

实探中国奶业大会：

# 原奶企业经营承压 业界欲以“增效”跨越周期

本报记者 赵学毅  
见习记者 梁傲男

7月5日，第十五届中国奶业大会落下帷幕。作为中国奶业行业最具影响力的盛会，本届中国奶业大会共吸引了约600家展商齐聚武汉。会议期间，以“谋局破局，创新增效，坚定看长”为主题的2024中国奶业发展战略研讨会座无虚席，更有种植业、养殖业、畜牧业以及乳制品加工业等多行业代表站着听完了研讨会全程。

在乳品消费市场疲弱，原料奶供应过剩的大背景下，大家迫切想知道，奶业企业如何实现创新升级？奶牛养殖环节如何以“增效”跨越产业周期？与会人士认为，中国奶业的高质量发展，需要企业主动适应新形势、新环境和新要求，谋远思变，破局前行。

## 原奶过剩引关注

“我国奶业正面对自2008年以来最大的挑战。”国务院参事、农业农村部原副部长于康震在会上表示，2023年，我国人均乳品消费量42.4公斤，仅为世界平均水平的三分之一。

截至今年5月份，国家奶牛体系监测到奶价已降至3.34元/公斤，每公斤奶利润首次为负，奶牛养殖

和乳品加工企业效益下滑或亏损严重。在行业整体承压的背景下，促进乳品消费成为行业共识。

蒙牛集团总裁高飞表示，中国奶业面临严峻挑战，除了外部因素的影响，也与国内奶业品类多元化不足、供需失衡矛盾和产业链韧性较低有关，导致中国奶业总是处于被动应对的不利局面。

国家奶牛产业技术体系首席科学家李胜利也表示，今年牛奶原奶过剩情况加剧，奶价持续下跌，导致奶价和成本出现了国家奶牛体系有记录以来的首次倒挂，本轮奶业困境部分归因于乳制品消费增速的放缓。

尼尔森数据显示，2021年至2023年，国内乳制品收入增速显著下降，分别同比增长7.9%、-6.5%和-2.4%，而同期牛奶原奶产能却保持年均7%的增幅。

因原奶供应过剩难以消化，原奶企业不得不选择喷粉储存。记者了解到，今年4月份至5月份，国内龙头乳企每日喷粉生乳达2万吨，占收奶量约四分之一。

喷粉对乳企而言实为亏损之举。当前，每吨奶粉售价约1.5万元至1.9万元，而喷粉成本高达3.5万元，因此每售一吨奶粉即亏损超万元。数据显示，截至2024年6月份，龙头乳企奶粉库存积压至30万吨。

面对奶源过剩，有养殖企业开

始淘汰奶牛以控制成本。澳亚集团首席运营官兼执行董事杨库表示，集团应对当前周期的主要措施是适当控制牛群规模，去除过剩产能。今年1月份至6月份，集团泌乳牛淘汰数比此前计划多出3800头，每天生乳鲜产量减少150吨至160吨，喷粉数量也较此前减少了同一规模。

现代牧业总裁孙玉刚也对《证券日报》记者表示，公司积极响应国家饲用豆粕减量替代行动，持续优化饲料配方，每公斤饲料成本同比下降15%；不断优化牛群结构，超计划主动淘汰奶牛超2万头。

记者了解到，部分被淘汰的奶牛进入牛肉市场，成为近来牛肉价格下降的原因之一。“牛肉价格持续下跌，现在比猪肉价格都便宜了。”现场，一位养殖端企业代表对记者如此感叹。

中国农垦乳业联盟专家组组长宋亮对《证券日报》记者表示，奶业周期性困难造成了资源的大量浪费，2024年行业仍面临严峻考验，牧场要减少后备牛的饲养比例，以更快的速度淘汰不盈利的奶牛，行业才有望加速迎来转机。

## 数智化引领发展

面对当前奶业经营的压力及行业周期性波动的考验，行业内相

关企业正以前所未有的决心和行动力，探索着“增效”与“创新”的破局之道。

记者在大会现场看到，从养殖环节的精细化管理、饲料成本的优化，到乳品加工的创新升级与新市场、新消费场景开拓，再到全产业链的协同与高效运作，市场各参与主体仍保持着对未来的坚定信念与不懈追求。此外，数智化技术的广泛应用，正为这一转型过程提供强大支撑，引领行业向智能化、精细化、高效化的新时代迈进。

