



“押宝”益生菌成亮点,难掩均瑶健康业绩下滑隐忧

□孔文燮

截至5月29日收盘,均瑶健康已经连续4个涨停板,旗下益生菌企业均瑶润盈去年表现亮眼,或是股价上涨的诱因之一。但从整体业绩来看,去年均瑶健康营收出现明显下滑,净利润更是九年来首次亏损。中国益生菌市场扩容的同时,品牌、产品竞争激烈,均瑶健康短期内仍存业绩压力。

股价四连板

5月29日,均瑶健康以涨停收盘,连收4个涨停板。

5月28日,均瑶健康发布公告称,“经公司自查,公司目前生产经营活动正常,市场环境、行业政策未发生重大调整,内部生产经营秩序正常,不存在应披露而未披露的重大事项”。

此次均瑶健康四连板始于5月26日。消息面上,5月23日,均瑶健康披露的投资者活动关系记录表显示,“在生产端,宜昌饮料6条产线投入使用;均瑶润盈产能建设投入超过1860万元,升级菌粉产线设备,高配自动化发酵系统,增加冻干机,菌粉产能增加185%,均瑶润盈

已成为亚洲最大的专业益生菌工厂之一,其产品已覆盖全球80多个国家和地区”。

均瑶健康还表示,“2024年,均瑶润盈销售收入相比2023年度有了一定幅度的提升,增幅达22%。订单方面,除了海外稳步增长以外,国内2024年新增两名千万级大客户,其中单一客户发货额超2000万元”。

根据均瑶健康2024年年度报告,乳酸菌饮品与益生菌饮品合并披露。2024年益生菌产品产量约8599.34万升,同比增加3.54%;销量约8398.79万升,同比减少1.41%;销售收入约5.95亿元,同比减少2.71%。主要益生菌饮品为味动力。

公开信息显示,均瑶健康创立于1998年8月,是一家以常温乳酸菌饮品为主体,以功能性益生菌为核心突破的大健康科技创新企业,于2020年8月18日在上交所主板上市。

业绩下滑

2024年年度报告显示,均瑶健康全年实现营收约为14.58亿元,同比下降10.77%;实现归母净利润约亏损2911.64

万元,同比下降150.57%;实现扣非净利润约亏损5799.79万元,同比下降287.62%。

纵向对比来看,这是均瑶健康九年来首次净利润和扣非净利润亏损。

进入2025年一季度,均瑶健康的营收虽同比增长1.41%至4.01亿元,但净利润仅1090.71万元,同比下降58.29%,呈现“增收不增利”的态势。

对于业绩下滑,均瑶健康表示,2024年净利润大幅下滑原因系本期计提泛泛供应链资产减值3643.26万元,计提存货跌价准备1276.43万元,计提信用减值损失3659.58万元,共计减少公司利润总额8579.27万元,最终致使归母净利润为负。

独立乳业分析师宋亮向记者表示,传统的益生菌饮品存在“三多”难题,一是品牌多,二是产品多,三是替代品多。“现在很多益生菌饮品甜度高,虽然打着健康的旗号,但实际上消费者对这种产品的偏好正在下降。同时,当很多企业在利用新零售模式推广新品业务时,均瑶健康的销售模式显得非常落后。随着传统渠道萎缩,均瑶健康的业绩出现问题。”

财报显示,2024年,均瑶健康在东北、华东、华中、西北、西南地区的营收出现同比下滑,其中东北地区收入较上年减少主要系东北业务减少所致。

2021年,均瑶健康喊出“二次创业”的口号,全力布局益生菌业务,试图打造新的业绩增长曲线。

中研普华最新调研数据显示,中国益生菌市场规模从2020年的486亿元增长至2023年的892亿元,年复合增长率达22.5%,远超全球市场9%的平均增速。益生菌酸奶、乳酸菌饮料等传统产品仍是主力,占消费规模的78%。

赛道升温的背后,益生菌行业陷入内卷。宋亮认为,“在益生菌行业,这些年很多企业的益生菌产品都在萎缩或不及预期。究其原因,益生菌行业乱象丛生,从技术水平来说,企业基本上都在沿用传统益生菌,包括从海外购买相对优质的益生菌,比如BB12益生菌等。但也都是炒概念,真正优质的功能性益生菌产品属于凤毛麟角”。

尽管均瑶健康方面表示,均瑶润盈是国内最早开展益生菌生产的企业,无



■资料图片

论是业务规模还是技术能力在国内都处于领先地位,但事实上,国内益生菌市场竞争呈现多元化。杜邦、科汉森等外资品牌凭借技术和品牌优势长期主导市场,蔚蓝生物、汤臣倍健、科拓生物等国

