



### 奶酪市场调查:

# 乳企深耕高附加值产品 本土化提速

□谢岚 梁傲男

在奶源供给充足的市场环境下,奶酪本土化是否将提速?国内以再制奶酪为主的奶酪市场格局是否会改变?带着疑问,记者采访了部分商超市场、奶酪加工企业及品牌企业,就奶酪本土化机遇做了调查。

#### 国产奶酪品牌迅速崛起

从喝牛奶到吃奶酪,近年来,我国奶酪消费快速增长,但仍以零食为主,主要产品形式以儿童奶酪棒为主。

记者来到北京某商超,看到伊利、蒙牛、妙可蓝多、均瑶、奶酪博士、百吉福、安佳等国内外品牌的奶酪挤满了货架空间。

在采访中,北京市丰台区某物美超市的工作人员向记者表示,2019年之前,百吉福、安佳等外资品牌一直是超市最畅销的奶酪产品。目前,消费者青睐伊利、蒙牛等国内品牌的奶酪产品。

上述工作人员还表示,在超市的冷藏柜中,国产奶酪棒的陈列区域越来越大,品牌包装越来越花哨,国产、外资品牌陈列面积呈现“平分秋色”的局面。

“品牌是我选择奶酪棒的重要指标,感觉现在国产奶酪棒的质量明显好了很多,企业对产品宣传和包装的加强,让我们家长更有信心为孩子选购国产奶酪产品。”消费者王女士在接受记者采访时表示,在选购奶酪时,她会自觉查看配料表内容,还会针对孩子的营

养需求对比不同种类的产品。值得一提的是,近日,《证券日报》社发起的一份有关奶酪话题的调查问卷数据显示,当问及消费者选择国产还是进口奶酪时,回答最多的是“无所谓”。而对于品牌选择时,妙可蓝多的比重最大,其次是百吉福。

事实上,国内奶酪企业,从过去的妙可蓝多“一家独大”,到今天已经是百花齐放。大型乳企也在纷纷加大奶酪的投入。

据记者了解,伊利推出奥特曼联名款巧克力味奶酪杯,妙可蓝多发布慕斯奶酪杯和哈路蜜煎烤奶酪,均瑶健康推出常温奶酪,奶酪博士推出奶酪流心鳕鱼肠、水果奶酪泥、白金营养奶酪棒,通过创造新的奶酪深加工产品激发新的“消费兴趣点”。

“在2023年,我们目睹了成人享乐型奶酪市场的爆发。奶酪棒有着100多亿元的市场,我们要在消费人群上进行扩大。”日前,奶酪博士创始人陈昱桦在接受记者采访时表示,坚持本土化原制奶酪是奶酪博士产品的差异点之一。

面对国产奶酪的崛起,独立乳业分析师宋亮对记者表示,奶酪可以国产化,但前提是本土奶酪一定要做好高附加值的奶酪业务,否则本土化的意义不大。

#### 奶酪本土化提速

据农业农村部数据显示,2022年我

国奶类产量4027万吨,首次突破4000万吨大关,位居全球第四位。

一边是牧场原奶扩产,一边则是乳制品消费端的动销放缓。于是,国内自去年开始出现“奶剩”现象。如何做好奶业的深加工成为乳企不得不考虑的问题,而选择将过剩奶源做奶酪成为部分乳企新选择。

记者采访甘肃某企业得知,在乳业淡季,将过剩奶源加工成奶酪已经成为其另一主业。

“我们会将过剩的原奶加工成奶酪,而这个工厂的奶酪产能有200吨,目前在甘肃兰州1000吨的新产能正在建设中。”甘肃传祁乳业相关负责人对记者表示。

据记者了解,奶酪博士已经建造起自有奶酪“超级工厂”,预计总投资超过10亿元,成为奶酪博士自有供应链的基石。依托于超级工厂的研发检测中心,奶酪博士还建立起奶酪营养研究所,打通从研发到生产的各项技术环节。

蒙牛方面也表示:“未来,蒙牛将聚焦于高价值、差异化奶酪产品,不断打造奶酪消费的多元新场景,引领奶酪行业高质量发展,为奶酪本土化贡献力量。”

妙可蓝多相关负责人对记者表示,国内奶酪业的发展仍需通过扩大消费场景来推进,需要与餐饮文化深度融合,融入中国独特的风味和文化元素,满足消费者多样化产品需求。

虽然企业都在纷纷加大奶酪的生

产,但是国内奶酪市场的培育仍是一个长期的课题。另外,由于国内养殖成本较高,上游养殖企业将原奶做奶酪与国外相比,价格上并未有大的优势,因此,这些都是对乳企做奶酪本土化带来一定的挑战。不过,对于奶酪的未来发展空间,行业内依然看好。

