

# 深耕粮油市场 益海嘉里探索产业发展新模式

本报记者 李向磊

“凡有海水处，就有华人。”至今约6000万华侨华人分布全球。在华人圈里，经商比例极大，他们艰苦创业，拼搏进取，不少人在各自领域取得了非凡成就。

但无论身处何方，海外游子对祖国母亲始终怀着深深的眷恋，只要祖国有需要，他们义无反顾。而新中国成立70周年以来，经济社会的快速发展，也为广大侨资企业提供了巨大的发展机遇和成长空间，造就了一个个可以载入史册的商业故事。这其中，益海嘉里集团就是一个典型代表。

从一瓶小包装食用油开始，益海嘉里以产品创新，引领中国消费模式和消费理念变革；以科技创新推动产业升级，引领行业进步，全面提升中国粮油产业竞争力，从粮食生产大国向粮油产业强国转变，为国家农业现代化、粮食安



金龙鱼除了有面向家庭的小包装产品，也有面向餐饮渠道的中包装，全方位打造健康餐桌。  
本报资料室/图

全、食品安全等方面做出了自己的贡献。

与此同时，益海嘉里不断创新扶贫模式，发挥自身在农产品购销

和加工方面的优势，扶持贫困地区发展特色产业，帮助贫困群体创造平等发展的机会，与社会共同分享企业发展的成果。

## 产品创新引领产业变革

不断推出创新产品的背后是益海嘉里强大的研发实力，截至目前，研发中心已累计投资几十亿元，申请专利500多项。

1991年，益海嘉里在深圳蛇口南海油脂厂生产的“金龙鱼”牌小包装油下线并推向市场，改变了国人食用散装油的历史。

与当时市场上大多供应的暗黄、浑浊的散装油不同，“金龙鱼”小包装油提高了精炼程度，也更加健康、便携、美观、口感好，迅速赢得消费者的欢迎。

市场在变化，益海嘉里的产品迭代也在继续。在“扎根中国”，研究中国人饮食习惯之后，2002年，金龙鱼首次将膳食健康的研究深入到脂肪酸领域，研发出金龙鱼第二代食用调和油，倡导膳食脂肪酸平衡的健康理念，引领中国食用油的消费升级。该产品的推出，被业内人士称作中国油脂行业的一个开创

性举动。

随着消费升级的持续进行，中国消费者对于食用油的需求也越来越多元化和健康化。针对消费者不同的需求，益海嘉里先后推出“百年古法真正够香”的胡姬花小榨花生油，源自金龙鱼四家欧洲工厂的进口葵花籽油，从稻谷中提炼的珍贵稻米油。凭借产品卓越品质，益海嘉里不断荣获国际大奖，同时也在不断挑战食用油营养健康新高峰。

除了在食用油领域不断推陈出新之外，益海嘉里还利用自身优势，拓展业务范围。2009年，益海嘉里成立面粉事业部，发力小麦加工和制品领域。其官网数据显示，截至2015年底，公司小麦年加工能力560万吨，挂面年加工能力10多万吨，预

拌粉年加工能力1.5万吨，淀粉糖浆年加工能力30万吨。自主研发的“金龙鱼”多用途小包装粉、“金山”“花鼓”高端烘焙粉、“香满园”牛肉面专用粉等市场细分产品，赢得了消费者和专业客户好评，树立了良好的质量口碑和行业影响力。

不断推出创新产品的背后是益海嘉里强大的研发实力。2009年，益海嘉里母公司丰益国际在上海建立行业领先的研发中心，围绕粮油技术与产品研发、新产品及技术咨询、产品技术服务、科技合作与交流、粮油食品专业人才培养的五项中心工作，在烹饪油脂、专用油脂、谷物、食品、油脂科技等领域进行创新研发。截至目前，研发中心已累计投资几十亿元，申请专利500多项。

## 模式创新助力可持续发展

益海嘉里研发出了“大豆精深加工”“水稻循环经济”等新型产业模式。

益海嘉里一直致力于科技创新，探索循环经济等模式，推动产业升级，引领中国粮油行业可持续发展。

通过多年研发、摸索，益海嘉里研发出了“大豆精深加工”“水稻循环经济”等新型产业模式，将原粮就地转化和加工增值，带动传统农业和农产品由粗放种植向精准生产转变，由初级加工向精深加工转变，由资源消耗型向高效利用型转变，拓宽了产业领域，提升了产品附加值，延长了粮食产业链条。

