

# 冷链物流公司 深圳到上海 各类货物运输 踏信 菌种 试剂冷链

产品名称	冷链物流公司 深圳到上海 各类货物运输 踏信 菌种 试剂冷链
公司名称	踏信冷链物流（深圳）有限公司
价格	20.00/件
规格参数	广东踏信:安全送达 公司定位:深圳 服务对象:奶油
公司地址	深圳市龙岗区平湖街道平湖社区平安大道1号乾龙物流园1栋103
联系电话	15986619992 15986619992

## 产品详情

你可能想不到，以往与奶酪难以融合的中餐领域，如今也对其打开了友好的大门。在连锁餐厅外婆家的菜单里，奶酪饼等成为奶酪融入中餐的样板。国内风靡的新式茶饮行业，奶酪也在试探拓展的可能性，奶盖、定制化奶酪产品供应，成为妙可蓝多和奈雪的茶、古茗的主要合作方式。过去两年疫情频发的背景下，消费者居家烹饪频次增长，恰恰给了奶酪一个全新的机会。2020年，妙可蓝多家庭餐桌系列产品同比增长109%。现在，奶酪产品不仅在即食消费场景里做大，还进入家庭佐餐、餐饮工业等消费场景。一方面，奶酪蛋白质、钙质分别是牛奶的10倍和8倍，乳糖不耐者也可以食用，覆盖人群更为广泛，加上国内奶酪生产技术提升、冷链物流的完善，共同形成如今奶酪火热的基础条件。关键的是，奶酪比液态奶赚钱，企业有投入的动力。以妙可蓝为例，2021年，即食营养系列实现收入25.13亿元，毛利率55.44%。过去4年，妙可蓝多奶酪板块毛利率由2017年的34.4%增至2021年的48.51%。同期，奶酪业务板块毛利率的增长，使得公司整体毛利率升至38.14%。奶酪究竟有多火呢？华安证券研究显示，2013年-2021年，奶酪市场复合增速约18%，成为乳制品行业增速快的品类，将脱脂奶粉、液态奶远远甩到身后。伊利、蒙牛两大巨头液体奶业务分别占到企业营收的7成和8成以上，毛利率基本维持在30%左右。近年来，两大巨头在奶粉、冰淇淋等领域多线争夺陷入疲软，腰部乳企更加艰难。以三元股份为例，毛利率从2018年的33.06%降至2021年的25.48%。其实，传统乳企们这几年里从常温奶打到低温奶，从下游渠道打到上游奶源牧场，进一步提升盈利水平，已相当费劲。蒙牛2017年就提出未来三年销售额、市值同时突破千亿，去年蒙牛营收规模881.41亿，差一点就摸到900亿的门槛。中粮系执掌的蒙牛，与对手伊利的差距逐年拉大，去年伊利实现营业收入1106亿元。所以，当奶酪赛道大火，谁会愿意坐等观望呢？

华安证券研报预计，按照液态奶消费量30%计，中国奶酪消费量或将有6倍以上增长空间。随着各大企业和资本蜂拥入局，儿童营养、零食、家庭佐餐烹饪等场景出现，奶酪的需求放大，短期内市场竞争白热化不可避免。产品差异化是重要的且是唯一的突破机会。目前奶酪市场主流产品还是奶酪棒，整体突破不大。无论是奶酪博士的真奶酪、还是妙飞的0蔗糖，不过是在奶酪棒上加个概念而已。市面上大多数奶酪棒产品都会含有香精、白糖以及添加剂等，奶酪棒迭代升级，靠的其实是干酪含量的增加。在2021年《食品安全国家标准-再制干酪和干酪制品》征求意见稿披露之后，妙可蓝多、奶酪博士及百吉福等企业推出干酪含量高于50%的奶酪棒产品，这一方面是响应政策，另一方面在于迎合消费者对奶酪营养的需求。奶酪棒的技术壁垒没有想象中那么深厚，拼的都是营销。2019-2021年，妙可蓝多销售费用支出合计超过22亿元，归母净利润合计仅2.33亿元。同期，销售费增速均高于营收增速。大笔撒钱，直接影响公司整体盈利水平，上述三年，净利率在1%-5%区间波动。蒙牛控股妙可蓝多不是心血来潮，2018年蒙牛就布局奶酪业务，截至今年上半年，含奶酪等业务的其他分部实现收入22.59亿元，占总收入的4.7%。按照卢敏放的未来布局，奶酪业务将是冲刺百亿目标的一个业务板块。在奶酪业务上，蒙牛凭借妙可蓝多已经做到奶酪品类和儿童奶酪棒单品的位置。外资和本土奶酪品牌的混战全面打响，这场战争注定短时间内不会停歇，不断被刺激的中国乳业市场肯定是后的赢家。