



矿务局医院整形美容中心
——枣矿集团枣庄医院——

时光流转·魅力永恒

暨

2014·高端定制整形美容节

12月21日 与您相约

中粮大酒店



许海主任

王文科教授

蔡光浩博士

800元抵2000元

到场即可参加

终极大奖三星S4

中奖率100%

现场好礼送不停



整形美容中心十大经典项目

纯韩2C无痕美胸
聚能震波溶脂瘦身
韩式翘睫双眼皮
面部解码塑形术
鼻部综合整形
王氏童颜术
无创微整形
复合激光综合美肤
零感无痛脱毛
私密整形



微信扫描二维码
获取更多优惠信息

0632-4073163

咨询QQ: 2430911799

医院地址: 山东省枣庄市市中区胜利路188号

医院官网: www.zzkwjy.com



袋装常温奶“失踪”鲜奶吧关门

养牛的卖奶的都说不挣钱

奶价上涨谁赚了?

一场奶业史上最严重的奶源短缺日前席卷全国,伴随着不断飙升的生鲜乳收购价,终端乳制品的价格也正在被不断刷新,愈演愈烈的奶源短缺至今仍有无止息的迹象。成本增加、袋装奶消失、奶价暴涨……奶源短缺带来的连锁反应,让市民有点儿摸不着头脑。

超市袋装常温牛奶玩“失踪”

继9月初奶制品价格上涨后,11月15日,三元食品率先在官网上发布公告称,12月将上调部分产品价格,涨幅平均8%左右,这也开启了新一轮奶制品价格上涨的序幕。随后,伊利、蒙牛也宣布旗下多个品种的产品价格上调。业内人士分析,现在市场上每个品牌的高端奶都还是有保证的,但简易包装的平价奶都很吃紧。平价的袋装奶没货,这让不少市民有些失望,细心的市民粗略地

算了一下,同等重量同一品牌一箱袋装牛奶和盒装牛奶,价格相差了十几到二十元。

进入12月,乳业市场涨声一片。市区多家商超,超市销售人员称,光明、伊利、蒙牛等多个品牌的纯牛奶终端零售价格上涨,而且不少普通袋装常温奶,不管是纸质包装的,还是塑料袋装的,都从货架上集体消失了。“超市里已经很长一段时间没有袋装的纯牛奶了,如

果想买,就得整箱购买,散的都没有货,要不你到那边货架上看看,买盒装的吧。”解放路某超市常温奶冷柜前一销售人员表示。在销售人员的引领下,记者走到常温奶专区看到,盒装奶占据了货架的主要位置,牛奶促销员见有市民咨询袋装常温奶,摇着头表示现在只有袋装的酸奶、谷物奶和其他奶制品,纯牛奶大都是盒装的,如果想买袋装奶,就只好去供奶点看看了。

订奶点订奶量不大,鲜奶吧成本翻番

市区内的订奶点一般较集中在小区以及学校周边,在解放组团小区,某品牌鲜奶就在小区门口设有订奶点。据店家介绍,由于我市几乎没有较大型的乳厂,而且不少市民比较认品牌,所以,不少小区订奶点还是以品牌奶制品为主,虽然取奶方便,但订奶量并不大。

前来取奶的小区居民秦女士说:“在这儿订奶主要是考虑方便,价格上没有便宜多少,就拿济南这家牛奶厂生产的鲜奶来说,零买每袋2.2元,订购价格2.1元,就便宜了一毛钱。不过小区订奶点订购鲜奶品种较为单一,一般都是主要经营某一品牌的鲜奶。”秦女士接着问道,“像以前那种用玻璃瓶装的纯奶现在市面上是不是见不到了?”该订奶点老板表示,现在出问题的奶制品品牌越来越多,老百姓对牛奶的选择更加谨慎,也更加注重牛奶的质量,“目前

这种袋装牛奶多数经过高温消毒,直接饮用更加方便,像以前那种瓶装散装牛奶似乎不太被市民认可了。”

采访中,不少住宅楼下都有取奶箱,但不少已经成为了摆设甚至被损坏了。不少居民表示:“订了奶放到订奶箱里,经常想不起来去取,有时想起来去取吧,牛奶已经过期了。久而久之,订奶还不如去超市买成箱的品牌奶更方便。”

冬日的阳光透过玻璃窗照在一“鲜奶吧”的柜台上,老板曹女士支着胳膊玩弄着手中的取暖宝,慵懒地趴在吧台上,“鲜奶吧开了3年,生意江河日下不说,还费了好些精力,如今我已经支撑不住了,门口已经贴出了转让的广告。”曹女士无奈地说。从“鲜奶吧”所供奶品的价格来看,这些牛奶的价格比超市、商场所销售的蒙牛、伊利、三元、光