在占地10万平方米的展厅内，智能牧场管理系统通过大屏幕实时展示从奶牛健康管理、精准饲养到自动化挤奶的全过程，VR技术带领参观者“走进”虚拟牧场，体验从牧草种植到鲜奶上桌的每一个环节，感受科技与自然的和谐共生……

此次展会，种植、养殖、繁育育种、尖端机械设备、动物保健、乳品加工艺术、创新包装包材、冷链物流网络以及金融贸易服务等上下游多个行业悉数参展，共同绘制了一幅从“一棵草”到“一杯奶”的全产业链协同发展与高效运作的画卷。

越秀辉山展台的工作人员对《证券日报》记者表示：“我们持续整合奶源供应链，借助数字化、智能化手段，集物联网、人工智能等设备和数据，打造数字农业、智慧牧场，推进奶源基地数字化转型。”

皇氏集团董事兼副总裁滕翠金对《证券日报》记者表示，集团从种源、养殖到产品的生产研发、市场推广、品牌打造等方面进行全产业链的布局，正在积极打造企业核心壁垒，通过产业提质增效跨越产业周期。

飞鹤方面也对《证券日报》记者表示，公司早在2010年就开始规划推进“数智化”建设，已将其运用于牧场、工厂、供应链、渠道管控和消费者服务等各个环节，实现了全产业链的智能化发展，极大地提升了生产效率。

“中国奶业要通过产业链、创新链、数据链、人才链的四链融合，稳行业、促发展。”伊利集团执行总裁刘春喜表示，伊利将加速数智养殖、打造精益牧场、种植优质饲草、激活人才引擎，多措并举提升行业核心竞争力，支持产业链上游发展。

与此同时，国内乳企今年在展会上展现出了强劲的科研创新势头，不仅亮相了最新的乳制品创新成果，还积极探索新品类、新产品与新消费场景。

展望未来，中国奶业的发展之路虽充满挑战，但也孕育着无限机遇。随着消费者需求的不断升级和市场的持续拓展，能够紧跟时代步伐、勇于创新突破的企业，必将在激烈的市场竞争中脱颖而出。与会人士均认为，中国奶业定能跨越产业周期，实现高质量发展。

## 定向增发获批 绿的谐波拟募资20亿元 投建精密传动产能

本报记者 陈红

7月5日，绿的谐波发布公告称，公司于近日收到中国证券监督管理委员会出具的《关于同意苏州绿的谐波传动科技股份有限公司向特定对象发行股票注册的批复》。本批复自同意注册之日起12个月内有效。

“本次定向增发获证监会批复意义重大。”福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪在接受《证券日报》记者采访时表示：“绿的谐波深耕精密传动领域多年，本次项目投向聚焦主业发展，有助于公司抓住行业发展机遇，丰富产品的同时开拓增量市场，培育新的利润增长点。”

## 拟加码主业

绿的谐波身处精密传动行业。公司核心产品是精密谐波减速器，其最大的下游应用领域为工业机器人。

根据募集说明书(注册稿)，绿的谐波本次向不超过35名特定对象发行股票不超过5057.5万股，募集资金总额不超过20.27亿元，拟用于新一代精密传动装置智能制造项目。

本次项目拟在现有厂区建设包括新一代精密谐波减速器和机电一体化产品在内的精密传动装置自动化生产线。项目建成达产后，绿的谐波将新增新一代谐波减速器100万台、机电一体化产品20万台的年产能。截至募集说明书签署日，该项目尚未开工建设。

绿的谐波表示，精密传动装置需求将持续旺盛，本次推进新一代精密传动装置智能制造项目建设，能够持续提升公司产品质量和附加值，探索下游应用场景。

中国风投资本联盟副理事长柏文喜对《证券日报》记者表示：“新项目的实施，将大幅提升绿的谐波的产能规模，增强其产品供应能力，显现规模效应；同时，有利于公司优化产品结构，扩大行业覆盖面，加速实现国产化替代。”

