兰，麦卢卡蜂蜜的散装蜂蜜价格区间为6-74新西兰元，即人民币29-352元/500g。

当麦卢卡蜂蜜漂洋过海进入中国后，身价10倍增。

记者在天猫、京东、1号店商城等网站以“麦卢卡蜂蜜”为关键词进行检索，各家产品

均超过100个，也有“汪氏”等国内品牌，售价从2300元/500g至60元/500g不等，与国内同等规格的普通蜂蜜相比，价格都在10倍以上。

在1号店商城，一款名为“内确UMF20+新西兰原装进口麦卢卡蜂蜜250g/12瓶装”的售价高达1.3999万元，相当于2333元/500g。

天猫商城一款“麦利卡MELITA麦卢卡UMF20+新西兰原装进口天然珍藏级蜂蜜340g”售价1198元，约1700元/500g，而在新西兰MELITA官网上，这一款产品为205.85新西兰元，折合人民币为978元，国内外价格相差220元。

中国蜂产品协会副秘书长孙国峰向记者介绍，目前国内蜂蜜企业的麦卢卡蜂蜜产品有代理的，也有进原料的。

在天猫和京东商城，搜索汪氏麦卢卡产品主要有3款，为“汪氏蜜恩Manuka麦卢卡蜂蜜”标注UMF5+、UMF10+以及UMF20+，价格为319元-869元，其中标注为UMF20+的麦卢卡蜂蜜，售价869元/250g，瓶身标签显示英文“产自新西兰”，并有UMF认证。

4月28日，汪氏蜜蜂园有限公司上海市场部一名工作人员对记者表示，“本公司的麦卢卡蜂蜜都是成品进口的，在新西兰当地已分包装好了。”至于具体的进口数量及价格，该人员未予透露。

乱象1：标志不统一、多套标准并行麦卢卡难辨真伪

价格昂贵的麦卢卡蜂蜜，由于标志的不

统一，一直是人们对其真伪的争论焦点。

天猫一款“十二花香 麦卢卡蜂蜜7+活性山茶花蜜500g”，售价仅59元，其公布的说明书上并没有出现麦卢卡字样，但在该蜂蜜的瓶身却有“麦卢卡红茶科”字样。

据介绍，一般标为“麦卢卡蜂蜜”的产品，在外包装上有UMF或MGO的字样，并附有相应数值和加号。UMF和MGO是新西兰长期以来并存的两套认证体系，相应数值是蜂蜜的不同分级。

UMF指“独特麦卢卡因子”，为麦卢卡蜂蜜独有成分有较强的抗菌能力且活性稳定。UMF有“5+”、“10+”、“15+”、“20+”和“50+”等。严格意义上说，UMF体系是一种经过注册的标准体系，其检验机构名为“活性麦卢卡蜂蜜协会”。根据UMFHA官网显示，目前有70家公司是UMF执照持有者，可以使用UMFR注册商标。UMFR评级系统评估在麦卢卡蜂蜜中发现的自然标志，进而确保其纯净度和高品质，比如“康维他”等大部分蜂蜜企业用的是这套评价标准。

而MGO是麦卢卡蜂蜜主要成分甲基乙二酸的缩写。MGO是一个注册商标，拥有者是新西兰健康产品企业蜜纽康。在蜜纽康蜂蜜产品瓶身有一个红色蜂巢形状背景，黑色的MGO字样，MGO较为常见的有“100+”、“200+”、“550+”等。

在这两套评价标准之外，还有一些蜂蜜企业自身也拥有专门的评价体系，比如沃森麦卢卡蜂蜜产品标志为MGS。参照MGO评价标准，在京东商城沃森产品销售页面上，一

款标为MGS10+的产品，其标语显示MGO浓度达到300+，高于同类产品UMF15+。

但对于数值和加号该怎么确认，一直缺乏统一的标准。为此，从2014年开始，新西兰初级产业部着手从蜂蜜产品包装、广告等角度规范市场，并组织专家研究麦卢卡蜂蜜真伪标准。

乱象2： 麦卢卡蜂蜜多次查出掺假

拥有评价标准，就意味着麦卢卡蜂蜜合格了吗？情况并非如此，据英国媒体此前报道，英国食品标准局2011年的一次检查发现，产自新西兰的23种麦卢卡蜂蜜中，有11种根本不含麦卢卡蜂蜜所独有的“独麦素”。

新西兰麦卢卡蜂蜜协会随后在2012年和2013年对在英国、中国和新加坡市场上销售的麦卢卡蜂蜜进行了类似的抽检发现，在73份送检样本中，有41份不含活性抗菌成分。而在中国香港地区单独进行的检查中，在55份样本中甚至发现有14份样本中添加了糖浆。

规范：新西兰“定义”麦卢卡蜂蜜须包含4种化学成分

“必须包含4种化学成分以及1种来自麦卢卡花粉的DNA标记，缺一不可”，这是将麦卢卡蜂蜜与其他蜂蜜类型区分开来的标准。经过新西兰政府和相关专家3年多的研究，收集了700多种植物和超过800种的蜂蜜样品，最终找到麦卢卡蜂蜜的鉴定属性，为其下

