

扎堆模仿 植物蛋白饮料还在小时代

椰树、露露长期霸占着植物蛋白饮料细分市场,但纵观整个行业,一直未有统领的龙头企业现身。维维股份与达利食品先后宣布进军即饮豆奶市场。植物蛋白饮料被视为蓝海,高利润吸引着部分饮料巨头入局,但产品口感局限,质量参差不齐,被细分的市场中,总是充斥着大批模仿者。



入局者渐多

植物蛋白饮料近年来一度火热,乘着大健康的东风而来,已然成为饮料市场的关注焦点。不少企业纷纷涉足植物蛋白饮料市场,期望激烈竞争逆风而上。日前,达利食品推出三款豆奶产品,宣布进军豆奶行业。

在此之前,维维股份也透露,豆奶粉的升级产品已完成区域市场测试,在全国陆续铺货,不久全国主要城市各大商超甚至餐饮店将可以买到。维维股份表示,液态植物蛋白饮料的推出,是维维股份打造的最新产品,由“粉”到“奶”,并不是简单的重复,而是维维的“二次创业”。

由于豆奶主业业绩不振,维维股份开启了多元化之路,而在多元化之路上屡遭坎坷也让该公司不断品尝业绩苦果。据了解,近些年,除了豆奶外,维维先后涉及乳业、酒业、房地产业、矿业(煤炭业)和金融等行业,但是并没有太过亮眼的成绩。此次推出新业态豆奶产品,业界猜测维维股份是要回归主业,强化主业优势。

不同于碳酸饮料、纯净水等细分领域的竞争激烈,目前植物蛋白饮料还是一个市场前景广阔的蓝海市场,在看到市场背后隐藏的商机之后,除了椰树、露露、六个

核桃、银鹭等老牌企业之外,仍有不少企业也在酝酿自己的植物蛋白饮料产品。这使得目前包括伊利、蒙牛、汇源在内的各大食品饮料行业巨头已经开始争相入局,而他们的进入在某种程度上也推动了植物蛋白饮料的逆势增长。

企业阴晴不定

由于植物蛋白饮料的利润水平相对传统饮料更高,越来越多的食品企业视为未来业务增长点,在产品研发、营销推广等方面下足功夫,推动去年整个行业发展。全球来看,植物蛋白饮料行业在2010—2016年有14%增长。

数据显示,2015年,中国植物蛋白饮料市场销售总额超过1000亿元,预计到2019年将达到1600亿元。中国品牌研究院食品饮料行业研究员朱丹蓬表示,自2014年来,植物蛋白受到市场追捧,尤其随着大健康趋势深入人心,整个产业高速发展。植物蛋白领域前景广阔,这既是发展前景,也是增长前景,整个植物蛋白市场体量有巨大的空间。

相比于整体见好的发展态势,但从企业发展来说却阴晴不定。在豆奶业务中,目前市场占有率最高的维他奶之前发布的2016/2017财年半年业绩显示,中

国内地业务已成为维他奶最大的营运市场。维他奶中国上半年度收入与经营溢利均上升7%,分别为16.19亿港元和2.82亿港元。

相比于体量较小的豆奶饮料,植物蛋白饮料行业中的三甲:核桃乳、杏仁露、椰汁正在稳步发展。养元智汇、承德露露和椰树分别为这三个领域的佼佼者。从产能来看,养元智汇较有优势,2015年养元智汇的核桃乳产量超过100万吨,同期承德露露的产能为32.5万吨,椰树集团的产量为38.8万吨。

椰树集团董事长兼总经理赵波坦言,2016年,该集团产值为40.21亿元。这一数字虽仍让不少同品类品牌难以望其项背,但却是自2013年以来连续第三年出现下跌。据了解,椰树集团产值在2013年以44.56亿元达到近十年来峰值后已连续三年出现下滑,而2016年产值较三年前下滑幅度超过一成。而根据承德露露此前发布的2016年上半年报显示,2016年上半年,承德露露的净利润为2.73亿元,同比增长6.13%。

豆奶业务不被看好

植物蛋白饮料发展势头正猛,但细分品类发展却不平衡。朱丹蓬指出,作为植物

蛋白饮料中的一员,豆奶行业今年遇到发展风口,不少企业都在布局。中国豆奶行业呈现出以区域性品牌为主,全国性品牌缺失的状况。通过一些企业的运作,这种情况未来会有所好转。但朱丹蓬并不看好该品类,“区域性品牌为主的现状以及核心竞争力难以体现,使得整体的产品附加值可上升程度并不大”。目前,该品类可议价能力不高,产品口感的差异小,朱丹蓬并不认为豆奶饮料是有持续发展力的品类。