内企业也在纷纷加码,均瑶健康的竞争压力不小。

对于业绩下滑、产品竞争力等问题,记者通过邮件向均瑶健康发出采访函,但截至发稿未收到回复。

2025中国奶商指数报告:

新生代父母是当前乳制品消费主力

□张依琳

5月30日,《2025中国奶商指数报告》发布。报告显示,今年中国奶商指数得分为67分,公众喝奶意识仍居高位,喝奶知识明显提升,进入提质升级的新阶段。今年还首次发布了“新生代父母喝奶指数”。

《2025中国奶商指数报告》由荷兰皇家菲仕兰联合中国乳制品工业协会、中国医疗保健国际交流促进会共同发布。中国奶商指数调查自2018年首次启动,从喝奶意识、知识、行为三个维度,以数据量化方式衡量公众乳制品摄入的表现和特征。今年奶商指数增加了新生代父

母喂养奶商指数指标体系。此次调查抽样覆盖全国20个城市,共采集3819个有效样本,其中包括928个新生代父母样本。

2025中国奶商指数报告显示,公众喝奶知识显著提升,尤其对乳制品营养成分的认知同比上年提升了近13%,健康消费的理念更加普及。

报告显示,当前乳制品消费呈现四大趋势:“免疫力”受到高度关注,Z世代青睐添加乳铁蛋白等功能性成分的产品;“松弛感”消费兴起,奶茶等休闲品类成为社交与悦己的载体;“性价比”主导,消费者关注奶源、工艺等细节,品质追求无止境;

“随心购”流行,轻量、即时、场景化消费特征显著。

今年报告首次发布了“新生代父母喂养奶商指数”。新生代父母即自身是90后或00后,孩子年龄在0-3岁的父母,是当前乳制品消费的主力。首次揭晓的“新生代父母喂养奶商指数”体系同样从喝奶意识、知识和行为三个维度调研和分析新生代父母在婴幼儿喂养方面的表现和特征,问卷基于婴幼儿喂养的特点与公众奶商体系有所不同。报告显示,新生代父母喂养奶商指数结果达到72.6分,总体处于良好水平。

报告显示,新生代父母普遍重

视科学喂养,在乳制品选择和婴幼儿营养管理上展现出理性态度。然而,知识储备不足成为制约科学喂养的关键因素:62.1%的父母不知道宝宝每日科学饮奶量的标准。中国乳制品工业协会执行理事长刘美菊认为,这反映出年轻父母虽然有强烈的科学喂养的意愿,但缺乏系统知识指导,这也是未来乳制品科普的重要方向。

在乳制品功能方面,助力身高发育、促进骨骼发育、提升免疫力的需求位列前三。60%的父母将“营养成分丰富度”作为配方奶粉首要考量因素,38.8%的新生代父母重视乳铁蛋白对提高免疫力的重要作用。

为了缓解新生代父母的育儿焦虑,今年的奶商指数发布会还特别设置了“母婴免疫力”论坛,包括中国乳制品工业协会执行理事长刘美菊、中国医学科学院北京协和医院临床营养科主任医师陈伟、上海交通大学医学院附属新华医院发育行为儿童保健科主任医师盛晓阳在内的专家现场同新生代宝妈代表互动交流,从专业角度解答妈妈和宝宝免疫力方面的困惑,为年轻父母提供科学、实用的喂养建议。荷兰皇家菲仕兰专业营养品中国总裁张展红表示,今年奶商指数调研发现消费者对乳制品有更高的、新的期待和要求,值得行业关注。(金融界)

光明乳业为子公司1.3亿新西兰元借款提供担保

近日,光明乳业发布公告,其全资子公司光明乳业国际投资有限公司(以下简称“光明乳业国际”)向中国建设银行和中国银行借款,并由光明乳业提供担保。光明乳业国际向中国建设银行上海市分行申请9000万新西兰元借款,向中国建设银行上海市分行申请4000万新西兰元借款,借款期限均为一年,利率均为浮动利率三个月BKBM+0.75%。此次借款总

额1.3亿新西兰元(约等值5.59亿元人民币),目的是替换即将于2025年7月15日到期的1.3亿新西兰元借款,以满足业务发展资金需求。

截至本公告日,光明乳业已实际为光明乳业国际提供的担保余额为1.3亿新西兰元(不含本次担保),本次担保金额为1.3亿新西兰元。光明乳业国际成立于2010年9月30日,注册资本46750万美元,本公司持有