## 市场潜力巨大

近年来，随着工业机器人、数控机床等智能制造高端装备的快速发展，市场对精密传动产品的需求也与日俱增。例如，精密减速器作为精密传动装置的重要组成部分，其市场规模正不断增长。QY Research(恒州博智)发布的《全球精密减速器市场、结果和预测(2017年至2028年)》显示，2022年全球精密减速器市场规模为28.3亿美元，预计2028年将增至40.4亿美元。

“精密传动装置作为工业机器人、数控机床等设备的核心零部件，具有较高的研发壁垒。”柏文喜对记者表示，目前，全球精密传动装置行业市场规模总体保持稳定增长，预计未来亚洲地区市场份额将会进一步提升，精密传动发展前景广阔。

通过本次募投项目的实施，绿的谐波将增强对谐波减速器和机电一体化产品的生产管理能力和提升工艺水平，实现精密传动装置产能和性能的提升。

“目前，精密传动装置市场上的主要竞争者包括绿的谐波、秦川机床、埃夫特等国内企业，以及西门子公司、哈默纳科等国际企业。”中国金融智库特邀研究员余丰慧对《证券日报》记者表示，“未来，该领域的技术进步和产品创新将不断加速，市场竞争也将更加激烈。因此，企业需要不断加大研发投入，提升技术水平，推出更多具有竞争力的产品，才能在市场中立于不败之地。”

## 吉视传媒 拟债转股增资金全资子公司

本报记者 马宇薇

7月5日，吉视传媒发布公告称，拟以债转股方式向三亚城投资发展有限公司(以下简称“三亚城”)增加注册资本。

吉视传媒拟以其持有的三亚城累计6.21亿元债权，向三亚城增资和转增资本公积，其中4亿元以债转股方式增加注册资本，2.21亿元转增资本公积。增资完成后，三亚城的注册资本将由目前的1亿元增加至5亿元，三亚城仍为吉视传媒的全资子公司。

今年6月30日，吉视传媒与控股股东吉林广播电视台签署《资产置换协议》，吉视传媒拟置出持有的三亚城100%股权，并置入吉林广播电视台下属的IPTV(网络电视)相关资产。上述交易拟置入和置出资产作价均为7亿元左右。

三亚城持有的主要资产为位于海南省三亚市红塘湾旅游度假区的105.7亩土地，土地用途为旅馆用地、商务金融用地、零售商业用地。2014年，吉视传媒收购三亚城100%股权，原计划自主开发“吉视传媒三亚视觉文化体验基地”文旅项目，但受《海南经济特区海岸带保护与开发管理实施细则》政策及房地产行业宏观环境影响，目前项目暂处停工状态。

“为进一步聚焦国有企业主责主业，打造‘IPTV+有线电视’一体化运营格局，公司拟向控股股东置出上述资产，提升公司整体资产运营效率。”吉视传媒表示。

吉视传媒表示，本次公司以债转股方式对三亚城进行增资，是确定核准置出资产实际价值，使其具备审计评估及资产置换基础条件。公司后续将以增资后的资产范围为基础，对三亚城进行审计评估，确定其股权公允价值，实施资产置换交易。

从置入资产来看，置入的吉林广播电视台下属的IPTV业务资产，是吉林省IPTV业务唯一指定授权运营机构的资产。交易完成后，吉视传媒主营业务将覆盖至IPTV业务运营领域，直播电视、视频点播业务能够通过互联网、广播电视两种技术模式实现。

公告显示，置入的IPTV相关业务资产经营质量良好，现金流稳定，盈利能力较强，截至2024年5月份，累计发展覆盖用户451万户，其中活跃用户212万户。

# 深入链接千行百业 大模型商业化百花齐放

本报记者 徐一鸣  
见习记者 金婉霞

7月5日，2024世界人工智能大会正在上海召开。《证券日报》记者在现场看到，国产大模型的种类越发丰富，从文生文/图模型到文生视频模型、端侧模型等让人眼花缭乱。同时，与会者们所关心的不再仅是参数规模、是否开源等技术问题，大模型的落地应用正成为被探讨最多的话题。