总体来说,豆奶饮料产业会有一个全国性的品牌出现,但该品类的体量与容量并不大,因此增长空间也并不理想,企业做战略大单品想法会很难实现。朱丹蓬认为,达利做的豆奶业务,第一年也并不会做得很大,可能会有10亿元的销售额,这与达利食品年收入178亿元相比,体量仍不够看。

目前,豆奶产品如何与新生代的消费者产生互动,形成一定的品牌认知度,打动新的消费群体,考验着厂家的营销能力。消费升级的大环境下,大健康产业势头正猛,搭上顺风车的植物蛋白饮料行业,已有成为蓝海的态势。但面对着产品品类的老化,创新程度较低的现状,要走超级大单品路子的豆奶饮料行业,仍有很长的路要走。

北京商报记者 孙麒麟 王子扬/文并摄

· 资讯 ·

许连捷离任亲亲食品董事会主席

北京商报讯(记者 孙麒麟 王子扬)4月12日,亲亲食品发布公告,许连捷将不再担任董事会主席兼董事会提名委员会主席及成员职务,自2017年4月12日起生效。许连捷将继续留任该公司非执行董事。同日起,非执行董事许清流调任为主席兼提名委员会主席及成员。

公告表示,许清流为亲亲食品前主席兼非执行董事许连捷之子,自2016年3月22日担任亲亲食品非执行董事。除本公告披露者外,他与该集团任何董事、高层管理人员、主要或控股股东并无任何关系。

在管理方面,许清流担任该集团大多数附属公司的董事,负责就集团的发展及投资事宜提供有关领导、指导及策略意见。自2003年4月担任该集团若干附属公司董事以来,有逾12年食品及零食业务经验。许清流也是连捷投资集团有限公司的董事总经理,在投资管理方面积累约16年经验,并负责连捷投资集团有限公司的日常营运及管理。

此前,亲亲食品发布上市后的第一份年报。财报显示,亲亲食品2016年营收为9.8亿元,较上年下滑3.8%,净利润为3152.2万元,较上年下滑50.6%,净利润遭腰斩。

光伏单多晶之争热度提升

北京商报讯(记者 孙麒麟 王子扬)2016年,受到“光伏领跑者计划”及首批光伏扶贫指标下发等一系列利好因素刺激,我国光伏市场全面爆发。据光伏行业协会(CPIA)公布的数据显示,2016年我国光伏新增装机容量达到34.54GW,连续四年位居全球第一。步入2017年,光伏行业协会预计,中国光伏市场或将呈现先紧后松的态势,新增装机可能在20—30GW区间内。

在这一市场预判下,坚守盈利目标、通过技术攻关全面推进降本增效成为了我国光伏企业必须应对的一大课题。在降本增效的道路上,单晶技术凭借完整的晶体结构、较高的发电效率以及PERC等高效技术的助阵,一度被部分业内人士视为拉动光伏发电效率提升、助力平价上网的高效技术解决方案之一。

然而,相较于目前国内的“高效”市场规模,单晶产能尚不足以满足需求。初步统计数据显示,目前国内单晶组件产能约15GW,多晶硅组件产能约55GW。2016年领跑者项目中,有3个装机规模共计2GW的项目明确要求今年“6·30”前具备并网条件,一季度已经开始集中供货,其他几个领跑者项目也将陆续供货。同时,领跑者效应逐渐凸显,不少地方的光伏电站项目也使用领跑者标准作为供应商的选择标准,高效组件成为各业主的首选。短期之内,单晶组件产能有限,扩产能短期内无法释放,单晶组件供需失衡,价格上涨。因此,有专家认为国内高效单晶组件陷入了有价无市的窘境。

而随着高效多晶技术的发展,多晶组件在成本增加很有限的前提下,效率则呈现稳步提升,可完全满足市场对高效产品的迫切需求。更有行业专家指出:“2017年多晶硅扩大的速度将取决于黑硅以及金刚线切割制程的推广速度。多晶硅有望将再次拉开与单晶硅的价格,凭借高性价比优势,重新夺回渐失的市场。”

数据显示,在同等环境条件以及电站主要设备无质量问题的情况下,无论使用何种组件,电站的总发电量是一样的。使用效率高的组件可以节省土地、支架、线缆等方面的成本,但是在目前多晶组件价格持续走低,单晶组件价格偏高且产能严重不足的情况下,使用单晶组件降低土地、支架、线缆等成本的同时,增加了组件成本,而组件成本远远高于降低的成本。单多晶之争仍未停止。