其100%股份,主要业务为投资控股。

截至2024年12月31日和2025年4月30日,光明乳业国际的资产总额、负债总额、资产净额、短期借款、长期借款、流动负债、资产负债率、营业收入、净利润等数据均有披露。光明乳业截至2025年4月30日的合并财务报表总资产、短期借款、长期借款、负债总额、资产负债率等也进行了公布。本次借款

完成后,光明乳业国际将继续向其下属子公司新莱特提供贷款,不会对光明乳业的资产负债率和经营成果造成重大影响。光明乳业国际是光明乳业的全资子公司,本次担保不会对光明乳业正常业务开展及资金使用产生重大不利影响。

此次担保需经全体董事过半数通过,出席董事会三分之二以上董事同意,并提交股东大会审议。(金融界)

2025年5月30日,公司第七届董事会第二十八次会议已审议通过相关议案。本次担保后,公司及控股子公司累计对外担保余额约人民币72549.80万元,占最近一期经审计归属于上市公司股东净资产的7.66%,且无逾期对外担保情况。董事会还提请股东大会授权相关人员办理借款和担保相关事宜及签署法律文件。(金融界)

蒙牛集团蝉联“全国文明单位”旗下两家单位新晋上榜



□蒙宣

5月23日,全国精神文明建设表彰大会在京召开。中央宣传思想文化工作领导小组决定,授予4688个单位全国文明单位称号,蒙牛乳业(北京)有限责任公司、内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司荣誉上榜。此外,在复查确认继续保留荣誉称号的全国文明单位名单中,内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司(蒙牛集团)顺利通过复查验收,蝉联“全国文明单位”荣誉称号。

“全国文明单位”是坚持培育和践行社会主义核心价值观,在各地各行业充分发挥示范引领作用的单

位,是全国精神文明建设领域的成果展现。对于相关单位来说,创建文明单位活动是实现全面发展的有效途径,有助于全面提升单位的管理水平、职工素质和行业形象,促进单位的可持续发展和社会文明进步。

多年来,蒙牛集团深入践行使命担当,坚守长期主义,将文明建设视为企业发展的重要组成部分,用高品质产品和服务满足人民群众对美好生活的需要,推动中国乳业不断实现高质量发展,为中国制造打造新的“金字招牌”。同时,蒙牛乳业积极践行社会责任,从聚焦卓越职场到助力乡村振兴,从关爱弱勢

群体到推动环保事业,蒙牛乳业始终走在前列,用实际行动诠释了文明单位的社会担当。

党建领航 文化聚力

蒙牛集团于2015年被中央精神文明建设指导委员会评为“第四届全国文明单位”。多年来,蒙牛集团持续探索总结结合所有制企业党建实践,打造“乳香伴党旗飘”党建品牌,形成“1+1+1”混合所有制企业党建工作模式,把党的领导融入公司治理各环节,有效引导全体干部职工坚定理想信念、凝聚发展共识、积蓄改革动能、共享发展成果,切实将党的政治优势、组织优势和群众工作优势转化为企业发展优势。

作为蒙牛旗下子公司,蒙牛乳业(北京)有限责任公司党委持续完善理论学习制度,引导党员干部职工打牢理想信念的思想理论根基。深化劳模工匠培育选树工作,通过搭建技能提升平台、开展岗位创新实践等举措,先后荣获“全国技术能手”“首都劳动奖章”等多项荣誉,引领职工成长成才。

内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司积极探索将精神文明建设融入企业制度建设、企业文化建设、生产经营管理、职工生产生活保障等各方面,建立全链条、上下游联动各方共同发力,大力推进企业文化与蒙牛职工文化深度融合,推

进文化建设,丰富职工生活。

聚焦发展 新质生产

在党建引领下,蒙牛集团聚焦高质量发展,积极打造乳业新质生产力,坚持科技创新,“优良乳酸菌种质资源挖掘与产业化关键技术创新及应用”“奶及奶制品安全控制与质量提升关键技术”项目荣获国家科学技术进步奖二等奖;自主研发的两款母乳低聚糖原料,一举解决了行业的“卡脖子”难题。

蒙牛集团持续为消费者提供健康、营养、美味、安全的乳制品。通过融合国际八大标准和全球最佳实践,蒙牛集团建立了覆盖全产业链的4Q质量管理体系,实现“从牧草到餐桌”的全产业链品质管控。目前,蒙牛旗下九大类产品,已经全部通过食品欧盟标准产品认证。