大会现场，百度创始人、董事长兼首席执行官李彦宏直言：“没有应用，光有一个基础模型，不管是开源还是闭源，一文不值。”中国电信集团有限公司董事长柯瑞文也表示：“AI的发展既要重视大模型的技术研发，更要重视应用，应用是促进技术成熟与产业创新的重要途径。”

大模型的商业落地正在加速。据行业媒体数智前线的数据，今年以来，国内大模型项目中标公告已发布超230个，远超2023年全年水平。华金证券研报称，中国10亿参数规模以上的大模型数量已超100个，行业大模型深度赋能电子信息、医疗、交通等领域，形成上百种应用模式，赋能千行百业。

## 基础能力再升级

走在上海世博展览馆H2展厅，大模型的竞速不言自明：一边是讯飞星火、百度文心一言、阿里通义千问、腾讯元宝、华为盘古等头部厂商的热门产品，另一边则是Minimax、百川智能、智谱AI等新锐势力的亮相。

记者注意到，经过2023年“百模

大战”的锤炼，企业们的技术能力正变得越发强劲。以讯飞星火为例，其4.0版本的复杂指令、复杂推理、多模理解等多项能力，在第三方高考评测中名列前茅；商汤最新发布了日日新5.5大模型体系，其综合性能较日日新5.0平均提升30%。

据大会发布的《中国AI大模型工业应用指数(2024年)》，国内顶级大模型在工业领域文本生成的准确性已具备竞争力。在行业知识层面，我国在多个行业如电力、建材、纺织的知识储备已经具备一定领先优势；细分能力层面，国内模型在语言能力和专业知识掌握上要优于国外模型更优秀。

技术实力大幅提升后，加速向下游应用渗透，正成为厂商们的“新课题”。“大模型已经成为‘标配’了，谁能够率先将大模型商业化才是关键。”一位正在观展的行业投资人对《证券日报》记者表示。哈尔滨工业大学商学院院长马涛教授则表示：“我国有超大规模市场和全产业链优势，这是其他国家很难具备的条件，为我国大模型加快技术迭代和实际应用提供了宝贵的发展机遇。”

## 为千行百业提质增效

AI+金融、AI+社交、AI+政务、A+搜索、AI+医疗、AI+科研……记者在现场看到，目前，国内已集中诞生了一批AI大模型应用。比如，MiniMax的海螺AI可为用户分析财报、速读长文、创作文案。在医疗行业，商汤科技联合多家医院合作打造了以医疗多模态大模型为创新驱动力的智慧医院建设示范样板等。

同时，下游应用场景也在寻找



记者在2024世界人工智能大会现场看到，国产大模型的种类越发丰富，从文生文/图模型到文生视频模型、端侧模型等让人眼花缭乱

适配的AI大模型产品。“视觉大模型可以用于产品质量检测吗？”“我们的厂区面积很大，人工巡检耗时耗力，有没有一些可行方案？”在现场，记者听到了不少这样的诉求；还有展商告诉记者：“来自物流、汽车制造、特种行业等的意向订单非常积极。”

AI与产业“双向奔赴”的背后，是AI的应用价值逐渐被验证。比如，在教育行业，搭载了科大讯飞星火大模型的科技教育方案帮助老师降低了63%的备课时长、90%的编程批改时间，提升了75%的学期评价效率和51%的学生课程兴趣；来自中国电信的新城智慧

适配的AI大模型产品。视觉大模型可以用于产品质量检测吗？

我们的厂区面积很大，人工巡检耗时耗力，有没有一些可行方案？

在现场，记者听到了不少这样的诉求；还有展商告诉记者：“来自物流、汽车制造、特种行业等的意向订单非常积极。”

## “小模型”各显神通

合合信息展示了独有的AI古籍修复模型，可将年代久远的古卷轴通过AIGC技术数字化修复；万达信息用大模型辅助医保进行“反欺诈监管”；金山办公首次公开亮相的AI伴写功能，可以在用户“思维暂时枯竭”时，提供内容支持和灵感