以“水稻循环经济”为例，益海嘉里通过优质水稻订单让农民增收、消费者受益，而且使稻壳、米糠这两种副产品变废为宝。稻壳用来发电，除满足企业

自身的生产生活用电需求外，稻壳灰还可以加工白炭黑、活性炭、多晶硅等多种产品；米糠被用来榨取营养价值颇高的稻米油，米糠粕还可以提取谷维素等高价值营养物质。

“通过‘吃干榨净’式的精深加工，不仅保证了水稻加工全过程节能环保，而且使水稻的资源价值得以充分开发利用，从而实现水稻加工产业的转型升级。”益海嘉里相关人员表示，按照这种模式计算，如果全国约2亿吨水稻加工产生的米糠都用于榨油，可生产约230万吨稻米油，相当于为国家节省1.1亿亩大豆耕地。如果全国的稻壳都能够用来发电，可节省煤炭约2600万吨，相应可减少30多万吨二氧化硫排放。

此外，为改变国产大豆逐步萎缩的状况，益海嘉里投入大量研发资金，开发出了具有国际领先水平的国产大豆精深加工模式。在这种模式下，可以利用国产大豆生产200多种精深加工产品，如食用豆粉、低纤维、浓缩蛋白、分离蛋白、组织蛋白及糖蜜等，实现了对大豆的100%转化增值和综合利用。

“通过‘大豆精深加工’‘水稻循环经济’等模式的应用，既能确保原材料物尽其用，又能减少企业生产对环境的影响。”益海嘉里公共事务部潘坤对《中国经营报》记者分析指出，循环经济形成了产业闭环，有效地节约了集团的原材料成本，使在越来越激烈的行业竞争中，取得生产成本等优势，也提高了当地农民的收入。

## 扶贫创新助力共同富裕

在企业发展壮大的同时，益海嘉里将履行社会责任作为自己的重要使命。

经过三十多年的发展，益海嘉里已经成长为中国粮油行业领军企业。

在企业发展壮大的同时，益海嘉里将履行社会责任作为自己的重要使命，不断帮助贫困群体创造有利于平等发展的机会，与社会共同分享企业发展的成果。经过多年的摸索和实践，其在慈善公益方面逐渐实施了“益海嘉里助学工程”“金龙鱼复明工程”“金龙鱼助行工程”“益海助学中心”“金龙鱼烹饪班”和救灾扶贫等公益项目。

“我们发挥公司在农产品购销和加工方面的优势，每年投入30多亿元，从80多个国家级贫困县收购农产品近100万吨，并通过订单农业等“三产融合”机制让农民享受到加工增值的收益，带动贫困人口脱贫。”益海嘉里相关

负责人告诉记者，为了更好地帮助国家级贫困县实现脱贫目标，益海嘉里不断加大产业扶贫力度，在黑龙江富裕县、河北蔚县等贫困地区建立农业产业园等方式助力当地脱贫。

据上述负责人介绍，益海嘉里蔚县小米产业扶贫项目，源于2012年起益海嘉里员工在蔚县的义务植树活动。2017年3月，益海嘉里集团董事长郭孔丰到蔚县考察调研后，正式发起该精准扶贫项目，利用集团品牌、营销、管理等优势全方位助力蔚县产业脱贫。

记者了解到，益海嘉里蔚县小米产业园项目的基本模式是订单种植、溢价收购、品牌营销、利润反哺。即在政府协助下，集团通过当地谷子种植专业合作社组织贫困户订单化种植优质谷子后溢价收

购，按照严格质量标准，加工成“金龙鱼·爱心桃花”品牌小米。借助“金龙鱼”品牌的号召力和集团强大的营销渠道实现增值。销售所得利润全部反哺当地用于扶贫开发，用于贫困村基础设施建设、扶贫助学、脱贫产业发展等，形成闭环，首尾相衔，互相促进，实现良性循环。这种做法让贫困家庭生活有改善，增收见实效。

“益海嘉里蔚县小米产业扶贫模式，破解了贫困县产业扶贫难题，确保了农户通过生产实现增收脱贫的稳定性和可持续性。”该负责人说，除了产业扶贫，益海嘉里还与蔚县政府合作，通过捐资助学和职业教育等方式，帮助改善蔚县教育和就业条件，斩断贫困代际传播，全方位助力蔚县打赢脱贫攻坚战。

