

实探第89届中国国际医疗器械(春季)博览会:

医疗器械硬件厂商比拼软实力 全面拥抱AI大模型

本报记者 刘钊
见习记者 金婉霞

4月11日,第89届中国国际医疗器械(春季)博览会(CMEF)在上海举行,来自全球30余个国家和地区的近5000家品牌企业携数万款产品集中亮相。

《证券日报》记者在现场看到,与过去单纯比拼硬件参数不同的是,医疗器械硬件厂商纷纷瞄准了人工智能(AI)、大模型等软件创新,推出多款创新产品。比如,一工作就会“咆哮”的磁共振在被植入AI后,可降低约98%的磁共振扫描噪声;而由“钢筋铁骨”构成的医疗机械臂经过AI改造,拥有了“智慧”头脑,可以在手术过程中智能导航,“预判”路况,提示前方有无血管“挡道”;经特殊建模、视觉识别赋能后,医生在手术室中只需动动手指,即可远程命令显示屏呈现的图像放大、缩小、切换,手术室中的人机交互已成为可能……

软件的赋能也让原本刚硬的医疗器械设备变得更具柔性、智慧。近年来,以深度学习、大模型为代表的新一代人工智能技术发展迅猛,其在医疗领域的应用优势也逐步显现,人工智能医疗器械产业已步入快速发展阶段。

尖端医疗设备引关注

4月11日早上九点,《证券日报》记者来到CMEF的举办地国家会展中心(上海),等待入场的观众已经排起了长长的队伍。

进入展区,记者看到,龙头企业展台最为吸睛。为了分流,医疗器械龙头企业迈瑞医疗甚至拉出了闸机。“龙头企业的最新产品往往能代表行业发展前沿,我们也想来取取经。”一位参观者告诉记者。

在CMEF,观众得以与尖端医疗设备近距离接触,充满互动性、与个人健康生活相关的展品成了他们的“心头好”。

在某助听器品牌的展台上,记者看到,一款基于AI技术的可定制助听器吸引了不少观众围观。一些年长的观众一边听着讲解,一边询问产品信息:“这能让我听得更清楚吗?这款产品已经上市了吗?”有的观众则急切地想要提前预订相关产品,以便在发售后第一时间佩戴。

在术锐机器人展台,作为中国首款、全球第二款在售单孔手术机器人,现场展示的术锐单孔腹腔镜手术机器人凭借灵活的蛇形臂吸引多人驻足。在威高股份的展台,全膝关节置换手术机器人的“手术”正在进行中,引得不少观众惊呼。

进一步拥抱大模型

大模型无疑是眼下最热的关键词。在展会现场,记者看到,大模型与医疗设备的融合已开始显露出趋势。

作为国内医学影像设备龙头企业之一,联影集团旗下的联影智能带来了自研的医疗AI大模型底座uAI智影大模型。记者获悉,该大模型底座实现了影像、文本、混合模态的全面覆盖。其中,混合模态方面,已推出一款数字孪生手术平台uAI MERITS,可通过全息仿真实景渲染患者术前影像投射至患者身体,并在手术过程中持续将渲染图像与患者实体实时配准,辅助医生精准定位手术区域,“这样一来,医生就可以在皮肤表面看到人体内部构造,可以帮助手术更方便地进行。”联影智能联席CEO沈定刚对记者介绍。

海信医疗也已开始将大模型应用于既有智能化产品迭代中。海信医疗数字影像销售总监王林介绍,海信医疗已基于AI开发了一系列智能化医疗设备,比如海信超声HD80、海信消化内镜智能屏、计算机辅助手术系统等,现在企业正将这些智能化设备继续往大模型迭代,预计将在今年年中推出基于大模型新架构的新产品。

医疗设备厂商之所以选择拥抱大模型,是因为其独特的自学习能力,有望大大降低AI应用对于数据量的需求。



第89届中国国际医疗器械(春季)博览会现场

刘钊 金婉霞/摄

沈定刚介绍称,以肾动脉血管分割任务为例,经过测试,大模型仅需10个训练数据便可达到传统需使用201个数据才能达到的性能水平。王林也对记者表示,肝脏手术辅助系统基于传统人工智能技术,需训练三四年才能满足临床应用需求;而基于大模型的胸肺、泌尿手术辅助系统则可能只需训练一年。

