



探寻产业发展 “新引擎”

# 奶酪市场调查： 乳企深耕高附加值产品 本土化提速

■本报记者 谢岚  
见习记者 梁傲男

在奶源供给充足的市场环境下，奶酪本土化是否将提速？国内以再制奶酪为主的奶酪棒市场格局是否会被改写？

带着疑问，《证券日报》记者采访了部分商超市场、奶酪加工企业及品牌企业，就奶酪本土化机遇做了调查。

## 国产奶酪品牌迅速崛起

从喝牛奶到吃奶酪，近年来，我国奶酪消费快速增长，但仍以零食为主，主要产品形式以儿童奶酪棒为主。

《证券日报》记者来到北京某商超，看到伊利、蒙牛、妙可蓝多、均瑶、奶酪博士、百吉福、安佳等国内外品牌的奶酪挤满了货架空间。

在采访中，北京市丰台区某物美超市的工作人员向记者表示，2019年之前，百吉福、安佳等外资品牌一直是超市最畅销的奶酪产品。目前，消费者青睐伊利、蒙牛等国内品牌的奶酪产品。

上述工作人员还表示，在超市的冷藏柜中，国产奶酪棒的陈列区域越来越大，品牌包装越来越花哨，国产、外资品牌陈列面积呈现“平分秋色”的局面。

“品牌是我选择奶酪棒的重要指标，感觉现在国产奶酪棒的质量明显好了很多，企业对产品宣传和包装的加强，让我们家长更有信心为孩子选购国产奶酪产品。”消费者王女士在接受《证券日报》记者采访时表示，在选购奶酪时，她会自觉查看配料表内容，还会针对孩子的营养需求对比不同种类的产品。

值得一提的是，近日，《证券日报》社发起的一份有关奶酪话题的调查问卷数据显示，当问及消费者选择国产还是进口奶酪时，回答最多的是“无所谓”。而对于品牌选择时，妙可蓝多的比重最大，其次是百吉福。

事实上，国内奶酪企业，从过去的妙可蓝多“一家独大”，到今天已经是百花齐放。大型乳企也在纷纷加大奶酪的投入。

据《证券日报》记者了解，伊利推出奥特曼联名款巧克力味酪酪杯、妙可蓝多发布慕斯奶酪棒和哈路蜜煎烤奶酪，均瑶健康推出常温奶酪、奶酪博士推出奶酪流心鱼肠、水果奶酪泥、白金营养奶酪棒，通过创造新的奶酪深加工产品激发新的“消费兴趣点”。

“在2023年，我们目睹了成人享大型奶酪市场的爆发。奶酪棒有着100多亿元的市场，我们要在消费人群中上进行扩大。”10月20日，奶酪博士



王琳/制图

据农业农村部数据显示，2022年我国奶类产量4027万吨，首次突破4000万吨大关，位居全球第四位

创始人陈昱桦在接受《证券日报》记者采访时表示，坚持本土化原制奶酪是奶酪博士产品的差异点之一。

面对国产奶酪的崛起，中国农垦乳业联盟专家组组长宋亮对《证券日报》记者表示，奶酪可以国产化，但前提是本土奶酪一定要做好高附加值的奶酪业务，否则本土化的意义不大。

## 奶酪本土化提速

据农业农村部数据显示，2022年我国奶类产量4027万吨，首次突破4000万吨大关，位居全球第四位。

一边是牧场原奶扩产，一边则是乳制品消费端的动销放缓。于是，国内自去年开始出现“奶剩”现象。如何做好奶业的深加工成为乳企不得不考虑的问题，而选择将过剩奶源做成奶酪成为部分乳企新选择。

《证券日报》记者采访甘肃某企业得知，在乳业淡季，将过剩奶源加工成奶酪已经成为其另一主业。

“我们会将过剩的原奶加工成奶酪，而这个工厂的奶酪产能有200吨，目前在甘肃兰州1000吨的新产能正在建设中。”甘肃传祁乳业相关负责人对《证券日报》记者表示。

据《证券日报》记者了解，奶酪博士已经建造起自有奶酪“超级工厂”，预计总投资超过10亿元，成为奶酪博士自有供应链的基石。依托于超级工厂的研发检测中心，奶酪博士还建立起奶酪营养研究所，打通从研发到生产的各项技术环节。

