2021年11月26日 星期五
E-mail:tougao_cfs365@126.com
首都食品安全

近日，“奶酪第一股”妙可蓝多披露2021年三季报，今年前三季度该公司营收及净利润分别增长67.58%、171.27%。2018年以来，趁着奶酪棒的风口，妙可蓝多净利润由下滑转向成倍增长。高毛利及广阔的市场空间吸引了不少企业争相进入这一赛道，但同时也带来了一系列问题，比如价格战、产品同质化等。

“奶酪棒”毛利率超40%

价格战、同质化问题待解

机构预测市场规模超百亿

近日，妙可蓝多披露2021年三季报，今年前三季度，该公司实现营业收入31.44亿元，同比增长67.58%；实现归属于上市公司股东的净利润（下称净利润）1.43亿元，同比增长171.27%。其中，奶酪业务实现收入22.82亿元，占比超七成。

据妙可蓝多2021年半年报，今年上半年其奶酪业务的毛利率为50.19%，以奶酪棒为代表的即食营养系列奶酪产品的毛利率更是高达56.92%。而同期，该公司液奶业务的毛利率为16.24%。

据乳业分析师宋亮介绍，今年多数奶酪棒产品都在进行促销，使得行业整体毛利率有所下降，但也能达到40%—50%。“妙可蓝多的毛利率在行业内算是偏高的。”

中国奶业协会原常务理事、广州市奶业协会会长王丁棉则指出，因营销成本、渠道成本等有所不同，不同品牌奶酪棒的毛利率也是不一样的。“但产品原料及生产加工成本是大致接近的，不会有太大差别。”王丁棉称。

据光大证券测算，2020年，中国零售端奶酪市场规模为87.76亿元，其中奶酪棒市场规模约为35—36亿元，奶酪棒约占40%。该机构预计，2021年国内低温奶酪棒市场规模将达84亿元，增速为134%—141%；2030年，其市场规模或增至155—232亿元。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示，依托消费者大健康意识的不断深化，奶酪棒已经成为很多家长为孩子购买营养补充品的首选，随着消费持续升级，奶酪棒的消费频次也在不断增加。“目前，中国奶酪棒市场正处于高速扩容、高速增长的阶段。”

各路玩家争相进入

高毛利及广阔的市场空间，正在吸引越来越多的玩家进入这一赛道。

今年3月，君乐宝在天津举行奶酪棒新品上市发布会，首次推出奶酪产品；随后4月，熊猫乳品正式启动旗下奶酪棒产品的招商、推广；8月，均瑶健康在上市一周年之际推出五大全新品类，其中就包括功夫熊猫IP味动力高钙奶酪棒。

事实上，早在2018年，伊利、蒙牛就已先后成立单独的奶酪事业部。之后，伊利陆续推出了儿童奶酪棒、“妙芝”口袋芝士成人奶酪棒等产品。2021年6月，伊利又投资设立了全资子公司内蒙古伊家好奶酪有限责任公司，运营公司奶酪业务。

宋亮表示，近两年，传统乳品的消费在大幅放缓，企业在看到奶酪的高增长后纷纷布局，进入儿童再制奶酪、成人再制奶酪等细分赛道。

价格战、同质化问题待解

不过，各路玩家的集中进入，也给这一行业带来了一些问题。

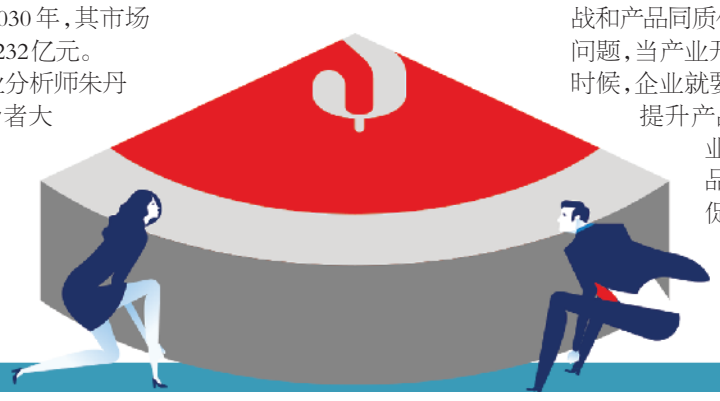
在今年7月份的奶酪发展高峰论坛上，光明乳业原料奶酪营销中心总经理龚群曾提到，“目前奶酪终端市场是怎么拼的呢？拼的就是奶酪棒，而且这些奶酪棒设计同质化、包装同质化、卖点同质化，配料表大家都知道，大家做的都差不多。”