沈定刚介绍称,以肾动脉血管分割任务为例,经过测试,大模型仅需10个训练数据便可达到传统需使用201个数据才能达到的性能水平。王林也对记者表示,肝脏手术辅助系统基于传统人工智能技术,需训练三四年才能满足临床应用需求;而基于大模型的胸肺、泌尿手术辅助系统则可能只需训练一年。

AI技术加速渗透

除大模型外,AI应用也是今年CMEF的亮点。记者在现场看到,前几年就在行业引发关注的CT扫描自动化、疾病诊断报告智能化解读等基于AI的应用,如今已成为参展医疗器械设备的“标配”。

下一步,对于各医疗设备厂商来说,如何形成新的竞争力是关键。对此,有些厂商选择聚焦“产学研医”全链条。美的医疗产业旗下万东医疗战略市场品牌部内销总监白珏告诉告诉记者,公司在前几年已开始局部探索AI相关技术,今年更要全面推进、落地。

在万东医疗展台,记者看到,今年更要全面推进、落地。在具体执行层面,万东医疗将与美的中央研究院及美的AI研究院(以下合称“美的研究院”)进行协同创新,即万东医疗基于医院医生的痛点向美的研究院提出技术需求,并与后者进行联合开发,所形成的创新成果将联合应用于产品中,并在医生的临床使用反馈下进一步迭代,形成闭环。

记者注意到,作为联合开发的产品之一,在今年的CMEF上,万东医疗展示了其新款无液氦磁共振,通过AI赋能扫描流程可降低扫描噪声,实现图像去噪等,全面提升了产品性能,助力医生高效便捷的操作。

在海尔生物医疗展台,海尔创新智慧疫苗全场景解决方案让人眼前一亮。据展台工作人员介绍,该方案覆盖从厂家运输到疾控中心、接种门诊、预约接种,再到异常反应监测等全链条,实现精准取苗零差错、问题疫苗秒冻结、接种全程可追溯。海尔生物

第一季度实现归母净利润1.49亿元至1.70亿元,同比增长40%至60%。对于业绩增长的主要原因,公司方面表示主要是产品价格上涨所致。

银泰黄金一季度业绩预告显示,公司预计今年第一季度归母净利润为4.80亿元至5.20亿元,同比增长61.94%至75.43%。公司方面表示,报告期内公司下属各矿山继续保持稳健经营,净利润同比上升主要得益于金银价格的上涨和销量的增加。

产业链下游的黄金饰品运营商也受到金价波动影响。某黄金珠宝上市公司证券部相关负责人向《证券日报》记者表示:“购买‘三金’‘五金’的婚庆刚需消费者是近期黄金首饰的消费主力,随着‘五一’小长假临近,公司将紧抓传统旺季开展销售活动。但整体来看,目前市场上部分非刚需消费者转为持观望态度。”

航民股份近日在接受机构调研时表示:“目前市场上黄金饰品的售价每克已经达到六七百元,如果按照这个趋势上涨,大家会观望。”

黄金价格的下一步走势受到市场广泛关注,近日多家机构发布了对金价走势的研判。

中信建投期货分析师王彦青在发布的研报中表示:“美国CPI数据进一步强化了通胀担忧,同时会使得美联储高利率持续时间更长,短期贵金属回调风险持续加大。”

华泰证券首席宏观经济学家易恒表示:“黄金在当前的宏观环境下具有攻守兼备的特性。虽然短期金价波动受通胀及历史高点,或进入震荡走势,但我们维持长期看好黄金配置的观点。”

“相关数字在今年一季度还在继续增长,丰富多元、完整的产品结构成为公司的一大竞争优势。”孙同波说,未来公司还将加强婴幼儿辅食食品、运动营养食品、特殊医学用途配方食品等系列产品开发力度,形成品类更为齐全的产品结构,以巩固并增强这一优势。

2023年下半年开始,百合股份重点推行大单品战略,公司联合全国龙头连锁,以区域大型连锁为单位,多维度进行推广支持,强化自有品牌动销服务,升级传播策略,持续探索第二增长曲线。

孙同波表示:“2024年我们将继续大力推进大单品战略,从C端出发,洞察当下各个层级膳食养生的真实需求,从新剂型、新包装入手,构建差异化竞争优势,推动自有品牌市场份额持续上升。”

中国企业资本联盟副理事长柏文喜对《证券日报》记者表示:“老龄化背景下,老年人的健康需求增加,保健品市场潜力巨大,国产保健品企业需要加强自身的品牌建设和产品质量管理,以满足老年人的健康需求。”