蒙牛方面也表示：“未来，蒙牛将

聚焦于高价值、差异化奶酪产品，不断打造奶酪消费的多元新场景，引领奶酪行业高质量发展，为奶酪本土化贡献力量。”

妙可蓝多相关负责人对记者表示，国内奶酪业的发展仍需通过扩大消费场景来推进，需要与餐饮文化深度融合，融入中国独特的风味和文化元素，满足消费者多样化产品需求。

虽然企业都在纷纷加大奶酪的生产，但是国内奶酪市场的培育仍是一个长期的课题。另外，由于国内养殖成本较高，上游养殖企业将原奶做奶酪与国外相比，价格上并未有大的优势，因此，这些都是对乳企做奶酪本土化带来一定的挑战。不过，对于奶酪的未来发展空间，行业内依然看好。

“政策正处于明星赛道，随着消费者对健康饮食的关注增加以及对奶酪认知的提升，我国奶酪市场具有极大的上升空间，政府也对奶酪本土化发展提供了政策上的支持。”中国信息协会常务理事、国研新经济研究院副院长宋克力在接受《证券日报》记者采访时表示。

中国奶业协会提出，力争2025年全国奶类产量达到50万吨，零售市场规模突破300亿元，并要求通过打造优质奶源基地、提高科技创新能力以及加快数字化转型等方式来有效提升奶酪市场竞争力。

在业内人士看来，当前，国内奶酪赛道已从餐饮儿童风行2.0时代，目前正

向专业餐饮研发、家庭餐桌等更多场景的3.0时代进化。从奶酪棒赛道逐步向餐饮赛道转型，已成为奶酪企业的共识。

“政策端正全面促进奶业振兴，鼓励牧场发展规模化养殖，提高牛奶产量和质量。随着牛奶产量逐渐扩张，我国原奶供应出现阶段性过剩，使原奶价格持续下行。”东高科技高级投资顾问吴太伟对《证券日报》记者表示，在消费承压、细分赛道增速放缓的背景下，奶酪细分品类的高增长遇上了阶段性抑制，宏观环境的刺激也加速了行业的演变。行业变化了，企业就要跟着变，企业需要新的思路、新的行动适应变化的市场，实现奶酪本土化。

在吴太伟看来，首要之务是稳定上游供应链，确保供应链的稳定性，提高对抗外部环境不确定性风险的能力。同时，加强技术研发，提升对深加工奶酪产品的能力。“此外，中国乳制品各企业以及社会各界应共同关注奶酪产业发展，形成中国自主的奶酪产业集群，打造具有中国地方特色的标志性奶酪产品，实现奶酪国产化的规模经济。”

事实上，不论是国家政策对奶酪行业的支持，还是奶酪企业对自身产品的赋值，都显示出奶酪市场依然存在很大的空间值得挖掘。透过奶酪行业国产化，可以看出中国乳业面临的新机遇不仅在于行业正在释放的可持续发展的社会效益，还在于通过满足消费升级需求，不断挖掘新的增长点来扩大经济效益。

# 国产奶粉正式进入“HMO时代” 乳企积极抢滩布局

■本报记者 李静

10月份以来，奶粉行业掀起了一波“推新品”热潮，伊利、君乐宝、飞鹤等头部乳企纷纷推出添加HMO(母乳低聚糖)的奶粉。其背后动因是，两种HMO原料的获批。

10月7日，国家食品安全标准与监测评估司发布了一则公告，2种HMO——2'-岩藻糖基乳糖(2'-FL)和乳糖-N-新四糖获批为食品添加剂新品种，这意味着HMO在国内获批可应用于婴幼儿配方食品等食品类别。

