

约翰·威尔逊 发展中国家需求推动乳制品涨价

安全事故频发，消费者信心崩塌，重振中国乳制品行业，路在何方？新西兰遭受旱灾，进口奶粉涨价传闻不断，是天灾，还是人祸？未来整个全球的农业，又面临哪些机遇与挑战？本期财经面对面，对话新西兰恒天然集团全球公司董事长约翰·威尔逊。

进军中国婴儿奶粉市场 国内外牧场产品标准一样

新浪财经：在您看来，中国市场的国产品牌和外国品牌有哪些区别？

约翰·威尔逊：以新西兰为例：新西兰是一个非常美丽的地方，我们很幸运，美丽的风景，环境很好，有世代相传的优质家庭牧场，拥有足够的专业知识来提供高品质的牛奶。我们向全世界 100 多个国家提供有营养的乳制品。所以多年的经验让我们有能力提供更加优质、更受欢迎的牛奶。这就是新西兰牛奶的独特性所在。

新浪财经：那么恒天然集团在中国和新西兰的产品标准呢？

约翰·威尔逊：是的，中国和新西兰的牧场有很大不同，不过我们确保在中国的奶产品和新西兰的品质一样优秀。目前，我们在中国有三个牧场，在两年内我们将建成五个牧场。建成后，计划产奶近 1 亿升。到 2020 年，也就是 7 年后，我们计划在中国内建成能生产 10 亿升牛奶的牧场，对比我们在新西兰总生产量为 200 亿升牛奶，我们在中国的目标数字足以显示出我们对中国市场的看重和期待。我们相信届时中国市场对牛奶的的需求量将达到 700 亿升。

新浪财经：新西兰的牧场和中国的牧场完全不同，所以说服普通人接受两地牧场的产品标准一样可能有点困难。

约翰·威尔逊：是的，我们需要考虑到牧场的方方面面。首先，在新西兰，奶牛是在牧场放养，这一点我们在中国就做不到。但是，在中国牧场，我们每天都会严格监测饲料质量以及牛奶品质。除此之外，包括照料奶牛，挤奶，牛奶质量控制在内的一系列程序，我们在全球实行的是统一标准，在中国并无不同。

新浪财经：为什么你们要在中国设置牧场，而不是单纯地向中国出口？

约翰·威尔逊：新西兰是一个远在南太平洋上的一个面积不大的国家，我们能够提供的牛奶量是有上限的，我们现在每年生产 200 亿升的牛奶。而奶制品在中东、亚洲等新兴市场的需求日益增加，每年对于来自新西兰供货商的需求都在增加。所以我们需要在新西兰之外新建的牧场，生产更多的牛奶，来满足来自世界各地的对营养奶制品的需求，特别是中国市场对我们来说意义重大，我们希望在这里快速发展，实现我们称之为“牛奶碗”(Milk Bowl)的计划。

新浪财经：那么如果我是一个普通的消费者，同样是本土的产品，恒天然和其它本土产品有什么区别？

约翰·威尔逊：当我们的牛奶从牧场产出上市的时候，无论是在世界上那个地方的牧场，新西兰或者中国，牛奶的品质都是一样的。虽然在不同产地产出牛奶的标签会注明产地，但是我们有责任、有信心让消费者认知到，我们的标准统一，无论奶源是哪里，我们的产品都满足恒天然标准，比如说安佳品牌是我们在这个市场上推出的一个子品牌，只要消费者看到安佳的牌子，就会立刻明白，不管它产地是哪里，品质都会是一样。我们注重品牌的安全性，对员工进行专业培训去生产高品质的牛奶，在亚洲市场包括中国在内培养每个消费者对牛奶，尤其是恒天然牛奶的信心，这是一种观念的转变。

新浪财经：那么原料重点着眼于中国婴儿奶粉的配方？

约翰·威尔逊：今年下半年我们将要发布一个重要的婴儿奶粉产品。恒天然一直是婴儿奶粉的供应商，我们在世界各地

都有很多合作，在中国的合作也逐渐增多。在下半年，我们新产品的投入市场方式将会有所革新。

新浪财经：为什么你们选择去相对小的中国城市，而不是北京、上海这些一线城市？

约翰·威尔逊：我们现在已有的产品比如包括安怡和安满已经在中国的主要一线城市提供了，包括上海、广州等 20 个城市。不过很重要的是，我们也通过互联网和其它渠道给更大范围内的消费者提供我们的产品。

新西兰干旱不会严重影响乳品市场

新浪财经：能和我们分享一个关于在中国选择农场的小故事么？对地点、土壤成分的选择啊，等等

约翰·威尔逊：我们花了大量的时间和当地政府沟通。我们要考虑当地的情况，它必须要满足奶牛的饲料供应。所以我们要跟政府大量沟通，建立他们的信心，那就是我们能够为当地的农民提供更多的商业机会，这是第一点要考虑的。第二点，投资的区域应该选择在距离城市不远的地点，能够有三到五个牧场的建成空间，从而能够资源整合，形成我们称之为“牧场群”(hub)的规模。目前，我们在中国市场的第一个牧场群即将建成，建成后的产量能够达到近 1.5 亿升牛奶。

