

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、营销、广告等手段增加优贝特的影响力。

不过，业内人士认为，对于一家新乳业来说，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“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。

北京日报记者 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，日发电量可达到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，这些项目的装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，绿色可持续是社会发展潮流，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。