百合股份表示,2024年,公司将继续以做大合同生产业务、做强自有品牌为双轮驱动的战略核心,抓住银发经济新机遇,同时也会聚焦“年轻一代”的需求,满足消费者的功能诉求和对于产品附加价值的追求,推动行业持续发展。

面对可可的价格上涨,产业链上下游企业不只有涨价一条路。某业内人士对《证券日报》记者表示,除了涨价,企业还应采取多种措施来应对冲击,比如供应链的优化与多元化,企业应深入分析供应链,寻找提高效率、降低成本的方法。同时,多元化供应渠道可以降低企业对单一来源的依赖,减少供应风险。

近年来,我国国内可可产业快速发展,多家企业在可可产业链有业务布局。爱普股份的主营业务中包括工业巧克力,同时经销可可及巧克力制品等。公司供应下游食品生产企业用于生产冷冻饮品、烘焙食品、巧克力糖果和乳制品等食品的巧克力。公司表示,设有专门的采购部门,负责原材料的采购工作,目前已拥有一批稳定的供应商,供应渠道稳定。

新三板企业兴光可可主营业务为可可制品的生产和销售,是目前国内可可脂、可可粉、可可液块及可可饼块等可可制品的国家标准制定者之一。在公司生产成本中,原材

抱大模型,是因为其独特的自学习能力,有望大大降低AI应用对于数据量的需求。

沈定刚介绍称,以肾动脉血管分割任务为例,经过测试,大模型仅需10个训练数据便可达到传统需使用201个数据才能达到的性能水平。王林也对记者表示,肝脏手术辅助系统基于传统人工智能技术,需训练三四年才能满足临床应用需求;而基于大模型的胸肺、泌尿手术辅助系统则可能只需训练一年。

除大模型外,AI应用也是今年CMEF的亮点。记者在现场看到,前几年就在行业引发关注的CT扫描自动化、疾病诊断报告智能化解读等基于AI的应用,如今已成为参展医疗器械设备的“标配”。

下一步,对于各医疗设备厂商来说,如何形成新的竞争力是关键。对此,有些厂商选择聚焦“产学研医”全链条。美的医疗产业旗下万东医疗战略市场品牌部内销总监白珏告诉告诉记者,公司在前几年已开始局部探索AI相关技术,今年更要全面推进、落地。

在万东医疗展台,记者看到,今年更要全面推进、落地。在具体执行层面,万东医疗将与美的中央研究院及美的AI研究院(以下合称“美的研究院”)进行协同创新,即万东医疗基于医院医生的痛点向美的研究院提出技术需求,并与后者进行联合开发,所形成的创新成果将联合应用于产品中,并在医生的临床使用反馈下进一步迭代,形成闭环。

记者注意到,作为联合开发的产品之一,在今年的CMEF上,万东医疗展示了其新款无液氦磁共振,通过AI赋能扫描流程可降低扫描噪声,实现图像去噪等,全面提升了产品性能,助力医生高效便捷的操作。

在海尔生物医疗展台,海尔创新智慧疫苗全场景解决方案让人眼前一亮。据展台工作人员介绍,该方案覆盖从厂家运输到疾控中心、接种门诊、预约接种,再到异常反应监测等全链条,实现精准取苗零差错、问题疫苗秒冻结、接种全程可追溯。海尔生物

第一季度实现归母净利润1.49亿元至1.70亿元,同比增长40%至60%。对于业绩增长的主要原因,公司方面表示主要是产品价格上涨所致。

银泰黄金一季度业绩预告显示,公司预计今年第一季度归母净利润为4.80亿元至5.20亿元,同比增长61.94%至75.43%。公司方面表示,报告期内公司下属各矿山继续保持稳健经营,净利润同比上升主要得益于金银价格的上涨和销量的增加。

产业链下游的黄金饰品运营商也受到金价波动影响。某黄金珠宝上市公司证券部相关负责人向《证券日报》记者表示:“购买‘三金’‘五金’的婚庆刚需消费者是近期黄金首饰的消费主力,随着‘五一’小长假临近,公司将紧抓传统旺季开展销售活动。但整体来看,目前市场上部分非刚需消费者转为持观望态度。”

航民股份近日在接受机构调研时表示:“目前市场上黄金饰品的售价每克已经达到六七百元,如果按照这个趋势上涨,大家会观望。”