# 国产奶粉崛起正当时

本报记者 蒋政

不愿让孩子输在起跑线上的中国父母，对婴幼儿奶粉格外关注。

同其他市场相比，中国的婴幼儿奶粉发展状况有所不同。一方面是国产婴幼儿奶粉质量正处于历史最好时期，许多关键指标优于进口奶粉。另一方面却是不少一二线城市消费者仍倾向于选择进口奶粉。

十年前的惨痛教训依然深刻影响着行业发展，但不可忽视的是，国产奶粉崛起正当时。国产奶粉百亿发展一波三折

“之前我一直把贝因美当女儿养的。”谢宏曾多次公开表示。

作为贝因美的创始人，谢宏在27岁创办贝因美，那年是1992年。当时，断奶期食品在中国市场几乎是一片空白。谢宏利用从亲友借来的18万元创建贝因美。2年多后，贝因美横扫中国婴幼儿米粉市场，成为中国婴幼儿米粉市场的冠军。

这对于整个国产奶粉行业的意义是深远的。新中国成立初期，奶粉还是被当成稀缺分配产品存在。直到1984年国家经济委员会正式将乳制品作为主要行业发展方向和重点，国内奶粉业才逐渐解除束缚。

只是，此时贝因美的快速发展与国产奶粉的发展步调并不一致。2008年，三聚氰胺事件爆发，消费者对于国产奶粉的信心降至冰点。但是，2008年依然是国产奶粉的分水岭。2008年之前，国产奶粉的市场占有率一度超过65%；三聚氰胺事件爆发之后，国产奶粉的市场占有率迅速下滑至20%。据海关总署的数据显示，从2008年到2017年，我国进口婴幼儿奶粉数量从4万吨增长到29.6万吨，涨幅超过6倍。

而贝因美奶粉因未受波及一跃

企业已经出现，作为“国产奶粉第一股”的贝因美，在迎来创始人谢宏回归后，再次迸发出无限的生命力。

《中国经营报》记者注意到，贝因美日前计划将公司名称“去食品化”，其业务也将围绕婴童所需进行多元化发展，满足母婴家庭更多的消费需求。

“很多国产奶粉企业都在打造大健康生态圈。贝因美此次进行的多元化布局，显然是在酝酿一个新的发展战略。而这都将进一步促进国产奶粉的崛起。”中国食品产业评论员朱丹蓬告诉记者。

而起，市场份额一度位居国产奶粉首位。直至2011年在深交所上市，成为国产奶粉第一股。

而贝因美在创始人谢宏2011年因身体原因辞职后，便经历了高层动荡，一度被披星戴帽。

不过，诸多积极因素正在涌向整个奶粉行业。2016年10月，《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》正式实施，规定每个企业原则上不得超过3个配方系列9种产品配方。这使得贴牌、代工和假洋奶粉被淘汰出局；今年6月，国家七部委发布《国产婴幼儿配方乳粉提升行动方案》，提出力争婴幼儿配方乳粉自给水平稳定在60%以上。业内人士认为，这将为国产奶粉赢得消费者、提升品牌形象创造良好条件。

当贝因美在2018年迎来谢宏回归后，通过在品牌端、销售端、成本端的一系列改革，带领公司快速回归正轨。2018年，贝因美实现营收24.9亿元，实现归母净利润4111万元，扭亏为盈。

“结合该公司的动作，我们看到了这个国产品牌所做的改变，这对于企业本身以及消费者来说，信心都得到了很大的恢复。”朱丹蓬告诉记者。

## 打造婴童产业生态圈

中国产业信息网数据显示，我国母婴行业的总体规模从2011年的11089亿元上升到了2017年的25919亿元，年复合增速达到了15.2%。前瞻产业研究院数据显示，婴童产品前景广阔，婴童食品及婴童服装仍为发展重心，预计到2020年，婴童食品仍占据主要份额，约为37%左右；婴童服装紧随其后，比重为30%。

