

淄博能诞生第二家乳业巨头吗？



风口来了

牛奶狂飙在前，羊奶弯道超车。

作为国民健康的支柱性产业，乳业市场规模不断扩大，也令中国乳制品消费水平达到了一个崭新的高度。来自权威机构的数据显示，2020年国内乳制品销售规模达到6385亿元，较2019年增长0.9%，近14年年均复合增长率为10%左右，预计2025年国内乳制品市场规模将达到8100亿元。

而随着乳制品市场不断扩容，牛奶不再是唯一选择。各种羊乳、骆驼乳、牦牛乳等特种乳开始走进大众的视野，并逐步得到消费者的认可，其中最为明显的是羊奶这一细分品类正在快速崛起。

据专业市场机构布瑞克咨询发布的数据，2020年国内羊奶制品市场规模为147亿元，2021年预估达到169亿元，行业年均复合增速在25%以上。而来自行业乐观者的预测，未来8年，国内羊奶的液态奶、奶酪和婴幼儿配方奶粉的市场潜在规模将达到1000亿元左右。

2021年7月，市场咨询机构荷斯坦在其发布的《中国羊奶产业统计资料2021》中首次推出了2020年度中国国产羊乳加工企业20强榜单。其中，陕西和氏乳业以13.60亿元的羊乳制品销售收入位居全国第一位，陕西秦龙乳业、陕西优利士乳业及陕西金牛乳业，则分别以6.80亿元、5.70亿元和5.20亿元，分别二至四位。

记者发现，上述20强榜单中，位于陕西的羊乳制品企业占据其中16席，山东企业占据2席，云南、江苏则各占1个席位。

当然，这还仅仅是一个以液态羊奶为主业的羊乳加工企业榜单。

需求端的扩大、供给端的建设、羊奶营养价值的普及以及羊奶行业持续利好消息的释放，正促使更多乳业巨头大举布局羊奶产业赛道。

记者梳理发现，近年来，乳业巨头或并购或自建羊奶产业链的消息不断：2021年，伊利入主羊奶巨头澳优，飞鹤收购小羊奶妙可，君乐宝推出了臻唯爱羊奶粉；2022年，美可高特易主美赞臣（中国），法国达能控股湖南羊乳制品龙头企业欧比佳。

尽管上述交易更多局限于

羊奶粉这一产品领域，但今年3月，蒙牛推出高端羊乳品牌——希珀金，从而成为首个进军低温羊酸奶赛道的乳业巨头。

蒙牛的入局，能否改变传统的区域羊乳企业控制液态羊奶市场的格局？这成为一个特别值得关注的信号。

据企查查数据显示，截至2022年初，我国共有7100余家羊奶相关企业，比2021年初增加近1000家。而2018年—2021年四年间，国内年新增羊奶相关企业的数量均超过1000家。

需求不断释放，资本加速布局。

这无疑释放了一个强烈信号：羊奶产业的风口来了。

新秀之路

束红生和他的阳春三月，就恰恰生于羊奶产业的风口之上。

公开资料显示，成立于2018年的阳春三月是一家集奶山羊养殖、羊奶生产、研发、连锁销售、物流配送、仓储于一体的综合性羊乳制品企业，目前已布局低温鲜羊奶、纯羊奶、低温酸羊奶及羊奶乳酸菌饮品等多元化的液态羊奶产品系列。

作为一名“新淄博人”，束红生2008年大学毕业后便开始留淄创业。

“起初做的是蜂蜜生意，刚开始只是把羊奶当礼品送给客户，但没想到时间不久后，越来越多客户就开始找我买羊奶。”这让束红生从中嗅到了商机。

2018年，束红生决定投资500万元在张店区傅家镇建设一条巴氏鲜羊奶生产线，这也成为他正式进入羊乳制品生产加工领域的一个起点。

“一切从零开始。”束红生说，当时自己对羊奶加工设备、技术几乎一窍不通，他多次赴陕西考察市场头部企业，引进国际先进设备和国际先进技术，通过与西北农林科技大学等科研院所技术合作的方式，聘请专业技术人员进行把控，最终建立起了专业的产业生产线和产品链，并真正做到了标准化生产。

而经过一年的沉淀，阳春三月的羊奶产品也从原来的“卖不了”发展到“不够卖”，2019年阳春三月羊乳制品的销售收入首次突破1000万元。

生产和销售步入正轨之后，束红生便开始着眼于更大的市场布局。

2020年8月，阳春三月在沂

源县鲁村四村投资1.08亿元建设的液态羊奶项目正式奠基。这是一个集羊奶加工、销售、奶羊养殖于一体的奶山羊产业集群项目。

“我们盘活利用鲁村四村闲置砖场修建厂房，新建生产车间2座。”束红生告诉海岱财经，沂源鲁村项目新上鲜羊奶、酸羊奶、乳酸菌饮品、常温奶等6条生产线，项目建成投产达效后，直接带动解决劳动力120人。同时，鲁村项目还将带动周边农民养殖奶山羊5000余头，预计增加农民收入1320余万元。