黄金价格的下一步走势受到市场广泛关注,近日多家机构发布了对金价走势的研判。

中信建投期货分析师王彦青在发布的研报中表示:“美国CPI数据进一步强化了通胀担忧,同时会使得美联储高利率持续时间更长,短期贵金属回调风险持续加大。”

华泰证券首席宏观经济学家易恒表示:“黄金在当前的宏观环境下具有攻守兼备的特性。虽然短期金价波动受通胀及历史高点,或进入震荡走势,但我们维持长期看好黄金配置的观点。”

“相关数字在今年一季度还在继续增长,丰富多元、完整的产品结构成为公司的一大竞争优势。”孙同波说,未来公司还将加强婴幼儿辅食食品、运动营养食品、特殊医学用途配方食品等系列产品开发力度,形成品类更为齐全的产品结构,以巩固并增强这一优势。

2023年下半年开始,百合股份重点推行大单品战略,公司联合全国龙头连锁,以区域大型连锁为单位,多维度进行推广支持,强化自有品牌动销服务,升级传播策略,持续探索第二增长曲线。

孙同波表示:“2024年我们将继续大力推进大单品战略,从C端出发,洞察当下各个层级膳食养生的真实需求,从新剂型、新包装入手,构建差异化竞争优势,推动自有品牌市场份额持续上升。”

中国企业资本联盟副理事长柏文喜对《证券日报》记者表示:“老龄化背景下,老年人的健康需求增加,保健品市场潜力巨大,国产保健品企业需要加强自身的品牌建设和产品质量管理,以满足老年人的健康需求。”

百合股份表示,2024年,公司将继续以做大合同生产业务、做强自有品牌为双轮驱动的战略核心,抓住银发经济新机遇,同时也会聚焦“年轻一代”的需求,满足消费者的功能诉求和对于产品附加价值的追求,推动行业持续发展。

面对可可的价格上涨,产业链上下游企业不只有涨价一条路。某业内人士对《证券日报》记者表示,除了涨价,企业还应采取多种措施来应对冲击,比如供应链的优化与多元化,企业应深入分析供应链,寻找提高效率、降低成本的方法。同时,多元化供应渠道可以降低企业对单一来源的依赖,减少供应风险。

近年来,我国国内可可产业快速发展,多家企业在可可产业链有业务布局。爱普股份的主营业务中包括工业巧克力,同时经销可可及巧克力制品等。公司供应下游食品生产企业用于生产冷冻饮品、烘焙食品、巧克力糖果和乳制品等食品的巧克力。公司表示,设有专门的采购部门,负责原材料的采购工作,目前已拥有一批稳定的供应商,供应渠道稳定。

新三板企业兴光可可主营业务为可可制品的生产和销售,是目前国内可可脂、可可粉、可可液块及可可饼块等可可制品的国家标准制定者之一。在公司生产成本中,原材

有董事称公司管理层凌驾于内控之上 *ST三盛再收关注函

本报记者 桂小笋

此前,*ST三盛因频繁变更年审机构引发监管高度关注并下发关注函。4月11日,*ST三盛对相关关注函中追问的事项进行了部分回复,而正是这次回复,揭示了公司新的风险:有董事在回复时坦言,公司管理层有凌驾于内部控制之上之嫌。

上述回复内容再次引起监管关注,4月11日,公司再次收到深交所下发的关注函,被追问异议董事的沟通细节等事项。《证券日报》记者联系公司询问不同董事在对关注函回复内容上措辞差异较大的原因,以及年报发布是否受影响等问题,*ST三盛工作人员表示:“公司在全力准备年报,建议通过公告内容自行判断风险。”

往前回溯,今年1月18日,*ST三盛召开临时股东大会,决议通过变更会计师事务所的议案,确定深圳旭泰会计师事务所(普通合伙)(以下简称“深圳旭泰”)为公司2023年度财务报告审计机构。此后,公司围绕更换会计师事务所几经折腾。因此,监管部门在此前下发的关注函中,追问公司是否涉嫌购买审计意见,是否建立并有效执行印章管理制度,公司是否存在管理层凌驾于内部控制之上的情形,内部控制是否存在重大缺陷等。