……在现场，这些颇具特色的AI应用引起了记者关注。

走访中，记者获悉，从大模型到小模型或也会是未来的行业发展趋势。清华大学人工智能国际治理研究院副院长梁正认为，基础大模型和行业小模型的协同并进会是一大趋势，他鼓励“在更多垂直行业领域打造具有全球竞争力的‘小精尖’行业大模型”。

达观数据CEO陈文文也预判称，目前，国内大模型领域的研究热点主要集中在场景大模型和垂直大模型的开发上。未来，大模型技术的突破或将集中在更深入的垂直领域应用。

# 头部白酒企业纷纷实施控量稳价

本报记者 李静

进入7月份以来，多家白酒企业相继宣布将采取控量稳价的措施，以应对市场供需关系的变化和保护品牌价值。

业内人士表示，这一策略的实施，不仅反映了白酒行业对市场变化的敏感，也显示了企业对高质量发展的重视。

## 头部白酒控量稳价

7月2日，泸州老窖窖酒类销售股份有限公司发布涨价通知，即日起，38度国窖1573经典装(500ml×6)经销客户计划内配额结算价格上涨30元/瓶。

泸州老窖方面对《证券日报》记

者表示，上述涨价通知是经销商的促销政策之一，主要是基于市场的供求关系，是常规的经营策略和手段。

据了解，泸州老窖总经理林锋在公司2023年股东大会上表示，过去38度国窖1573的销量很少，占比仅15%，现在38度国窖1573与52度国窖1573销量已基本对半开，未来其将作为泸州老窖的重要板块。业内人士表示，在白酒市场震荡调整下，为调剂市场供求关系，提振渠道信心，对核心或重要单品进行量价调控已成为酒企的必要之举。

此外，7月1日，陕西西凤酒营销管理有限公司发布的《关于停止接收老绿瓶系列产品订单的通知》称，“自7月1日起，停止接收普通老绿瓶系列产品订单及货物发运。”

除了泸州老窖、西凤酒，贵州

茅台也在行动。7月2日，茅台酱香酒营销公司下发通知称，茅台1935已超进度完成今年各项任务，为保障茅台酒良性健康发展，即日起暂停投放茅台1935酒合同计划。

对于头部白酒企业纷纷控量稳价的行为，白酒行业分析师、知趣咨询总经理蔡学飞对《证券日报》记者表示，这些举措说明名酒企业今年的任务完成得比较理想，同时也说明在目前调整周期下，名酒正在积极地给渠道减压，积极优化渠道结构。

控量稳价后，终端市场表现如何？北京茅台终端店铺金润酒业相关负责人对《证券日报》记者表示，调控政策发布后，茅台1935的价格确实有所回升，今日售价为830元/瓶，目前该品类销售情况较好。但目前白酒仍然处于淡季，期

待中秋的消费行情。

## 积极传递信心

中国酒业协会在近期发文称：“当下，酒类产业进入存量竞争时代，进入强集中、强分化的深度调整阶段。酒类产业在渠道端、市场端、流通端面临着库存、价格和预期三大困局。”

在调整周期下，各大头部酒企也纷纷发声，提振市场信心。6月底，茅台召开部分地区市场工作会，会议谈到白酒周期，并强调，茅台酒的基本属性没有变，基本需求也没有变。有信心、有实力、有能力穿越本轮周期。

无独有偶。在近日召开的年度股东大会上，五粮液董事长曾丛

钦表示，高端白酒未来的发展前景依然广阔，特别是作为拥有良好品牌的高端白酒，未来依然有较大市场前景。

林锋也在近日召开的泸州老窖股东大会上直言，白酒本身就属于周期性行业，周期波动是正常的。

“高端白酒在商务社交、礼品馈赠等市场的刚需属性没有变化，这是市场看好名酒未来发展的基础所在。虽然短期承压，但是长期来看，通过积极的表态与相关落地策略，可以稳定市场信心。”蔡学飞称。

中信建投研报分析认为，随着中秋、国庆等宴席需求释放，龙头酒企全年业绩目标达成率仍将较高，未来龙头企业会更加重视通过提升分红率来加强股东回报，配置价值凸显。