“HMO获批，给行业带来很大提振，能够提升婴幼儿配方奶粉的产品品质上一个新的台阶，距离母乳更进一步。同时，HMO的应用不光是在婴幼儿和儿童方面，未来在老年奶粉营养里也可以应用，所以它具有非常广泛的应用前景。”中国农垦乳业联盟专家组组长宋亮对《证券日报》记者表示。

## 国产品牌纷纷推出HMO奶粉

HMO刚刚获批，国产奶粉企业就上演了HMO市场争夺战，并纷纷宣布推出自家首款HMO奶粉。

“中国飞鹤已率先推出国产HMO奶粉‘星飞帆卓睿’4段。”中国飞鹤方面对《证券日报》记者表示，飞鹤两年

前开展HMO定量探索，为中国批准HMO原料做准备，同时牵头制定我国首个HMO团体标准。

伊利旗下伊利金领冠推出“珍护铂萃”儿童成长配方奶粉。“围绕HMO，伊利早在国内HMO获批前就已拥有了11项技术专利，其中涵盖了针对儿童人群的影响。”伊利方面表示，接下来，这个领域将进一步细分，科研实力将成为企业的核心竞争力，意味着产品的差异化更加显著。

君乐宝也在第一时间推出了添加HMO成分的小小鲁班“谁维爱未来”奶粉。君乐宝乳业集团副总裁、奶粉事业部总经理刘森森表示，君乐宝奶粉将继续专注于奶粉配方的创新与迭代，将HMO引入婴幼儿奶粉等更广阔的领域，以前沿科技赋能产品品质，以科学营养助力全年龄段人群的健康升级。

“HMO在国内市场获批后，未来行业或将迎来一波婴幼儿配方奶粉的配方变更潮，将HMO配方作为新卖点，以实现差异化竞争。部分率先布局的乳企有望抢占市场先机。”东高科技首席行业研究员秦亮对《证券日报》记者表示。

## 奶粉市场格局或生变

HMO其实在国内并不陌生，早在

国内政策落地之前，惠氏、菲仕兰、美赞臣、爱他美等外资巨头就通过跨境渠道将添加有HMO的奶粉引入中国市场。

记者在某跨境平台了解到，美素佳儿皇家系列港版3段含有HMO低聚糖；惠氏启赋HMO进口婴幼儿配方奶粉3段、美赞臣婴幼儿配方奶粉港版2段亦称含有HMO。

“美赞臣拥有丰厚的科研积累，对HMO的研究已经有近十年的时间了。”美赞臣方面对《证券日报》记者表示，美赞臣旗下港版安儿宝A+婴幼儿配方奶粉已添加了HMO母乳低聚糖，美赞臣铂睿卓跃新国标配方中添加模拟母乳低聚糖，蓝臻、学优力系列的HMO产品也即将面市。

凭借自身的制药背景，依托雀巢集团的雄厚科研实力，惠氏营养品早在三十多年前就开展母乳低聚糖HMO相关研究。“惠氏营养品于2017年在中国香港市场推出首款启赋HMO产品，经过三轮迭代，最新启赋未来添加6种核心母乳低聚糖HMO。”惠氏营养品方面称。

“国外品牌布局HMO较早，也相对成熟，国产品牌现在入局，会进一步加大市场竞争，从而推动整个奶粉行业质量的提升和国产奶粉的国

际竞争力。”中国食品产业研究院高级研究员朱丹蓬对《证券日报》记者表示。

值得关注的是，目前国内奶粉企业生产的HMO新品均属于儿童奶粉，而不是婴幼儿配方奶粉(即一段、二段、三段)。

对此，宋亮解释称，由于我国婴幼儿配方奶粉实行配方注册制，添加HMO新成分意味着产品需要重新递交配方注册申请，需要等待几个月时间，因此各大国产奶粉品牌率先在儿童奶粉品类发力。

“HMO获批后，各大奶粉企业争相布局，会进一步加剧行业的分化，未来如果企业不掌握HMO的提取技术就很难在市场上拥有更大的话语权，这也是中国婴配粉未来发展的重要趋势和方向。”朱丹蓬表示。