“奶酪正处于明星赛道,随着消费者对健康饮食的关注增加以及对奶酪认知的提升,我国奶酪市场具有极大的上升空间,政府也对奶酪本土化发展提供了政策上的支持。”中国信息协会常务理事、国研新经济研究院副院长朱克力在接受记者采访时如此表示。

中国奶业协会提出,力争2025年全国奶酪产量达到50万吨,零售市场规模突破300亿元,并要求通过打造优质奶源基地、提高科技创新能力以及加快数字化转型等方式来有效提升奶酪市场竞争力。

在业内人士看来,当前,国内奶酪赛道已从餐饮奶酪隐性应用1.0时代进入奶酪棒儿童风行2.0时代,目前正向专业餐饮研发、家庭餐桌等更多场景的3.0时代进化。从奶酪棒赛道逐步向餐饮赛道转型,已成为奶酪企业的共识。

“政策端正全面促进奶业振兴,鼓励牧场发展规模化养殖,提高牛奶产量和质量。随着牛奶产量逐渐扩张,我国原奶供应出现阶段性过剩,使原奶价格持续下行。”东高科技高级投资顾问吴太伟对记者表示,在消费承压、细分赛道增速放缓的背景下,奶酪细分品类的



本报记者 杨丽霞 摄

高增长遇上阶段性抑制,宏观环境的刺激也加速了行业的演变。行业变化了,企业就要跟着变,企业需要新的思路、新的行动适应变化的市场,实现奶酪本土化。

在吴太伟看来,首要之务是稳定上游供应链,确保供应链的稳定性,提高对抗外部环境不确定性风险的能力。同时,加强技术研发,提升对深加工奶酪产品的能力。“此外,中国乳制品各企业以及社会各界应共同关注奶酪产业发展,形成中国自主的奶酪产业集

群,打造具有中国地方特色的标志性奶酪产品,实现奶酪国产化的规模经济。”

事实上,不论是国家政策对奶酪行业的支持,还是奶酪企业对自身产品的赋值,都显示出奶酪市场依然存在很大的空间静待挖掘。透过奶酪行业国产化,可以看出中国乳业面临的新机遇不仅在于行业正在释放的可持续发展的社会效益,还在于通过满足消费升级需求,不断挖掘新的增长点来扩大经济效益。

## 水牛奶知名品牌“南国乳业”产品酸度不合格

□孔文雯

11月16日,记者从广东省市场监督管理局获悉,近期该局组织抽检粮食加工品、肉制品、乳制品、茶叶及相关制品、水产制品和食用农产品等6类食品1196批次样品。根据食品安全标准检验和判定,其中抽检项目合格样品1182批次,不合格样品14批次。其中,深圳盒马网络科技有限公司宝安区第二分公司销售的标称广西合浦南国乳业有限

公司(以下简称“南国乳业”)生产的超高温灭菌水牛奶,酸度不符合食品安全国家标准规定。

乳制品酸度通常是指总酸度,包括自然酸度和发酵酸度,新鲜牛乳本身具有一定酸度,酸度偏高会影响产品的风味、口感,也会使产品受杂菌污染的风险变高。

《食品安全国家标准 灭菌乳》(GB25190-2010)中规定,灭菌乳(牛乳)酸度不得低于12°T,不得高于18°T。而该款水牛奶酸度检测

结果为23.5°T,远超国家规定的数值。

独立乳业分析师宋亮表示,不合格的原因可能是工艺上的问题。

南国乳业是水牛奶行业知名品牌,其官网显示,成立于2001年,是以奶牛、奶山羊养殖、乳制品开发、生产和销售及市场服务为一体的乳制品企业,是北海市目前生产新鲜乳的乳制品企业,产品远销全国各地。目前,南国乳业有乳鹰、水牛生南国、侨港等系列品牌。

这不是南国乳业产品第一次出现问题,3个月前还因纯羊奶产品中含有牛奶而召回。7月26日,南国乳业发布召回通知,“由于我司生产批次为20230319、20230526的雅兰羊纯羊奶产品有可能含牛奶成份(原因:纯牛奶及纯羊奶同设备连续生产时交叉造成的),为了规避风险,现决定20230319、20230526批次的雅兰羊纯羊奶进行下架和停止销售召回处理,特此向全网及销售商发布召回公告”。

此前南国乳业还有过一次行政处罚记录。据天眼查,2022年7月10日,合浦县市场监督管理局对南国乳业没收违法所得300元;罚款0.6万元,处罚事由涉及:经查实,该公司生产经营的“水牛生南国水牛纯奶”执行产品标准号为DBS 45/037。