2021年9月，沂源鲁村项目正式投入运营，日处理液态鲜奶能力可达90吨。

一方面是推进生产布局，另一方面则是加速市场布局。

“尽管面对疫情等不利因素，但前期不断的努力与坚持为我们打下了坚实的基础。”束红生以淄博大本营为例告诉海岱财经，四年时间，阳春三月终端订户从开始不足100户发展到超过两万户，配送站从3个发展到现在的600多个，进驻淄博1300多个社区，并陆续开通大型商场、连锁店及线上销售等渠道。

淄博大本营外，阳春三月也在加速布局全省市场。截至目前，阳春三月的代理经销商已经遍布济南、青岛、聊城、枣庄、德州、滨州、济宁等多个城市，并在各地迅速打开市场，预计今年可实现销售收入1亿元。

尽管起步较晚，但阳春三月已经给自己定下了“做中国羊奶行业领头羊”的发展目标。

格局之变

后起之秀，不容小觑。

风口之下，虽然各方资本力量跃跃欲试，但目前国内羊奶产业主要还是集中在陕西、山东等少数省份，羊乳制品行业尤其是低温羊乳领域至今仍未出现伊利、蒙牛这样的全国性龙头品牌，行业整体集中度还处于较低水平。

奶源限制、地方企业居多、行业集中度较低、缺乏龙头品牌，这是目前液态羊奶行业发展的突出问题，但也意味着每个进入液态羊奶行业的企业都有机会。

事实上，在竞争更充分的牛奶市场，众多区域性企业过去二三十年的发展经历就已经为羊乳企业提供了诸多生动的案例。行业数据显示，目前，伊利、

蒙牛等国内龙头企业的市占率大概在60%左右，未来发展也可能维持在60%—70%，留给中小型乳企和区域乳企的空间仍有30%左右，而仅仅是这30%左右的市场份额，其规模就超过千亿。

更重要的是，现在消费者对于新鲜、健康的乳制品需求越来越突出，对鲜奶等低温乳制品的消费不断增加。而区域乳企在发展低温乳制品中往往具备优势，包括配送成本低、网点覆盖全、生产基地近等便利条件，能够更好地将新鲜的乳制品送到消费者手中，因此低温乳制品将是区域乳企的竞争利器。

以北京三元、天津海河、上海光明为例，三大区域性品牌在当地低温市场就具备一定优势。究其原因，一方面产品品质有所保障，另一方面则是与当地消费者建立了情感联系。

将这样的区域性品牌生存逻辑之于山东，也同样不乏先例。比如，得益在淄博、佳宝在济南、琴牌在青岛就打造出了差异化的竞争优势。

总部位于淄博的得益乳业，是山东本土市场化程度较高的奶业品牌，其市场除覆盖了山东16市外，还辐射了北京、天津、河北、山西、河南、江苏、安徽、浙江、上海等省市。

产能方面，得益乳业去年4月曾高调宣布，在淄博高新区建设日产500吨低温乳品的智能车间，新车间建成后，公司产业园的产能将达到1000吨/日，成为山东及周边省市最大的低温奶加工基地。

事实上，回顾淄博乳业发展历程，除得益乳业之外，淄博还曾诞生过一家规模不小的牛乳制品企业。当时，这家名为绿赛尔的企业甚至一度与得益乳业齐名。不过，在当时国内三聚氰胺事件的影响之下，绿赛尔便在淄博及周边市场中逐渐销声匿迹。

一方衰亡，一方兴盛。最终，淄博本土乳业形成了得益乳业一家独大的局面。

前路漫漫，未来，在乳制品领域，淄博还能再培育出得益之外的第二家乳业巨头吗？

风口之上，机会发生。束红生和他的公司，现在已经站在了风口之上。

束红生是淄博阳春三月乳业有限公司（下称阳春三月）的董事长。刚刚过去的这个9月，他创办的阳春三月，首次跻身淄博农业产业化市级重点龙头企业名单，成为161家入围企业中唯一的一家乳企。

事实上，在浩大的乳制品市场中，阳春三月仅仅是一家新晋的乳制品公司。但若将乳制品的范围缩小至羊乳制品领域，阳春三月区域后起之秀的标签，就显得更为突出。

那么，在羊奶风口日盛的当下，作为后起之秀，阳春三月到底有多少实力？在乳制品市场长期“一牛独大”的当下，阳春三月能成为得益乳业之后淄博的第二家乳业巨头吗？

见习记者 寇文奇



扫码下载齐鲁壹点
找记者 上壹点

编辑：曲惠莹 美编：刘薇薇