据了解，蒙牛集团自主研发的HMO 2'-FL通过审批，成为首批获批企业中唯一一家中国本土企业。蒙牛方面表示，蒙牛在HMO领域的技术成果和产业化，将进一步助推相关科研进步和产业落地。

随着国内乳企在HMO领域不断深耕，奶粉的格局也会发生变化。宋亮认为，未来，国内市场对于HMO的需求增长是必然趋势，上游原料供应商或迎来爆发期。

# 券商系母基金再迎新 发力搭建“投资+”服务生态

■本报记者 李文  
见习记者 方凌晨

10月26日晚间，国元证券发布第十届董事会第十次会议决议公告，其中，审议通过全资子公司国元股权投资有限公司(以下简称“国元股权”)发起设立安徽省绿色食品产业主题投资基金合伙企业(有限合伙)(暂定名，以下简称“绿色食品产业主题母基金”)暨关联交易的议案。

母基金是一种投资于基金组合的基金，是私募股权投资基金行业生态中的重要一环。受访人士认为，券商子公司参设并管理母基金具有机制完备、经验丰富等优势，同时有利于实现券商及其子公司、投资者等的共赢。未来，券商系母基金有望进一步发力。

## 参设并管理母基金

公告显示，绿色食品产业主题母基金是安徽省十大新兴产业主题母基金之一，该基金总规模约为83.40亿元，全部为货币出资，资金来源均为自有资金，原则上分5年缴齐。

其中，国元股权拟作为普通合伙人以自有资金认缴出资不超过10亿元人民币，占基金总规模不超过11.9904%；安徽省财金投资有限公司拟作为有限合伙人出资人民币40亿元，出资比例为47.9616%；合肥庐州壹号产业基金有限公司拟作为有限合伙人出资人民币10亿元，出资比例为11.9904%；另有亳州市产业投资有限公司等逾10家出资人作为有限合伙人参与出资。

从基金运营管理方面来看，国元证券旗下私募子公司国元股权拟担任基金管理人。该基金拟投资股权类子基金份额，包括新设立股权投资类子基金、增资已有股权类子基金、受让已有股权类子基金份额等。同时，基金拟重点投向现代种养业等绿色食品全产业链。

国元证券对《证券日报》记者表示：“国元股权作为国元证券私募子公司，专业从事私募股权投资业务，通过参与母基金设立，一方面加强与省、市、区的联动，进而以投带引，助力地方实体经济健康、高质量发展；另一方面，通过担任母基金管理人，提升专业服务能力的同时可找准切入点，以此为抓手获得更多接触市场化投资机构的机会，并通过优秀的子基金管理人去参与到一些优秀的项目以及参与产业链上下游的引导性与合作，无论是从私募子公司层面，还是从券商层面，对促进未来业务拓展、丰富基金等金融产

品种类、扩大投融资渠道，都具有更好的促进作用。”

## 实现多方共赢

近年来，券商在母基金领域的参与不断深入，越来越多券商旗下私募子公司、另类投资子公司等参与设立投资基金合伙企业(有限合伙)。

据记者不完全统计，今年以来，已有包括国泰君安证券、海通证券、财通证券、招商证券、长江证券、第一创业证券等在内的多家券商旗下子公司参与出资设立的母基金完成基金备案，同时，包括财通资本、海通开元、长江资本、一创投、招商致远等在内的券商子公司担任管理人。

谈及券商子公司参与设立并管理母基金的优势，国元证券表示，以国元股权为例，历经多年的探索、规范和转型发展，已沉淀出较为完备的投研机制、风控机制以及公司治理机制。同时，作为券商私募子公司，背靠母公司丰富的产业资源与金融资源，可以与母公司其他业务条线形成联动机制，在投后服务中引入全方位资源，搭建“投资+”服务生态，实现多重赋能，提供一揽子金融服务。