对于产品不合格的原因,以及后续整改举措等问题,记者通过邮件向南国乳业发出采访函,截至发稿前未收到回复。

## 皇氏集团4.1亿元股权被冻结

11月21日晚间,皇氏集团发布公告称,因与公司、皇氏数智有限公司(简称“皇氏数智”)发生合同纠纷,泰安市东岳财富股权投资基金有限公司(简称“东岳财富”)向泰安中院提起诉讼,目前该案件已被法院受理。涉案的金额投资本金3.1亿元。

2019年11月,东岳财富、皇氏数智、深圳市德诺凯瑞投资有限公司(以下简称“深圳德诺”)签订《泰

安市东岳数智股权投资基金合伙企业(有限合伙)合伙协议》(以下简称“合伙协议”)并完成泰安市东岳数智股权投资基金合伙企业(有限合伙)中(以下简称“东岳数智”)的设立,其中东岳财富、皇氏数智为有限合伙人,深圳德诺为执行事务合伙人。

东岳财富与皇氏数智签订《泰安市东岳数智股权投资基金合伙企业(有限合伙)合伙协议之补充协议》

(以下简称“补充协议”),约定东岳数智确保东岳财富在持有基金份额期间,每年能从基金取得投资本金6.5%的投资收益,如东岳财富每年从基金所获得的实际投资收益金额小于上述约定收益金额,皇氏数智承担差额补足义务。协议签订后,东岳财富向东岳数智出资3.1亿元。

东岳财富认为,自2020年12月12日起直至今日,东岳数智再依约

向东岳财富支付投资收益,皇氏数智的差额补足义务已经触发,其应向东岳财富补足应付而未付的投资收益。另外,根据补充协议的约定,当东岳数智未达到在2025年度实现净利润不低于人民币4亿元整时,东岳财富有权要求皇氏数智收购其持有基金的全部份额。东岳财富认为,皇氏数智违反业绩承诺,构成对东岳财富的预期违约,要求皇氏数智立即履行投资本

金的回购义务,并认为公司应对皇氏数智所负债务承担连带清偿责任。

受此次案件影响,东岳财富向泰安中院申请财产保全,泰安中院裁定冻结皇氏集团股权数额合计约4.1亿元,股权被执行企业为广西皇氏产业开发有限公司、皇氏乳业集团有限公司、皇氏农光互补(广西)科技有限公司,冻结期限自2023年11月16日至2026年11月15日。(据《北京商报》)

## 乳企巨头新赛道抢跑

□黄兴利

HMO(母乳低聚糖)正在激活疲软许久的中国奶粉市场。11月13日,位于苏州工业园区的惠氏营养品工厂正式下线了首罐添加两种母乳低聚糖HMO的全新启赋儿童成长奶粉,标志着启赋成为首个在中国上新HMO儿童成长奶粉产品的外资品牌。在此之前,包括伊利等在内的多家国产奶粉企业也都纷纷推出相关产品,“在儿童奶粉HMO赛道,主要集中在龙头企业之间的竞争,HMO奶粉在很大程度上会帮助龙头企业儿童奶粉市场的集中度提升。”独立乳业分析师宋亮对记者分析指出。

此前在10月7日,国家卫生健康委发布公告,2-岩藻糖基乳糖(2'FL)、乳糖-N-新四糖(LNnT)两种母乳低聚糖HMO成分在国内申请食品添加剂新品种获得批准。仅仅一个月的时间,惠氏营养品在国内率先推出特含上述两种母乳低聚糖成分的产品,成为首家上新母乳低聚糖HMO儿童成长奶粉产品的进口品牌。

据了解,母乳低聚糖HMO是母乳中仅次于脂肪和乳糖的第三大成分,第一大活性免疫营养,具有调节免疫、帮助大脑发育及调节肠道菌群等功能,一直是全球母婴营养和健康领域创新研发的热点领域,在国内外婴幼儿产品中已经得到广泛应用。

对于为何能迅速推出新品抢占市场先机,惠氏营养品苏州工厂相关人士11月13日对包括记者在内的媒体介绍称,从两三年前开始,惠氏团队就已经着手准备,等两种HMO成分正式获批后就迅速着手生产。他同时强调称,惠氏苏州工厂刚刚开始建立的时候,就是以制药的经验来生产奶粉,目前在质量

体系方面符合雀巢内部标准以及国标两套标准,在品控方面更是按照全球最高标准执行,确保生产出高品质的奶粉。

“HMO母乳低聚糖有200多种,现在应用的有六种,目前通过国家批准的有两种,对于外资品牌来说,在HMO方面的技术优势还是很明显的。”宋亮在11月14日对记者分析指出。

记者也从惠氏相关人士处了解到,早在三十年前惠氏营养品就开始专注母乳低聚糖HMO品类创新,共开展了近30项与母乳低聚糖HMO相关的临床实验,发表相关权威论文70余篇,并拥有超过100项母乳低聚糖HMO相关科学发明专利。