从回复来看,对于“公司是否存在管理层凌驾于内部控制之上的情形”,董事给出了有明显分歧的答案。公司董事长戴德斌、董事谭柱中、董事范茂春给出了“否”的意见。而董事唐弘则给出了“是”的意见;公司管理层在解聘深圳旭泰、拟聘兴荣华问题上反反复复,犹豫不决,程序上极不严谨,有凌驾于内部控制之上之嫌。董事张锦贵也给出了“是”的意见:“管理层召开董事会时间过于紧急,敏感议题事先沟通明显不足,提供信息前后矛盾时有发生。违规担保和资金占用更加反映出内部控制存在的明显问题。”

此外,针对“内部控制是否存在重大缺陷”这一问题,公司董事各自发表的意见也有明显差异:董事长戴德斌称:“我认为多种因素的叠加影响,公司在解聘深圳旭泰的问题上存在瑕疵,内控上做的不严谨,有待于今后改正,提高管理水平!”董事谭柱中称:“我认为公司内控确有缺陷,不严谨。”董事范茂春、唐弘并未发表意见。董事张锦贵则称:“如果已经确认签署协议在董事会审批之前,结合公司屡次违规担保等内控失效现象,那么,我个人认为,公司的内控是存在严重缺陷的。”

上海明伦律师事务所律师王智斌律师对《证券日报》记者说,*ST三盛此前存在违规担保,至少在对应的期限内,该公司内控明显失效。此次回复公告中,仍有董事认为公司存在内控缺陷,这表明公司内部治理很可能并未得到明显改善,审计机构对于该公司2023年度的内部控制发表何种意见,值得投资者关注。

由于回复函提及的董事意见分歧较大,4月11日,交易所下发关注函追问更多细节。此外,对于此次*ST三盛部分回复的行为,也要求公司解释未完整回复的原因。

“关注函的回复要求全面、客观,因为投资者要通过整体的内容,综合不同角度的信息来判断风险和风险,*ST三盛针对关注函只进行了部分回复,破坏了信息的完整性。这种‘挤牙膏’式的回复也不严谨。”王智斌表示。

多元产品布局增强竞争优势 百合股份去年净利同比增22.65%

本报记者 王 倩

4月11日晚间,百合股份披露2023年年报和2024年一季度报。数据显示,2023年,公司实现营业收入8.71亿元,同比增长20.12%;归属于上市公司股东的净利润1.69亿元,同比增长22.65%。公司2023年度分红预案为拟每10股派7.5元(含税)。

由于2023年第一季度因增强免疫力相关产品类市场需求强,高基数影响下,公司2024年第一季度收入和归母净利润较上年同期出现一定幅度下降。“去年一季度情况较为特殊,其实对比2022年同期,公司今年一季度的业绩还是有不错的增长,符合行业的成长性。”百合股份董秘孙同波对《证券日报》记者表示。

2023年是膳食营养补充剂(VDS)新周期开启的第一年。特别是2023年1月份,增强免疫力等品类需求井喷式爆发,VDS行业渗透率短时间内完成快速提升。

孙同波表示,作为产业链较为完善的混合型企业,百合股份及时根据终端消费需求调整自身产品结构,不断推出新产品。公司年报数据显示,截至2023年末,公司取得保健食品批准证书及备案凭证的配方已达990个。

“相关数字在今年一季度还在继续增长,丰富多元、完整的产品结构成为公司的一大竞争优势。”孙同波说,未来公司还将加强婴幼儿辅食食品、运动营养食品、特殊医学用途配方食品等系列产品开发力度,形成品类更为齐全的产品结构,以巩固并增强这一优势。

2023年下半年开始,百合股份重点推行大单品战略,公司联合全国龙头连锁,以区域大型连锁为单位,多维度进行推广支持,强化自有品牌动销服务,升级传播策略,持续探索第二增长曲线。

孙同波表示:“2024年我们将继续大力推进大单品战略,从C端出发,洞察当下各个层级膳食养生的真实需求,从新剂型、新包装入手,构建差异化竞争优势,推动自有品牌市场份额持续上升。”

中国企业资本联盟副理事长柏文喜对《证券日报》记者表示:“老龄化背景下,老年人的健康需求增加,保健品市场潜力巨大,国产保健品企业需要加强自身的品牌建设和产品质量管理,以满足老年人的健康需求。”

百合股份表示,2024年,公司将继续以做大合同生产业务、做强自有品牌为双轮驱动的战略核心,抓住银发经济新机遇,同时也会聚焦“年轻一代”的需求,满足消费者的功能诉求和对于产品附加价值的追求,推动行业持续发展。