国元证券进一步表示，通过加强与地方政府合作，可以较好地契合产业母基金和政府引导基金的需求，提升创新发展竞争力，助力地方“双招双引”工作，同时积极引导优质产业基金管理人、市场化管理机构、外部资金进入本地母子基金架构，助推产业健康、高质量发展。

事实上，券商子公司参与设立母基金并担任管理人，还有望为券商贡献更多盈利来源，实现券商增收。

在中央财经大学证券期货研究所研究员杨海平看来，券商在母基金领域深耕，有利于抢抓产业发展机遇，沿着产业链进行延伸，抢占业务端口，拓宽业务渠道，提高影响力和知名度，在此基础上形成券商内部各业务板块的联动，提升整体竞争力和盈利能力。

“在母基金群体方面，当前有两个显著的新趋势：一是券商系母基金发力；二是产业资本崛起，上市公司频繁做LP(有限合伙人)。”母基金研究中心创始人、水木资本董事长唐韵草认为，券商私募管理公司将从简单的母基金管理人，向市场化母基金发起人+管理人角色发展。券商私募公司也将成为中国VC(风险投资)/PE(私募股权)行业重要的专业化力量，未来将有更多券商发起设立科技等专业化领域的母基金和直投基金。

# 多重因素驱动 智能交通产业持续高景气发展

■本报记者 谢若琳  
见习记者 寇佳丽

10月26日，交通运输部举行10月份例行新闻发布会。交通运输部新闻发言人孙文剑在会上表示，去年，交通运输部组织开展了智能交通先导应用试点，一年来试点取得了积极进展。

“先导应用试点是对新技术、新模式、新业态进行探索创新的主要形式。当前，数字技术发展迅速，为智能交通建设创造了产业创新基础，采用试点模式可以有效发挥政府政策的引导性与市场主体创新的积极性，也可以充分发挥国家交通行业主管部门顶层设计与地方政府探索实践的双维度积极性。”信息通信专家陈志刚在接受《证券日报》记者采访时表示，先导应用试点不仅有力促进了国内智能交通产业发展，还为政策、市场、技术、产业在特定区域和特定环节的聚集化学反应提供了有效的可复制样板。

在政策支持、技术进步、新建投资需求被激发等多重因素驱动下，我国智能交通产业正持续高景气发展。

中商产业研究院发布的数据显示，2022年中国智能交通行业市场规模达到2133亿元，五年内年均复合增长率达13.46%，预计2023年该行业市场规模将达2432亿元。同花顺iFinD数据显示，今年年初至10月26日，智能交通(885766.TI)指数已从864.13点涨至1010.37点，涨幅超14.47%。此外，截至10月27日，A股

智能交通概念股已有106只。

相关上市公司看好智能交通发展前景。记者以投资者身份致电启明信息，相关工作人员表示，公司主要提供车路协同解决方案，下游客户包括政府机构、平台以及实体商等。“智能交通产业发展依靠政策且对资金规模要求较高，与大数据、大模型的关系也很密切，给予其足够时间将会有更好发展。”

“我们主要向政府部门、某些平台提供实时监控系统，例如交通大脑等产品。智能交通属于新基建领域，涉及民生，公司看好行业发展。”银江技术有关负责人对记者表示。

人工智能专家、中国电子商务专家服务中心副主任郭涛向《证券日报》记者表示，现在是企业构建良好合作关系和生态系统的好时期。经历过大数据训练的智能交通产品更高效便捷，而与之相关的技术更新换代快，企业在同相关部门、研究机构等建立良好合作关系的同时一定要注重自身技术实力的提升。

陈志刚强调，智能交通行业涉及计算机、数据通信、传感及控制等多项软硬件技术，对行业参与者的技术水平和研发实力有一定要求。“未来，业内各方可聚焦应用场景、关键技术强化理论研究等，共同着手解决智能交通一体化数据资源体系建设，建设全国标准统一、整合共享、安全可控、高效利用的数据体系，强化数据整合共享利用，充分探索数据要素赋能智能交通的价值。”