

六年“官司”花费千万 中国通领“完胜”归来!

[详见 A2 版]

六和集团、新希望农牧的农牧核心资产将同时整合进入上市公司,而与主业不符的地产业务和盈利能力较弱的乳业资产将实现剥离,未来公司主业将更加突出,盈利水平和核心竞争力将进一步提高——

新希望重组 农牧资产将整体上市

9月13日,停牌重组近两月后,新希望公告称,将一次性通过三种方式彻底实现其允诺多年的农牧业务整体上市,腾挪相关资产总计781亿元。其中涉及“定向增发”新股91亿股,用于收购控股方集团公司旗下所有农牧资产,“资产置换”剥离出多年业绩乏善的乳业资产,“现金出售”旗下较为零散的房地产业务。

按此计划,新希望将实现目前主营规模近7倍的增长和净利1.5倍的提高,并以“饲料生产、畜禽养殖、屠宰及肉制品加工”的一体化产业链打造,成为国内规模最大的农牧上市公司。

重组方案

新希望13日公布重组方案,公司拟以“定向增发+资产置换+资产出售”的方式,注入山东六和集团100%股权、六和股份24%股权、新希望农牧



你知道他将是「笑柄」什么牌?

100%股权以及枫澜科技75%股权,预估值分别为527亿元、96亿元、153亿元、0.5亿元,注入资产规模合计达781亿元。同时,置换出售新希望乳业100%股权,预估值为55亿元,剥离四川新希望实业51%股权和成都新希望实业51%股权两块地产业务资产,预估值1.9亿元,剥离的地产、乳业资产预估值合计7.4亿元。

至此,新希望集团农牧资产整体上市拉开序幕。六和集团、新希望农牧的农牧核心资产将同时整合进入上市公

司,而与主业不符的地产业务和盈利能力较弱的乳业资产将实现剥离,未来公司主业将更加突出,盈利水平和核心竞争力将进一步提高。

公司预计,重组完成后,2010年度上市公司将实现收入约520亿元,比2009年提高673%;实现归属于上市公司股东的净利润约1065亿元,比2009年提高145%。公司将成为国内规模最大、产品覆盖面最广、产业一体化经营的农牧类上市公司,公司的行业竞争力和抗风险能力将得到大幅提升。

农牧整体上市规划

“新希望农牧资产整体上市早该进行了。”谈及此次重组,四川某饲料行业资深人士并不意外。在他看来,新希望集团旗下的农牧资产远远大于上市公司,同业竞争较为明显,很难形成协作效应。

据记者了解,除上市公司新希望外,新希望集团的其余农牧业务分布于全资子公司——四川南方希望实业有限公司。其主要控股新希望农牧、六和集团两大农牧控股平台。

其中,新希望农牧为新希望集团整合农牧业务的新设公司,成立于2009

年7月2日,设立后陆续收购了南方希望下属的农牧业务的零散子公司。除此之外,最大的农牧业务主体则是六和集团。

此次重组的重头正是对于上述两家公司的增发收购,总体预估值高达为68亿元,营收规模达400亿左右。

事实上,公司对于收购资产的预估值增值率很高。其中六和集团、新希望农牧,以及六和集团核心控股公司六和股份分别增值达167%、87%、190%。

对于这个高达68亿估值的资产,其盈利能力遭到市场的质疑。

相关资料显示,新希望农牧2009年、2010年上半年分别实现营业收入56.5亿元、27.6亿元,实现归属于母公司所有者的净利润分别为12亿元和0.4亿元;而六和集团2008年、2009年、2010年上半年分别实现业务收入291亿元、316亿元、178.7亿元,归属母公司所有者净利润分别为5.5亿元、4.3亿元、1.4亿元。

从上述数据来看,其业绩表现的波动性以及盈利能力低下问题显而易见。而此次新希望保留1111亿股民生银行股权,显然是希望对其业绩的波动性进行调节。

(本报综合报道)

中国家族企业赚钱能力 远超国企

《福布斯》中文版9月14日首次推出“中国家族企业调查”显示,中国上市家族企业在过去三年赚钱能力和成长速度远远超过上市国有企业。不过,中国民营企业刚在第一代企业家手中壮大繁荣,远未达到“富过三代”、“家业长青”。

统计显示,截至今年6月底,在沪深两地上市公司一共有305家为家族企业,占民营上市企业总数的36.2%。上市家族企业的总市值为14657亿元,约占沪深上市企业总市值的7%。