事实上,在国内两种HMO成分获批之前,市场上也早已有多款含HMO成分的婴幼儿配方奶粉销售,均是通过跨境电商渠道进入。以惠氏奶粉为例,早在2017年就已经在中国香港市场推出首款启赋HMO产品。据介绍,目前已经过三轮迭代,最新的“启赋未来”共添加6种核心母乳低聚糖HMO,是目前

市场上所有婴幼儿配方奶粉中HMO添加最多种类量高的产品。

#### 助推市场集中度提升

低迷已久的奶粉行业需要新鲜力量。近年来,由于出生率下滑等原因,婴幼儿配方奶粉市场内卷严重,儿童奶粉以及成人奶粉赛道也被看做新的增量空间。在10月初新的HMO成分获批之后,不光是惠氏迅速推进生产节奏,包括伊利、飞鹤、君乐宝等在内的乳企也都密集推出含有HMO的儿童奶粉。

值得一提的是,目前,包括惠氏在内,国内外乳企在国内推出的HMO奶粉都是儿童奶粉,尚未涉及婴幼儿配方奶粉。一位乳品行业人士对记者表示,婴幼儿配方奶粉添加HMO尚需通过变更配方等相关审批手续,流程所需时间尚不好预估。

惠氏方面也对记者表示,未来,惠氏营养品将继续聚焦中国婴幼儿配方奶粉市场的发展趋势,依托全球顶尖科研实力与扎实的临床实践,联动国内外专家,协力在中国展开母乳低聚糖HMO研究,在配方上

的不断创新与持续迭代,以多元化的母乳低聚糖HMO系列产品,满足不同婴幼儿营养需求。

谈及国内奶粉市场当前竞争现状,宋亮分析认为,总体来说成人粉在增长,儿童粉也有一定增长,出生率在下降。他预判称,因为出生率下降等因素影响,今年下半年到明年上半年是行业最难的时候,此外,在二次配方注册以后,随着旧货库存消化,最快明年上半年,婴幼儿配方奶粉市场价格竞争结束,市场秩序开始向好发展。

“四季度以来,婴幼儿奶粉行业有了一些向好的迹象,第二次配方注册制实施后小品牌的库存出清陆续接近尾声。明年,随着出生人口的回补以及更多龙宝宝的出生,相信将带给龙头企业更多的获客机会。”伊利方面人士在日前举行的投资者关系活动中也如此预判。

此外,宋亮补充认为,明年成人粉和儿童粉仍然是企业重推的细分赛道,市场集中度会进一步提升,且整个奶粉市场在明年市场秩序将会逐步向好。

### 公司新闻

#### 现代牧业又一牧场正式投产 总投资15亿元

11月18日,现代牧业集团乌兰浩特牧场(一期)葛根塔拉牧场举行投产仪式。

现代牧业集团总裁孙玉刚表示,“乌兰浩特奶牛生态养殖产业园项目作为该资金最早投资项目之一,必将直接促进和带动乌兰浩特奶产业链的高质量发展”。

据了解,乌兰浩特市奶牛生态养殖产业园项目是乌兰浩特市政府与现代牧业集团合作运营建设的现代化奶牛养殖牧场,养殖规模3万头,占地3066.7亩,总投资15亿元。

(孔文雯)

#### 澳优乳业法定代表人变更为任志坚

澳优乳业(中国)有限公司近日发生多项变更,法定代表人由颜卫彬变更为任志坚。任志坚任新董事长,戴智勇、吴少虹、王素琦退出董事,新增张志、李威任董事;刘跃辉、杨庆、符娜退出监事,新增王文松任监事。企业类型由有限责任公司(台港澳与外国投资者合资)变更为有限责任公司(港澳台投资、非独资)。

(据《新京报》)

#### 1批次“灵麦麦”冰乳酪蛋糕过氧化值超标

11月17日,福建省市场监管局公布了21批次不合格食品样品抽检情况通告。其中1批次“灵麦麦”冰乳酪蛋糕过氧化值(以脂肪计)超标。

通告显示,标称福建省莆田灵麦食品有限公司,2023年8月1日生产的“灵麦麦”冰乳酪蛋糕(208克/盒,保质期:90天),过氧化值(以脂肪计)不符合食品安全国家标准规定。福建莆田灵麦食品有限公司对检验结果提出异议,并申请复检;经复检后,维持初检结论。

资料显示,过氧化值主要反映食品中油脂是否氧化变质,食用过氧化值超标的食品,可能导致肠胃不适、腹泻等症状。《食品安全国家标准 糕点、面包》(GB 7099—2015)中规定,糕点中过氧化值(以脂肪计)的最大限量值为0.25g/100g。过氧化值超标可能是产品在储存过程中环境条件控制不当,导致油脂酸败;也可能是原料储存不当,导致脂肪过度氧化,使得终产品过氧化值超标。(王炆扬)