

新面孔入局 优贝特待过市场关

奶粉新政加剧行业洗牌的同时,也迎来新企业入局。近日,黑龙江优贝特乳业有限公司(以下简称“优贝特乳业”)正式开业。同时,优贝特乳业发布的贝美滋、雪恩、挚优贝三款婴幼儿配方奶粉将首先推向中原市场。据了解,优贝特乳业仅用一年时间,便先后拿下生产许可证与配方注册号。业内人士分析认为,虽然优贝特乳业拿到生产资质,但是,在相对产能过剩的奶粉市场,产品能否被消费者接受是优贝特乳业即将面临的问题。

一年拿下“准入证”

北京商报记者了解到,优贝特乳业的母公司为黑龙江力维康优贝乳业集团有限公司(以下简称“力维康优贝乳业”)。2017年6月,该公司全资收购雅士利黑龙江汤池工厂,随后对该工厂进行改造升级,并接收原工厂部分核心员工,更名为优贝特乳业。优贝特乳业经营范围为乳制品生产、销售;婴幼儿配方乳粉(湿法工艺)生产、销售;食品添加剂(氮气)生产;生牛乳收购;自生产乳制品出口业务。拥有两条奶粉生产线,年设计生产奶粉能力达2万吨。

2017年8月,优贝特乳业婴幼儿配方奶粉生产许可延续换证;2018年2月,拿下氮气生产许可证;4月,许可婴幼儿基粉增项;5月顺利通过配方注册现场审核;8月10日,优贝特乳业旗下“贝美滋”、“雪恩”、“挚优贝”三个系列9个配方全部取得配方注册号。

优贝特乳业董事长张军表示,优贝



特乳业未来三到五年争取实现IPO,目前公司正在从工厂、牧场、团队建设、市场营销、品牌推广等方面,围绕这个目标全力冲刺。

乳业分析师宋亮表示,对于优贝特来说,除非未来产品能够得到市场认可,业绩保持持续高增长,否则想在三五年实现IPO困难较大。

组建乳业“老将”高管层

据了解,优贝特计划在三到五年内实现IPO,除拿下9个奶粉配方外,与公司由乳业“老将”高管阵容组建不无关系。优贝特乳业的部分高管曾供职于蒙牛、雅士利、辉山、完达山、双娃等众多乳企品牌,平均从业经历达25年。

北京商报记者查询相关工商注册信息发现,张军以自然人股东方式持股40%的力维康优贝乳业,为优贝特乳业第一

大股东,持股51%股权;叶琳持股19%、张晓军持股15%、耿春玲持股10%、哈尔滨太子乐乳业有限公司持股4%、上海纽贝滋实业集团有限公司持股1%。

据介绍,张军曾担任黑龙江农垦雁窝岛集团乳业有限公司董事长,拥有35年的乳品从业经验;叶琳曾先后任职蒙牛集团奶粉事业部山东大区总经理,华北大区总经理,东北大区总经理,从事乳业生产销售近20年。

对于产品发展,叶琳表示,接下来,优贝特乳业将建立客户服务体系平台,打造企业品牌背书平台、结合铺市、行销、广告等手段增加优贝特的影响力。

不过,业内人士认为,对于一家新乳企来说,产品能否得到市场认可对公司的成功起到决定性作用,虽然,优贝特乳业拥有乳业圈“老将”,但是产品如果得不到消费者的认可,在激烈的市场竞争

环境下,随时都会面临“出局”的可能。

竞争激烈待认可

奶粉注册制下,国产奶粉迎来新契机。根据《全国奶业发展规划2016-2020》,到2020年,我国婴幼儿配方乳粉行业收入超过50亿元的大型企业集团数量要达到3-5家,婴幼儿配方乳粉行业前10家国产品牌企业的行业集中度达到80%。接下来竞争的关键期,如何打造出具有国际竞争力的品牌是国产奶粉新动向。

随着国家配方注册制实施,进一步加强了对奶粉行业的监管,不合格、不把控质量的奶粉品牌也将被淘汰。目前,飞鹤、君乐宝、新希望乳业等国产企业都在迅速发展,对于小的奶粉企业来说,奶粉行业政策以及标准的出台也将加速奶粉行业洗牌。

宋亮认为,目前奶粉行业产能相对过剩,是竞争比较激烈的一个行业,基本上进入这个行业的资本越来越少,现在对于行业来说是去产能、去品牌、去渠道的过程,新企业入局必然会面临巨大挑战。

一位不愿具名的业内人士分析认为,企业并不是通过配方注册便可以“高枕无忧”,虽然优贝特乳业已经通过奶粉注册,但是在今后激烈的市场竞争下,旗下产品能否得到消费者的认可是优贝特乳业亟待解决的问题。对于公司产品优势以及如何面对激烈的市场竞争等问题,北京商报记者联系优贝特相关负责人,但截至发稿,对方并未予以回复。北京商报记者 刘洋 高春艳