面对进口低价冲击 国产牛羊肉产业 有待突围

近年来，我国牛羊肉消费量节节攀升。2016年，我国牛羊肉年消费量已达800万吨，市场规模高达3600亿元。在供需矛盾下，我国陆续开放了牛肉进口。数据显示，目前国内牛肉市场约20%的缺口需要通过进口补给，进口牛肉主要来自澳大利亚、巴西、乌拉圭等畜牧业大国。

今年4月份以来，南非、澳大利亚等国牛肉产品进口持续增加。3月份，南非成为中国第12个牛肉进口准入国家，相关企业纷纷摩拳擦掌。伴随中国和澳大利亚达成自贸协定，澳大利亚高端牛肉市场份额会进一步扩大。去年9月份，我国有条件解除部分美国牛肉产品的进口禁令，意味着时隔十多年后美国牛肉即将重返中国。

同时，我国进口牛肉也经历着从“冰冻时代”到“鲜活时代”的变化。2016年我国陆续从澳大利亚等国开始进口活牛，河南、重庆、山东等地企业纷纷进口活牛到国内屠宰加工。与冷冻和冰鲜牛肉进口不同的是，活牛进口模式的开启对国内消费主流的热鲜肉市场形成了直接冲击，且活牛进口的趋势有着明显的扩大迹象。

与牛业相似，我国羊业同样面临巨大的挑战。进口羊肉更低的养殖成本对中国羊肉构成挑战。可喜的是，在主产区内蒙古、新疆和甘肃等地，政府着手打造本地羊肉品牌，通过资金补贴、建设交易市场等措施，推进国产羊肉的品牌化发展，以高品质产品获取市场份额。目前，新销售模式开始涌现，互联网养羊、高端定制等新型销售模式使得传统模式养殖场户的市场份额逐渐减小。

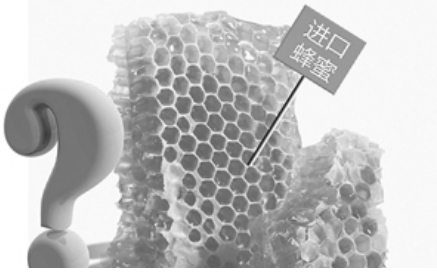
近期，国内多家羊业龙头企业动作频繁。蒙羊集团携手天猫，共同打造定制化产品、多样化运营、体系化物流的农牧电商运营新模式；内蒙古东方万旗肉牛产业有限公司坚持公司+基地+农户的发展之路，带动赤峰肉牛养殖户走上致富路；九州冷域资本与中国牛羊肉产业大会签订战略合作协议，将在业务捆绑、市场营销、产业推动等领域开展合作。

目前，我国虽为牛羊肉养殖大国，但牛羊屠宰加工工业规模小、分布散、成本高。如何进一步优化产业布局，推进我国牛羊产业健康发展？中国牛羊肉产业大会组委会负责人表示，国内牛羊肉企业应围绕养殖转型和供应链金融两方面发力。当前，尤其要通过金融与科技融合，提升牛羊肉行业供应链金融和要素整合效率，助力上游牛羊肉养殖产业发展。

“在总的肉类消费量中，牛羊肉所占比例越来越大，但产量受到自然条件和生长周期等因素影响较大。当前牛羊肉缺口每年约为220万吨。”农业部国家肉牛产业技术体系专家曹兵海说，国产牛羊肉要维持竞争力，养殖方面关键在于加快发展生产，提升牛羊的规模化养殖水平。从牛羊品种改良到实施大县奖励政策，全方位加速标准化养殖。

业内认为，目前我国人均牛羊肉消费仍远低于世界平均水平，产业机遇将持续存在。由于进口牛羊肉有明显价格优势，进口来源国间的竞争也促使进口牛羊肉的价格下跌，可以预期的是，国内外牛羊肉企业间的竞争将长期持续。

(乔金亮)



了这一科学的定义。

这一科学定义显示，麦卢卡蜂蜜应为蜜蜂采集的麦卢卡植物的花蜜，可分为独花蜜和混合花蜜。新西兰初级产业部表示，将通过检测蜂蜜中的4种化学成分和1种DNA来判断其真伪。比如根据这一定义，麦卢卡独花蜜中3-苯基乳酸的含量不少于每公斤400mg，混合花蜜的3-苯基乳酸含量在每公斤20mg至400mg。

麦卢卡健康公司首席执行官约翰·基彭贝格在接受《新西兰先驱报》采访时表示，对于科学定义的发布十分重要，但不能完全依靠这一点，该测试提供一个框架，让海外监管机构 and 消费者信任该产品的真实性。

UMF蜂蜜协会总经理John Rawcliffe承认挑战在于建立和巩固新西兰麦卢卡蜂蜜品牌，“如果想要保护消费者，保护麦卢卡蜂蜜是保护行业最好的保证。”

现阶段，新西兰初级产业部表示将通过改变出口要求来实施麦卢卡蜂蜜的定义。有关定义和出口要求的公众咨询于2017年4月11日开放，新标准有望在今年7月正式实施。新西兰初级产业部还在一份声明中说，对麦卢卡蜂蜜进行定义非常重要，有助于海外监管者对蜂蜜的真伪做出准确判断。