新浪财经：很多人担心中国的水源、土壤的污染问题，您觉得这对你们的标准是个大问题么？

约翰·威尔逊：我们采用高标准的新科技和设备保证不会对环境造成丝毫的影响。所以我们的技术保证在中国的牧场实现对水资源的再生利用，这项技术世界领先，所以现在我们在中国的牧场采用这种技术是非常令人激动和期待的。对于我们集团来说，可持续发展意义重大，对新西兰的牧场来说是这样的，现在对中国的牧场也是同样道理。

新浪财经：新西兰遭遇了严重的干旱，这对新西兰的奶产品有重大影响，又会在中国市场产生什么样的连锁反应呢？

约翰·威尔逊：很高兴你问到干旱的问题。在过去三个月，新西兰的干旱很严重，没有降雨，牧草不丰富，也将会严重影响牧场，奶牛也不产奶了，所以新西兰这个最重要的奶制品供应地的产量在过去一段时间稍微有所下降。不过在世界上，我们只是占份额很小的牛奶供应商。在过去的六到八个星期里，牛奶的产量已经开始回升，并且在接下来的三到六个月，我们的供给和销售将逐渐有所起色。我们对于未来的六个月很有信心，新西兰会生产更多的牛奶，因为新西兰每年的九到十一月，是奶牛产奶的高峰期。

新浪财经：所以，您不觉得这个问题很严重？

约翰·威尔逊：短期来看，市场上牛奶会变少，但是长期不会有短缺的问题。虽然预计六个月内供应数量会较预计的少。因为这是市场体制，价格高了，参与生产的农户就多了。我不认为短期的起伏会是影响价格的重要因素。三到六到九个月内，这个问题会解决。但是奶制品市场，这种波动是很正常的。

发展中国家强劲需求推动奶粉价上涨 个别公司没有操纵能力

新浪财经：你认为奶粉价格会不会越来越高？

约翰·威尔逊：产品价格不是恒天然一家制定的，产品价格是由全球市场来定的。市场很大，恒天然只在里面占一部分。在一个消费者市场上，价格的形成受到很多因素的影响。



◆ 人物小传 ◆

● 约翰·威尔逊于 2003 年加入恒天然董事会，2012 年 12 月成为恒天然集团董事长。他还担任牛奶检测新西兰有限公司主席、新西兰研究院董事成员。约翰及其全家居住在他们位于特阿瓦穆图附近的牧场。

新浪财经：中国市场、欧洲市场和美国市场有什么不同？

约翰·威尔逊：每个市场都不同。因为它们的流程不同，奶产品价格不同，生产成本不同，牧场的环境也不同。此外，每个国家的政府和政策也不尽相同，比如关税和其他税费和利率等等，这些都会影响产品的最终价格，所以你看，我们的产品在各个国家售价都不一样。

新浪财经：恒天然是一家非常成功的企业，有人说恒天然对全球乳品价格有很大的影响，在未来甚至有可能控制国内市场奶粉价格，您对此如何回应？

约翰·威尔逊：恒天然无法设定全球市场奶品的价格。我们独一无二的运营模式是没有政府补助，不靠政府支持。多年来一直如此。我们的农民把奶品销售到国际市场，有些年份价格高，有些年份价格低，他们已经习惯于价格的波动。恒天然在新西兰是一家大企业，我们占据新西兰奶制品总出口量的 25%。但在世界市场上我们所占的份额很小，举例来说，我们的规模仅是美国奶制品行业规模的 25%。所以恒天然必须要能够适应全球奶制品市场的波动变化，比如说我们一直在讨论的欧元危机问题，以及危机背后发展中国家强劲的需求问题，我们都需要去积极应对。