朱丹蓬告诉记者，越来越多的国产奶粉企业开始打造大健康生态圈。贝因美目前正在进行的多元化布局，也预示着其正在酝酿一个新的发展战略。

9月12日，贝因美发布公告称，拟增加多项经营业务，并将公司全称由“贝因美婴童食品股份有限公司”变更为“贝因美股份有限公司”。

这意味着被谢宏称为“女儿”的贝因美，将不再局限于婴童食品，而将围绕婴童所需进行多元化发展，满足母婴家庭更多的消费需求。

对于此次变更，谢宏在接受

## 国产奶粉崛起进行时

从国家不断出台的政策，到多家本土奶粉企业业绩频创新高，国产奶粉迎来崛起之路。

尼尔森发布《2018年中国婴幼儿配方奶粉市场环境洞察》报告显示，从2017年到2018年，国产奶粉的市场份额已经由40.7%提升至43.7%，销售额增速从14.5%上升至21.1%。此外，2018年，国产奶粉在母婴渠道的增速为25.4%，远超外资奶粉10.1%的增速。而伊利、飞鹤、贝因美等六大龙头企业在电商渠道增速达48.9%。

记者注意到，谢宏在复出之后，便提出“六重奏”战略：重树商誉、重建渠道、重构体系、重造团



贝因美在2018年迎来谢宏回归后，通过一系列改革，带领公司快速回归正轨。  
受访者供图

机构调研时表示，贝因美从成立之初就确立了“育儿专家、亲子顾问”的品牌定位。过去的几年，偏离了战略方向和消费者需求。目前需要回归初心，以更精简的公司名称回到最初的愿望——“生儿育女找贝因美”。公司也要围绕目标用户的多维度需求，提供专业产品和服务，进行关联业务的多元化。

队、重塑品牌、重溯文化。在市场层面，贝因美选择下沉，实施“天罗地网”战略，新渠道下沉，深耕三四线城市。“三四线城市将成为贝因美扭亏为盈的主战场”，包秀飞曾公开表示，二胎放开后的红利，消费升级往高端走，都集中体现在三四线城市。

对于消费者而言，如何重塑对国产奶粉的信心非常重要，而产品品质是绕不过的一个门槛。国家市场监督管理总局发布的数据显示，当前国产婴幼儿配方奶粉质量正处于历史最好时期，近3年抽检合格率连续稳定在99%以上，许多关键指标优于进口奶粉。

高级乳业分析师宋亮分析，这是贝因美从单一的婴幼儿奶粉企业进行多元化转型的必要方向。在他看来，奶粉市场已经成为超级红海市场，对于贝因美而言想要在短时间迅速崛起难度很大，多元化转型可能是其获得更好发展机会的出路。

贝因美总经理包秀飞表示，

中原证券发布的研报提到，在国产婴幼儿配方奶粉中，贝因美和飞鹤一直是代表着行业标准的翘楚品牌。在2008年三聚氰胺事件中，贝因美和飞鹤两个品牌的产品完美达标。从三聚氰胺事件中脱颖而出，不是偶然事件，而是公司长期重视研发和质量控制的积淀性成果。

记者了解到，贝因美制定出“风险可管控、逆向可溯源、顺向可追踪、责任可追究、原因可查清、产品可召回”六大追溯总方针，还打造了从研发、原料、生产、批发、零售、物流配送、产品使用服务全过程信息化追溯链条。

“目前贝因美在不断深化核心业务奶粉品类，这其中就包括在特配粉上的发力。除此之外，贝因美在进行多品牌、多元化的投入，在不同的品类中打造爆款，同时，在同一品类中也有不同功能性产品的排兵布阵。”

包秀飞还表示，“我们的机会在于在新零售方式下创造新的服务和产品，以及95后、三四线的人群，新的品类化、新的场景化、新的数据化，赋能新的消费群体，是可以给我们这个行业带来成长机会的重要手段。”

贝因美方面告诉记者，贝因美能够不再局限于婴童食品这个擅长的领域，转而围绕相关产业进行多元化发展，不断扩大业务范围，进行更多的尝试，这是一种选择，更是一种野心。

在产品上，贝因美具有很大优势。在“史上最严奶粉新政”实施后，贝因美获得注册允许的婴幼儿奶粉配方达数十个，且其一举获得了国家婴幼儿配方奶粉产品配方注册的0001号到0009号。

宋亮提到，贝因美在食品安全、配方研究、生产研发以及供应链体系等方面具有优势。贝因美也一直在暗自发力，欲在业绩上实现高质量增长。公司今年的一系列新布局，包括继续梳理奶源和牧场等上游产业链、加码布局高端品类、乳制品细分领域的新尝试等。

新中国成立70年来，婴童产业从无到有，从有到强，其强劲的发展为中国经济增长提供了支撑。作为国产奶粉第一股，在迎来谢宏复出之后的贝因美，未来又将如何搅动整个婴童市场，仍然值得期待。