汉瓦后再推汉墙 汉能加速产品落地

北京商报讯(记者 李振兴)在推出薄膜太阳能产品汉瓦后,汉能近日再次发布新产品汉墙。据了解,汉能将薄膜太阳能技术“植入”玻璃幕墙,使建筑实现零耗能。业内人士认为,汉能不断推出新品丰富产品线,在增加盈利的同时调整企业结构,减少证监会关注的关联交易问题,复牌只是时间问题。

据测算,汉墙可使建筑绿能面积提升三倍。以一栋位于北京的建筑物为例,安装1000平方米汉墙,日发电量可达326度,一年发电量可达11.89万度。同时,汉墙能够抵御12级台风,并经受零下40摄氏度到零上85摄氏度的大温差耐热抗冻考验,25年功率输出不低于85%。此外,除黑色基础色,汉墙还有多种色彩款型,以及仿石材等多种花纹,在建筑设计上具有极强的可塑性。

随着汉墙的推出,汉能正在进一步完善在绿色建筑领域及不同应用场景下的产品体系。据了解,2017年7月,汉能发布汉瓦,2018年4月发布第二代汉瓦,汉能开始在绿色建筑领域应用薄膜发电技术。目前,在建筑领域,汉能产品包括汉瓦、汉墙、户用发电系统、工商业太阳能屋顶和薄膜太阳能建筑一体化(BIPV)解决方案。不仅如此,汉能还在交通、设施、应急、电子等

领域推出近20款产品和解决方案。业内人士认为,汉能不断推出新产品,有助于业绩提升,早日实现复牌。

数据显示,2018年上半年,汉能上市主体汉能薄膜发电收入204.15亿港元,利润73.29亿港元,收入同比增长约6倍,利润同比涨幅高达30倍。

值得一提的是,为实现复牌,汉能还就证监会关心的关联交易问题作出积极调整。此前,山东淄博汉能薄膜太阳能有限公司已完成股权结构调整,从关系来看,目前该公司是汉能的客户。除此之外,2017年起,汉能还与全国多家移动能源产业园签订合约,为上述产业园提供“交钥匙服务”,输出薄膜技术,由产业园向汉能购买薄膜生产线。2018年上半年,这些项目的设备及生产线进入交付期。

进入交付期后,上述项目也为汉能带来不小的收益。2018年上半年,汉能上游业务收入达190.84亿港元,上升10.06倍,收入占比达93.5%,同期,下游收入13.3亿港元,同比增长17.9%。

业内人士认为,近两年,汉能不断推出新产品适应不同应用场景,同时调整企业治理结构,在业绩大幅提升的同时,也解决了汉能复牌证监会关切的问题,汉能复牌只是时间问题。

伊利启动2018中国可持续消费报告

北京商报讯(记者 刘洋)在“绿色产业链”战略引领下,伊利集团近日启动《2018伊利中国可持续消费指数报告》研究工作。伊利集团重点客户部总经理郭云龙表示,绿色可持续是社会潮流,需要社会各方共同参与。

在2007年达沃斯论坛上,伊利集团董事长潘刚首次提出“绿色领导力”概念,并将之进一步升级为“绿色产业链”战略,提出“绿色生产、绿色消费、绿色发展”三位一体的发展理念。从2010年起,伊利连续八年开展温室气

体排放量盘查,累计减排二氧化碳88.26万吨;通过使用FSC绿色包装,伊利平均每年降低包装纸使用量约2800吨,相当于拯救一片6万棵树的森林,有效为环境减负。

“我们不可能改变过去,但我们可以创造未来。”郭云龙表示,绿色可持续是事关子孙后代福祉的新旅程,需要社会各方的积极参与,企业在持续提升自身绿色领导力的同时,还要努力凝聚全社会的力量,让绿色有机的生活理念走进更多人的生活。

飞鹤推新鲜生牛乳一次成粉标准

北京商报讯(记者 刘洋 高春艳)近日,飞鹤乳业公布以“新鲜生牛乳一次成粉”为核心的飞鹤新鲜乳粉标准体系,为中国婴幼儿提供更新鲜的高品质奶粉,并整合上下游合作伙伴共同践行。

飞鹤乳业总裁蔡方良表示,飞鹤新鲜标准满足消费升级趋势下对高品质奶粉的需求,促进产业结构优化升级及中国奶业乳业高质量发展。

据了解,新鲜生牛乳一次成粉,能够最大程度保留牛奶营养价值,更利于婴幼儿消化吸收。通过对生牛乳和

复原乳的热处理实验发现,加热生牛乳 α -酪蛋白的消化率是加热复原乳的两倍, α -酪蛋白的消化率越高,婴幼儿的吸收就越好。同时,与加热后的复原乳相比,生牛乳经过热处理后,蛋白质聚集程度低,粒径较小,更有利于酶的分解,更好消化。此外,生牛乳加热后的糠氨酸含量只有复原乳加热后的一半,糠氨酸含量越少,婴幼儿可利用的优质蛋白越多。根据2018世界营养年会上发布的一份报告显示,食用生牛乳一次成粉的奶粉,能降低婴幼儿便秘几率。