从第一代企业家的年龄分布来看,目前超过60%的第一代企业家出生于1940年代与1950年代,与其第一代的年龄分布相对应的,是47%的家族第二代出生于1970年代,只有不足30%的人出生于1960年代,而近年来被议论较多的“80后”仅占不到20%的比例,可见“70后”才是当今第二代企业家的主力。

有意思的是,中国上市家族企业中有夫妻关系的企业为110个、有兄弟关系的企业为133个,是中国上市家族企业中为数最多的两类家族关系。《福布斯》对此的解释是,“在众多民营企业初创期间,创业者最能够得到创业支持的,无疑就是与自己年纪相仿而且互相信任度最高的夫妻与兄弟。”

尽管中国家族企业从一个个小作坊、小家庭起家,不过,他们的挣钱能力和成长速度却让其他企业汗颜。调查结果显示,上市家族企业最近3年的销售增长率达到17.24%,而上市国企同期销售增长率仅为7.04%。

对于企业未来的继承者,65.8%的被调查者表示希望由家族第二代继承企业。

(北辰)

刘永好缘何“剥离”乳业

2009年年中,刘永好对记者称,从新希望集团未来的发展战略来看,乳业是新希望未来发展的一个重要目标,“不会压缩这方面的投资,反而还会加大”。

时隔一年,新希望却将乳业置于上市公司以外。

2002年,新希望进入乳业之初,就设计出了自己的发展规划:“收购→整合(品牌、资源)→联动→全国(市场)→前三甲”。

而后7年间,新希望凭借着资本优势,通过一系列并购进军乳品行业,先后将四川阳平乳业、云南蝶泉乳业、河北新天香、青岛琴牌、杭州双峰、安徽白帝、重庆天友等等11家企业纳入麾下。新希望乳业一度被市场认为居于全国

乳业品牌的二线,“新希望乳业的发展势头并非一帆风顺,由于起点较低,8年的时间都未达到上市公司业绩成长的要求。”国元证券分析师付方宝指出。

新希望乳业2006年-2009年净利润分别为-1525万元、-2827万元、-1822万元和425万元,今年上半年则亏损2001万元。

“新希望乳业的巴氏奶板块之前的增长速度一般在个位数,但是2009年的利润增长首次超过了30%。”新希望乳业一位高层表示。

江海证券分析师付豪杰认为,新希望乳业毛利率较低,一是因为原料采购价格高,二是因为销售价格上不去。“公司当初高调进入乳品行业,但一直没有做起来,同时,公司也没能抓

住三聚氰胺事件带来的机会。”另一方面,进入今年后,伊利和蒙牛分别借助世博会和被中粮收购的契机,大肆推广品牌,强化市场。“当前,乳业格局已大体确立,新希望乳业再度‘复辟’的机会已经不大。”付豪杰指出。

新希望保守稳健的作风显然与中国乳业的狂飙格格不入,三聚氰胺事件之后,新希望一贯的上下游贯通模式打造的农户+牧场+公司的模式,虽然在当时得到市场的认同,但是与整个中国乳业快速复苏的速度相比,有些“不合时宜”。“很难快速上位,上不了前三甲,就注定了被边缘化。”付豪杰指出。

刘永好不得不痛下决心,将其从上市公司中剥离出来。

(徐雅玲)

内外发力 习酒开启新征程

习酒公司召开经销商大会,经销商表示将与习酒共建品牌共享成果

□ 陈庆平 记者 张建忠 樊瑛

在9月9日至11日的酒博会期间,习酒公司就习酒营销战略发展问题在遵义森林酒店召开全国经销商座谈会。习酒公司董事长、总经理张德芹,副总经理陈长文,总经理助理胡波、师承举、沈必方与来自各地的200多名习酒经销商齐聚一堂,共同总结习酒营销经验,分析习酒营销策略,展望习酒营销未来。

不断调整,共建品牌

会上,胡波介绍了习酒2010年销售情况及习酒下一步的营销策略,胡波希望习酒经销商与习酒公司一起共



图为全国经销商大会现场。

同建设习酒品牌,共同维护习酒品牌,共同享受习酒品牌发展带来的成果。在营销策略上,习酒公司将作出一系列的重大调整。胡波表示,将用三到六个月的时间调整和完善习酒品牌诉

求;进行产品结构调整;开发和提升产品包装外观;制定合理的价格体系;启动品牌品种化;充分利用媒体资源,在全国性媒体上大力宣传习酒,提高习酒知名度;

(紧转 A2 版)