面对可可的价格上涨,产业链上下游企业不只有涨价一条路。某业内人士对《证券日报》记者表示,除了涨价,企业还应采取多种措施来应对冲击,比如供应链的优化与多元化,企业应深入分析供应链,寻找提高效率、降低成本的方法。同时,多元化供应渠道可以降低企业对单一来源的依赖,减少供应风险。

实探深圳罗湖水贝市场:

黄金价格一天多变 有批发商连夜进货

本报记者 丁 蓉

“水贝市场采取实时报价,由于近期金价波动较大,所以同一天上午和下午的金价可能每克相差几元。”4月11日上午,《证券日报》记者来到国内最大黄金珠宝交易市场——深圳罗湖水贝市场,水贝国际一金铺工作人员向记者表示。

国际金价自2月15日以来大幅攀升。具体来看,纽约商品交易所COMEX黄金从2月14日收盘的2005.0美元/盎司,步步上行,到4月9日盘中创下2384.5美元/盎司历史新高,区间涨幅高达18.93%。4月10日出现回调。4月11日,截至北京时间17时记者发稿,COMEX黄金报2345.9美元/盎司,较前一日收盘价下跌0.11%。

“最近一个月金价连续创新高,我们可谓不断见证历史,近期市场买卖双向交易都较为活跃。”从事首饰批发生意多年的水贝壹号金东珠宝负责人利先生介绍。

高,我们可谓不断见证历史,近期市场买卖双向交易都较为活跃。”从事首饰批发生意多年的水贝壹号金东珠宝负责人利先生介绍。

金价波动较大

“现在足金价格是556元/克。金价的日内波动较大,我们门店根据公司的统一报价,每秒每秒都在波动。前段时间,有一天半小时内金价涨了7元/克。”水贝市场内喜凤凰门店一名工作人员向《证券日报》记者表示。

4月11日上午10点半左右,记者走访水贝市场了解到,市场内店铺均采取公司统一的实时报价,不同门店足金报价基本集中在555元/克至557元/克之间。市场内熙熙攘攘,不少批发商趁熟路前来取单,还有一些散客在柜台前细挑挑选。

“上一次黄金价格随价格上涨还是在2020年8月份,当时国际金价COMEX黄金才刚刚达到2000美元/盎司。”利先生表示。

有外地的金店老板连夜进货。“前两天金价涨得飞快,有位湖南的金店老板晚上9点跟我批量订货,结果第二天金价跳涨。”水贝金店的陈先生向记者表示。

“我今年3月上旬买了一个黄金吊坠,509元/克买的,当时哪能想到,短短一个月时间,已经涨了近10%。”深圳市民张女士直言。

未来走势如何

黄金价格的飙升,令黄金生产商受益。湖南黄金近日披露的2024年一季度业绩预告显示,公司预计

副会朱丹对《证券日报》记者表示,中国的巧克力大部分来自进口,随着可可价格不断攀升,消费端应该会陆续涨价。

事实上,包括雀巢、好时、费列罗等在内的国际知名巧克力品牌均已宣布涨价计划。巧克力制造商瑞士雀巢首席财务官Martin Hug在3月份的财报电话会议上表示,有多家公司已经宣布涨价,公司也是其中一员,目前很难预测可可市场会发生什么。

原材料大幅涨价 巧克力或成“甜蜜的负担”?

本报记者 李 静

随着可可价格的上涨,许多巧克力制造商面临着更高的生产成本。例如,为降低成本压力,美国巧克力巨头好时近期宣布,将推出焦糖夹心巧克力、柠檬味巧克力棒等新品,通过添加更多风味的原料,降低巧克力糖果所含可可的比例,来避免产品涨价。

业内人士预计,随着可可价格的持续走高,2024年巧克力价格也将出现相应上涨。

“全球多家巧克力企业宣布涨价,是市场供需失衡和成本上升背景下的必然结果。虽然这会为消费者带来一定的压力,但也反映了巧克力产业的现实挑战和发展趋势。”广东省食品安全保障促进会

副会朱丹对《证券日报》记者表示,中国的巧克力大部分来自进口,随着可可价格不断攀升,消费端应该会陆续涨价。

事实上,包括雀巢、好时、费列罗等在内的国际知名巧克力品牌均已宣布涨价计划。巧克力制造商瑞士雀巢首席财务官Martin Hug在3月份的财报电话会议上表示,有多家公司已经宣布涨价,公司也是其中一员,目前很难预测可可市场会发生什么。