

# 北方周末报

2009年2月19日 星期四

第55期 今日16版

(鄂尔多斯地区20版) 零售价2.5元

北方周末报社出版

国内统一刊号: CN15-0035 邮发代号: 15-156

## Northern Weekly



### 1-9版

# 中国乳业新版图



#### ■ 策划语

## 后乳业危机时代的春天圆舞曲

□ 本报编辑部

这是牛年的春天,这也是中国乳业走出危机的第一个春天。

在中国乳业发展史上,2008年无疑是一个分水岭。因三聚氰胺事件而引发的全行业危机,注定要将这样一个变动的年份载入中国乳业发展的史册。

在分水岭的前半段,包括三鹿在内的中国乳业大佬们占据着国内市场,仿佛一只只大气球越飞越高。高得甚至令人无法企及。这些“气球”们不仅给地方政府在GDP增长和扩大就业等方面带来无与伦比的欣喜,同时也让国人部分地享受到了健康的生活。

但是,“乳业危机”毫不留情地刺破了这些“气球”,使“繁荣”戛然而止。我们看到,包括中央高层在内的全社会都更加清醒地认识到,繁荣假象的背后是几乎遍及整个行业的潜规则,是罔顾消费者生命安全的唯利是图,是多年缺乏行业监管和自律的放任。

痛定思痛,这个年轻的行业选择了新生——食品免检制度废除;国内最大的奶粉企业三鹿集团破产,其原董事长田文华一审被判无期徒刑;伊利、蒙牛、光明洗心革面,向媒体和消费者全面公开生产流程,启动“放心奶工程”;《乳品质量安全监督管理条例》出台,安全重新回归,成为全行业的主流话语……

与此同时,我们注意到,度过了“乳业危机”之后的中国乳业开

始了重新洗牌,巨大的鲶鱼效应正在产生——伊利成为市场回暖速度最快的代表;经历了“特仑苏风波”的蒙牛,正在寻找“恋人”;北京三元对倒下的中国奶粉业巨头三鹿展开收购暗战;完达山、飞鹤、摇篮、新希望等一批二、三线品牌重金砸向央视,不仅迅速提升了品牌影响力,还趁机扩张着自己的市场版图;雀巢等外国企业多年虎视眈眈,中国乳业资本市场或将面临前所未有的外资抄底变局……

可以说,中国乳业从来没有像现在这样充满剧变,从来没有像现在这样充满机遇,也从来没有像现在这样充满希望。为了勾勒这个正在形成和变动中的“新版图”,我们派出多路记者进行了采访。一方面,我们试图还原三聚氰胺事件之后的5个月里,乳企们的改变和心路历程;另一方面,一如本报办报理念所阐释的“新力量建设者”那样,我们把更多关注的目光投向了乳业的新势力们,因为无论是从消费者的角度讲,还是从市场经济的角度讲,我们都乐于见到多元化的市场竞争格局出现,而不是一二家寡头垄断市场。

事实已经证明,多数社会危机的出现都源于制度缺席、监管缺席,因此我们在后乳业危机时代里依然推崇制度经济学。我们坚持认为,中国乳业未来的发展路径,仍然要取决于行业监管制度的完善性和必要性。有了完美的制度保障,中国乳企们的春天圆舞曲才会跳得安心、跳得长远。

- 2** 三元逐“鹿” —— 变局
- 黑龙江:一个乳业大省的5年愿景  
完达山:双重的回报  
飞鹤:1.6亿背后的“黄金”征程  
摇篮:“三聚氰胺”后的升级时代 —— 新势力·黑龙江
- 3** 四川新希望:重构乳业江湖  
广东雅士利:应对危机的两个“第一” —— 新势力·川粤
- 4** 中国乳业变迁史  
奶农马福锁的“前世今生” —— 变迁史
- 5** 伊利回暖  
蒙牛寻找“第三者”  
光明变阵 —— 后乳业危机时代的巨头们
- 6** 全球乳业震荡,助推中国乳业成长 —— 洋品牌
- 7** 中国乳业的未来之路:细节重于速度 —— 未来路径
- 8** 中国奶业专家深度解读“乳业新政” —— 未来路径

总策划:张向华  
项目总监:陈力  
采访统筹:尹守刚、梅刚  
出版统筹:王冠磊  
封面设计:王冠磊



## 伊东集团向广大读者恭贺新春

### 做精做强 铸造辉煌 打造“伊东”品牌

2006年被评为中国成长企业百强第4名; 内蒙古自治区工业企业百强第27位、自治区50强煤炭企业第7位;

2007年公司荣获中国民营企业500强自治区6个循环经济试点示范单位,并列入国家循环经济试点单位。