蒙牛持续推进数智化生产,旗下宁夏工厂通过打造5G+立体化、高效化、智能化一体的“绿色智慧”工厂,实现了全系统、全链条、全流程、全自动的“全数智化”,不仅更加精准地洞察消费者需求和市场趋势,显著提高了生产效率,而且确保了产品从源头到终端都经过严格的品质把控,保障每一滴乳制品的营养和安全,从而让数智驱动的乳业新质生产力从蓝图变为现实。

2024年,宁夏工厂获评全球“灯塔工厂”,这是中国乳业首家,也是全球液态奶首家“灯塔工厂”。

责任立企 营养普惠

在积极打造乳业新质生产力的同时,蒙牛始终践行“长期主义”和可持续发展理念,致力于成为更有温度和责任感的大国乳企。

秉持“以人为本”的发展理念,蒙牛通过完善成长通道、健全培训体系等方式,为员工搭建多元化发展平台。蒙牛自营工厂100%通过ISO 45001职业健康安全管理体系认证,7家工厂通过国家安全生产标准化示范企业复审。

蒙牛持续深化具有乳业特色的乡村振兴,不断完善农牧民利益联结机制,以奶业振兴助力乡村振兴,每年带动170多万头奶牛养殖,600多万亩优质饲草种植,带动400多万农牧民增收致富。

此外,蒙牛“营养普惠工程”持续对欠发达地区、偏远山区捐赠牛奶,改善当地少年儿童的营养状况,助力教育均衡发展。2024年,该项目覆盖19个省39个市66个区县,惠及118243人次。同时,蒙牛全年参与10余次应急救援捐赠活动,覆盖6个省市自治区的10个区县,惠及约1.2万人。

未来,蒙牛乳业将以此次入选全国文明单位为契机,把精神文明建设贯穿于新质生产、社会责任的各个方面,提高员工队伍的思想道德和综合素质,秉承“要强”精神,进一步增强企业的整体实力和凝聚力,引领中国乳业走向新发展阶段。

公司新闻

宗馥莉接任娃哈哈实业法定代表人、董事长职务

5月28日,浙江娃哈哈实业股份有限公司发生工商变更,宗庆后卸任法定代表人、董事长、总经理,由宗馥莉接任法定代表人、董事长职务。同时,多位高级管理人员发生变更。

公开资料显示,浙江娃哈哈实业公司成立于1993年2月,注册资本约9179万元人民币,经营范围含初级食用农产品、水产品、百货、针纺织品、服装、皮革制品等销售,洗车服务,摄影服务,健康管理服务,物业管理等。股权结构为:发起人持股43.03%、内部职工持股31.47%、社会法人持股25.49%。(据《证券时报》)

宁夏塞上百菲牧业签订奶牛场扩建项目协议

近日,灵武市人民政府与广西百菲乳业股份有限公司在灵武市举行签约仪式,双方就宁夏塞上百菲牧业有限公司奶牛场扩建项目达成深度合作。此次合作标志着灵武市奶牛养殖业的进一步升级与拓展,也是灵武奶业实现奶源到产品一体化发展的一次创新,开辟了从牧场直接到工厂的新型模式,为推动地区养殖业现代化发展注入了强大信心和强劲动力。

据了解,此次扩建项目将新增奶牛养殖规模2200头,项目总投资1.8亿元,建设内容包括挤奶大厅、标准化养殖圈棚、饲草料棚以及粪污处理设备。(灵武市广播电视台)

维他奶预计全年度盈利增超94%

近日,记者获悉,维他奶发布盈利预告,预计截至2025年3月31日财年,股权持有人应占溢利将达到2.25亿港元至2.45亿港元,较去年大幅上升约94%至111%。上升的主要原因是中国内地业务和香港特别行政区业务的经营溢利大幅增加,以及澳洲业务经营亏损减少,但是部分增幅被本财年年度增加的税务支出所抵消。(据《北京商报》)

骑士乳业日处理鲜奶500吨液态奶项目正在建设中

近日,骑士乳业召开2024年年度业绩说明会,董事长、总经理党涌涛,董事、董事会秘书陈勇,董事、财务负责人王喜临及保荐代表人沈劝参。

公司表示,2025年将加大牧业板块精细化管理,通过控制牛群体量提升单产和质量,应对市场下行压力。同时,公司将丰富乳业产品多样性,增加市场竞争力。此外,公司全资子公司包头骑士乳业有限责任公司的日处理鲜奶500吨液态奶智能制造项目正在建设中。

骑士乳业在公告中表示,新建乳业三期是公司经营发展战略的需要,有利于公司对生产布局进行整合升级,扩大产能,提高生产效率,改善生产经营环境,符合公司长期发展战略。(财联社)