



宁波牛奶集团收购的牧场景色。

甬企上了澳洲大报头版

宁波牛奶再次收购当地3家牧场引各方关注

澳洲产保鲜奶预计明年空运至宁波



财经观察

宁波企业海外投资再现大手笔。9月17日,澳大利亚最具影响力的全国性报纸《澳大利亚人报》头版上,出现了两个宁波人的大幅照片,他们是宁波牛奶集团董事长张银冲和该公司澳洲项目的负责人。照片上,两人坐在公司新收购的牧场里踌躇满志,身后是成群结队悠闲吃草的澳洲奶牛。据了解,宁波牛奶集团还计划在澳洲新建牛奶工厂,预计明年澳洲产保鲜奶即可空运至宁波乃至全国市场。

记者 孙美星

再次收购 3家澳洲牧场

澳洲报纸头版大篇幅报道

宁波牛奶集团最新收购的3家牧场,位于澳大利亚维多利亚州吉普斯兰地区,3家牧场水草丰美,有100多年历史,饲养了1000多头奶牛,总收购价格约1360万美元。“这次收购的牧场就在2012年我们收购的牧场旁边,两次收购的牧场面积加在一起共有10平方公里,至少能放养几千头奶牛。”宁波牛奶集团董事长张银冲上周刚从澳大利亚回到宁波,他告诉记者,去年1月,宁波牛奶集团已经成立了澳洲涌优公司,公司员工由当地管理人员和国内特派技术人员组成,目前牧场里放养的大小奶牛有2000多头。

宁波牛奶集团收购的牧场距离澳大利亚第二大城市墨尔本只有2小时不到的车程,先后两次收购,使宁波牛奶集团在当地知名度倍升。9月中下旬,澳大利亚当地的报纸和网站纷纷刊登了宁波企业在当地收购牧场的消息。除了《澳大利亚人报》头版图文大篇幅报道,澳大利亚当地的新闻网站纷纷以“宁波牛奶集团狂买澳洲牧场 产奶售奶一条龙”、“宁波牛奶集团拓展澳洲版图 直接运奶回国”等为标题,对此事进行了报道。

“我们走出去在澳洲建牧场,正是希望利用国外的资源,拓展国内外市场。国内乳制品市场需求旺盛,但优质的草场资源缺乏,澳大利亚地广人稀,拥有大批优质草场,当地的牛奶价格也低于国内。”张银冲认为,21世纪是全球时代,这让企业生产要素的全球配置成为可能,在澳大利亚建设牧场,不但能引进当地优质的奶牛资源,从成本的角度考虑也能省下一半。

在澳洲牧场建牛奶工厂

优质澳洲保鲜奶明年空运至宁波

此次收购完成后,宁波牛奶集团正酝酿在牧场里建设一座1万平方米的牛奶加工厂,完成宁波牛奶集团“走出去”战略的第二步:在当地开牛奶加工厂,最后实现将澳洲产与澳洲加工的新鲜牛奶销往国内外。

“目前建设工厂的前期手续正在申请中,工厂就建在牧场中间,设计加工鲜奶能力为100吨/天,预计明年下半年建成投产。之前我们想过收购别人现成的工厂,但在自己牧场中间建设工厂,可以最大程度缩短鲜奶运输时间,最大程度保证保鲜奶的品质。”张银冲介绍,工厂建成后主要加工巴氏杀菌的高品质保鲜奶销往国内以及澳洲本地等。

“每天下午挤出的牛奶,晚上就可在澳洲的加工厂里加工,第二天一早运到机场送往国内,最快10小时后到上海、北京、广州等各大机场。”据了解,随着消费者对鲜奶价值的认可度逐渐提升,目前进口保鲜奶成为市场新宠,即使每升的市场零售价格高达五六元仍受欢迎。张银冲介绍,宁波牛奶集团此举就是希望占领高端进口保鲜奶市场,今后工厂还计划生产优质婴幼儿奶粉销往国内外。

海外建牧场为了引进好奶牛

1600头澳洲奶牛已在宁波落户

近年来,奶源的问题成为制约乳业发展的“瓶颈”,光明、圣元等国内乳品巨头纷纷走出去,进行海外投资并购。据了解,国内乳业巨头海外投资大多选择收购乳品加工厂,或是与外资乳品企业合作,像宁波牛奶集团这样先在海外买牧场养奶牛的并不多。

“我们一直坚信‘好牛奶是养出来的’,收购澳洲牧场最重要的一个目的是引进优质的澳洲奶牛资源,提高宁波地产牛奶的品质。两年前收购了澳洲牧场后,第一步我们就着手优化奶牛品种,淘汰落后的奶牛品种,精选优质奶牛,培育10个月以后运往国内。”张银冲介绍,澳洲奶牛具有“低产优质”的特点。每头澳洲奶牛每年可产6~6.5吨半



宁波牛奶集团董事长张银冲在澳洲查看牧场。

由于很难招聘澳洲当地工人且用人成本高,宁波牛奶集团打算派养殖、生产方面的人才到澳洲管理牧场并负责生产,不过现在这个想法遇到了困难。“公司有好的技术人才,但精通英语的几乎没有,我们也在和澳洲方面磋商,是否可以降低对赴澳员工英语水平的要求门槛。”张银冲称。

的鲜奶,国内奶牛每年每头可产8吨半的牛奶,虽然产奶量大,但澳洲奶牛产的鲜奶品质更高。

从2012年10月开始,已经先后有1600多头澳洲奶牛落户宁波杭州湾生态牧场,繁殖后代,生产优质的洋牛奶。宁波牛奶集团计划,总计直接引入1万头澳洲进口种牛。

据介绍,为了让长在大草原的澳洲奶牛能尽快习惯在宁波的生活,宁波牛奶集团杭州湾牧场尽量还原了奶牛草原的生活环境,有供奶牛休息散步的地方,牛棚的密度也有意降低,牛均面积比普通牛大一倍。目前所有澳洲奶牛均开始产奶,鲜奶的蛋白质比普通牛奶要高10%。

优质保鲜奶网上卖

转型做线上线下一体化销售把澳洲特产一网打尽

预计明年开始上市的“宁波制造”澳洲保鲜奶,将通过拓展国内一些主要大中城市新的销售渠道以及原有渠道和电商平台销售,消费者线上线下预订,然后送货到家。今年6月,宁波牛奶集团创立了宁波牛奶集团澳洲电商园,搭建平台,不仅引进了近30家电商企业,还打算通过网络卖牛奶,并把优质的澳洲产品通过网络引入国内。

宁波牛奶集团澳洲电商园区总建筑面积约6.7万平方米,预计将投入5亿元,分三期建设。其中,首期项目开放办公及进出口商品展示区面积约1万平方米,目前已吸引近30家关联电商企业入驻;二期项目为物流集散配送中心,建筑面积2万平方米,近期将验收交付;三期项目为电子商务办公楼与电商配套的商务酒店,建筑面积3.7万平方米,将于近期开工建设。

记者在园区的进口商品展示中心看到,这里以澳洲产品为主打,包括奶粉、食品、日用品等,此外还有韩国等国家的进口产品。

“我们建设这个电商园,一是希望充当‘孵化器’,引进优势电商管理企业,二是希望做好‘导购员’,引进国外的优质产品,做到产品多元化。”张银冲介绍,做电商物流是关键,宁波牛奶集团有成熟配送体系,这是得天独厚的优势,可以实现覆盖区域网络购物的当日送达。



宁波牛奶集团澳洲电商园区的澳洲进口商品展示中心。