培训奶农提高品质是恢复消费者信心的关键

新浪财经：所以新西兰从来没出现过像中国乳品行业所面临的信任危机？

约翰·威尔逊：在新西兰，我们从来没有出现这样的危机。我们要做的就是努力达到极高的国家标准，这个标准极其严格苛刻，我们必须确保达到标准。

新浪财经：您怎么看待中国未来的婴儿配方奶粉市场？

约翰·威尔逊：中国市场要重塑消费者信心，这符合各方的利益。我们恒天然也在积极和中国政府组织合作。

新浪财经：那对于如何重新恢复人们的信心，中国本地品牌应该做些什么，您有何建议？

约翰·威尔逊：我们主要从三方面着手：

第一，我们与农民展开合作。如果我们能把知识教给农民，就能在很广泛的人群中建立信心。

第二，牛奶品质的提高。我们在中国与相关部委合作，使他们有机会去新西兰

看看，这点我们已经做了，将来也会继续这么做，希望他们看到新西兰乳品行业有哪些标准，我们是如何达到这些标准的。

第三，是通过我们的品牌，在中国建立对于奶制品营养供给的信心，无论是安佳品牌，还是安满和安怡品牌。

这三点是非常重要的。但这些都需

要很长时间。只要我们相信，信心就会慢慢显现。

新浪财经：你们怎样创新了与农户的合作？那些获得 Schol 约翰·威尔逊 rship 的农户？恒天然在里面扮演什么角色？

约翰·威尔逊：我们在中国有三个项目，现在也在一直做，将来也是。主要是帮助农户提高畜牧业知识。在中国目前的环

境下，怎么更好的照顾动物？怎么更好的喂养动物？更关键的是，怎么样生产出高质量的奶？这个培训是很花时间的，但是会有很大的帮助。我们会是中国市场的好帮手。从小的方面说，我们能帮助他们学到很多知识。

此外，我们也会帮助中国构筑生产系统和供应链以及高质量的食品体系，不仅是奶制品行业，而是整个食品行业。新浪财经：如果发生了问题，恒天然和农户之间怎么样分担责任？约翰·威尔逊：我们现在的机制是为了保证产品质量，所有牛奶来自恒天然的系统内部。目前，我们中国的一切产品来自于新西兰，未来，我们会实现本地化。

但是目前还没有实现，在将来规模上去了之后，会从中国的牧场那里获取原料，我们可以直接在中国实现恒天然的生产流程，不过我们一定会保证本地化产出的牛奶跟我们在新西兰产出的牛奶质量并无二致。

未来全球食品需求将翻番 农业人员培训严重不足

新浪财经：那么您认为最大的挑战是什么？

约翰·威尔逊：我们在本地员工的培训上花费了大量的时间和精力。我们面临的一大挑战是，过去 20 年，全世界在这方面缺少培训。这一问题不止出现在中国和

新西兰。世界各地都有这个问题。从牧场耕作生产到产品质量监控，对于农业的研究和学习一直都处于缺失的状态。我们已经意识到了这个全球性的问题。

据世卫组织预测，到 2050 年，全球对食品的需求将会翻一番，所以应该有越来越多的人选择这个行业，而他们也将面临

着巨大的机会。从事食品行业是非常有意思的，因为与食物相关的事业总是充满创新。

新浪财经：您谈到培训是个挑战。在中国市场，有个大问题：中国的年轻人，特别是接受过高等教育的年轻人，他们不想做农民。他们到了城市，找到工作后，就不想去当农民了。所以中国乳品行业未来可能会出现人才不足的状况。这是中国市场面临的一个问题。那新西兰有没出现过类似的问题呢？

约翰·威尔逊：就像我们刚才谈到的，过去十年，人们对于农业的兴趣有所下降。但在最近 2-3 年，我们在展望未来 3-10 年，我们认为这是一个非常令人兴奋、充满变革机会的行业，随着技术的发展和标准的统一，这个行业将充满前景，而且对于食物的需求是永远不会过时的。所以，我们要具有雄心壮志，于小处见大，从农业看到整个世界。这对于我们来说是一个激动人心的时代。在未来几十年，如果想要在这个世界成就事业，我们要使这种趋势能够保持下去。

新浪财经：其实我对您本人也比较好奇。刚才您跟我说，您是位农民。但您看起来不像农民，像商人。能给我们讲讲您当农民的经历吗？当农民是什么感受？

约翰·威尔逊：我出身新西兰的农民家庭，是我们家庭农场的第三代农民。我和我兄弟都是农民。我们现在在新西兰南北岛都有农场。我对于农业一直保持热情，我们的家族农场和传承对我来说是非常重要的。

我有四位女儿，每次我回家去做农活的时候，她们都会和我一起劳作。我和我的家庭，我兄弟的家庭，一起在农场上干活儿，我很享受在农场上的时光。有的时候我也会亲自给奶牛挤奶。

新浪财经：如何让农业和企业合作起来呢？在这方面你对中国的农民有什么建议吗？当前他们还处于比较低的水平。

约翰·威尔逊：恒天然是一个高度整合化标准化的公司，恒天然的理念是“从牧场到餐桌”，所以我们在牧场放养奶牛，通过完整的全球供应链，服务于我们的客户。恒天然的供应链是我们的独特之处。有趣的是，我在与亚洲的同行，特别是中国的企业家们交谈的过程中，发现他们也想要建立这样一体化商业模式。随着我们在增强人们信心的过程中不断有新的创新，不断教给农民新的技术，农民运用这些技术，不断增加自身财富，信心会不断提高，这对于农村是很有好处的。

(来源：新浪财经)