明等大品牌牛奶的价格要高上一些,零售价基本上为5元/杯。

“要说卖奶,利润还是比较高的,应该能超过50%,刚开始还有些生意,一年下来除去店面租金还能剩下点,但从去年年底开始营业额明显下滑,从今年8月份是越来越差,牛奶的收购价也一个劲儿地提高,成本增加了近一倍。这么小的一间房子,每个月的房租要2000元,再算上其他杂七杂八的支出,这样一个月下来,赚到手的也没有多少钱,就这样苦撑了3个月,现在真是彻底撑不下去了。”这间鲜奶吧是曹女士和男朋友的心血,现在放弃虽然不甘心,但也实属无奈。无独有偶,南马路商城附近的一家鲜奶吧9月中旬开业,11月初便改头换面了,成了一家电子设备店。

养殖风险加大、饲养成本增加,拉高原奶收购价

“一头成年奶牛产奶最高峰时,每天可产50斤的原奶,每斤原奶售价3元,除去每头牛一天25斤的口粮,收益还是很不错的。如果牛不闹毛病还能多赚点,要是哪头牛闹了病,那一准儿得赔钱。像今年天太热,光我家就损失了六七头牛,所以这一年下来收益大减。”家住岳楼村61岁的张忠如最愿意做的就是每天早上6点多和下午6点为家里的9头奶牛挤奶,家里一半以上的奶牛正处于产奶期。作为附近都知道的供奶点,这两年,张忠如家里的牛奶除了供应给周边的村民外,他还会往市

区送。这几年奶价较为稳定,始终徘徊在每公斤3—4元,今年原奶的收购价不错,价提得快,超出了他的预想,但价提了,他却没多赚多少钱。

尽管新一轮的奶价上涨幅度之大前所未有,但是,令人不解的是,原奶价格虽然突破了历史新高,但却没有给奶农们带来更多的收益,有的奶农还折了本。在塔塔埠村,83岁的李井近家20多头牛有一半以上是成年奶牛,在他的印象中,30多年来,今年原奶的收购价还是比较高的,而且从年初到现在又陆续涨了几次,现在卖出的原奶价格为3

元/斤左右。原奶价格高了,他自然很高兴,但是养奶牛风险大也是有目共睹的。一头成年奶牛的价格是2—3万,这是初期成本,如果遇到像今年一样的酷热天气,死亡几头成本就大增了。而且饲料也涨价了,现在奶牛养殖又要标准化,投在卫生、防疫上面的钱也一点儿都不能少。随着奶牛养殖成本地不断增加,养殖户的利润空间小了,所以,成本涨了,原奶收购价自然就跟着涨,赔本的生意奶农们也是不愿意做的。

本地乳企压力大数量少,养殖户自己摸索产业链

“今年原奶收购价不断上涨,企业压力特别大,但不会轻易调价。原料市场价格波动时,他们都会尽量控制成本,维持产品价格,但如果成本的压力超过企业的承受范围,那涨价就不可避免了。再者,枣庄本地有实力的乳企数量屈指可数,外地大品牌的知名度虽然是本地乳企无力复制的,但相对于品牌奶,本地奶企也有其自身的优势——价格实惠。”我省某知名乳品的销售人员表示。

采访中,记者发现伊利、蒙牛、光明等被市民所接受和认知的品牌摆满了

超市的货架,即便是本土品牌优势明显,但却未占据市场优势。本土某奶品的一款盒装奶品零售价格在2.6元左右,与同等重量的盒装品牌奶的差距在0.5—1.0元之间,与本土品牌奶品价格低廉相比,一些未经过加工的原奶成为郊区、村民的“宠儿”。

虽然奶价大涨,但是真正落到奶农身上的实惠并不多,大多留在了中间收购环节,而由此衍生出来的“小区奶”几乎一夜之间变为散户养殖的对应体。为了适应市场,一些奶牛户形成了适合自己的发展机制:养牛——取奶——加

工——销售。张忠如就是在走这样的路子,在他家里记者见到了一台酸奶机,张忠如说,除了出售鲜奶,他还自己做酸奶,不仅拓宽了销售渠道,还增加了客源,从目前的销售情况来看,虽然销量有限,但价格的优势也让他看到了希望,现在的养殖基地也已经成为了一条产业链。李井近则走出了另外一条路,他认为养奶牛唯一的收入在奶牛的增加和出售小牛上,靠繁育增加的奶牛就成了养殖户的无形收入。

(记者 张莉萍 刘一单 文/图)