“一下子进入这么多企业，就造成短期供给量的增长高于消费量的增长。所以，从2020年开始，行业就已经出现价格战的问题，而到了2021年，受前期疫情等因素影响，儿童再制奶酪的消费量增速有所放缓，加剧了品牌之间的竞争，价格战问题更加突出。”宋亮称。

在前述分析师会议上，妙可蓝多也表示，当前行业价格战比较普遍，但是很难持久。“我们观察来看，本身奶酪棒不是价格敏感性产品，偏可选消费属性，终端使用人群更多是儿童，购买人群是家长，家长的价格敏感性不高，往往可能觉得低价品牌品质或者口味有问题才会采取低价策略。奶酪棒更看重美誉度、品牌、口感，所以低价策略不持久是产品属性原因。”

不过，宋亮认为，未来，随着国内奶酪行业的进一步发展，各品牌之间的价格战问题和产品同质化问题会有所缓解。

“从产业发展规律来看，价格战和产品同质化都是不可避免的问题，当产业开始出现同质化的时候，企业就要通过技术进步来提升产品差异性，推动产业技术升级、产品品质升级等，从而促进整个产业进一步发展。”宋亮表示。（闫淑鑫）



年轻人开始为健康消费

养生零食、清汤味火锅等受青睐

本报讯 姜婧仪 火锅吃起了清汤锅、奶茶变成了枸杞茶、购物车里加满了养生品……“养生”已经渗透90后、00后的生活。通过探访发现，这届年轻人的购物车里不仅有燕窝花胶、五谷杂粮等食补，还有鱼油、葡萄籽胶囊等保健品，更有体检套餐，让养生经济成为今年双十一的新亮点。

00后 红枸杞、黑枸杞换着泡，买养生零食图个心理安慰

蜂蜜柚子水、黑芝麻丸、枣夹核桃……这是00后在校大学生陆倩的双十一购物车，“上午第一节课有课就会去食堂吃早饭，没有课就在宿舍弄点五谷杂粮冲一下，当早饭。”陆倩直言，平时饮食没有很讲究，买养生零食就图个心理安慰。

宿舍吃养生零食，教室则是保温杯里泡枸杞。大二学生齐放书包里每天都备着一个保温杯，里面是泡好的枸杞茶，红枸杞、黑枸杞换着泡。“之前贪凉，喜欢喝冰的，导致肠胃不舒服，现在都喝热水。”

齐放双十一购物车里还有褪黑素片，“经常熬夜导致睡眠质量差，听说褪黑素片可以改善睡眠，就买了试试。”

95后 饮料变成了茶，“重麻重油重辣”改成清汤锅底

从事电商行业的95后季先生是个火锅爱好者，到了冬天更是周周必吃，“以前吃火锅都是重麻重油重辣，一口麻辣涮菜一口冰雪碧这样吃。但现在不怎么吃辣了，汤底也从麻辣变成了菌菇、番茄、清汤等口味。”

季先生表示，自己目前在南京独自居住，工作日晚上8点下班，经常9点才吃晚饭，周末则以外卖为主，饮食的不规律让他较为担心自己的身体，“现在开始有养生的意识了，吃饭不敢太重口味，否则肠胃吃不消。”随后，他展示了自己双十一的购物车，清汤锅底就有6袋。

喝的也从饮料变成了茶，在季先生的购物车里，看到了一套智能恒温泡茶专用茶具。“这是给自己买的，已经到了喝茶的年纪，不能随意喝饮料了。”季先生表示自己还是喝茶小白，双十一先入手一套基础入门款茶具。

90后 前年给父母买泡脚桶，今年买给了自己

“前年双十一还是给父母买泡脚桶，今年双十一就给自己买泡脚桶了。”从事销售行业的90后李先生在11月1日就付了泡脚桶的尾款，最近已经用上了泡脚桶。

“冬天回到家，双脚放进热腾腾的智能足浴盆，再点个按摩功能，很快就出一身汗。”李先生由于工作原因，经常出差，所以回到家泡脚让他非常享受。

除了泡脚桶，他还购买了很多艾草足浴药包。“艾草可以去除湿气，有助睡眠，买了些回来看看效果。”李先生表示，除了泡脚，家里常年备了足贴，经常在睡觉前贴足贴。

从事金融行业的90后朱小姐则在双十一囤了不少燕窝，“随着年龄的增长，皮肤除了外在补水，也需要食补调理。”朱小姐表示，每个周六下午都腾出来处理燕窝了，“泡1个小时，清理1—2个小时，炖半小时，最后分装放入冰箱。虽然耗费时间长，但自己炖煮的比较安心。”

此外，朱小姐还线上购买了体检套餐，“除了单位体检外，自己再购买体检套餐，图个安心。”