

中国食品周刊

FOOD WEEKLY

协办:泸州玉蝉酒销售有限公司 双汇集团 成都蜀之源酒业公司

广告热线:028-68551386 新闻热线:13908058548 电子邮箱:1722428646@qq.com

2015年4月3日 星期五 主编:李国政 编辑:刘文景 版式:吉学莉

企业家日报

9

跨界资本搅动食品业“春水” 两年达到20起

日前上周,近百家投资机构 and 数百位投资者现身成都,在最大规模的糖酒会上寻找对食品行业的投资机会。

随着国内经济增长进入三期叠加的“新常态”阶段,加上此前中央八项规定的规定影响,快消食品以及曾受公务消费推动而高速发展的酒行业正经历漫长的转型期,但不少投资者仍表达了对食品行业的兴趣。

一位来自山东的保健食品展商向记者透露,公司是半年前由山东聊城一位房地产商转行投资的,首笔投资2.3亿元,“房地产不好做了,老板更看好保健食品行业”。

糖酒会组委会相关负责人表示,在与投资者接洽中发现,与往年相比,投资者对食品行业的投资兴趣明显提升,投资机构和投资者的数量增幅很大。

带着春天的气息,越来越多跨界资本的加入,无疑搅动了食品业的“一池春水”。

最好的投资食品时机

从事广告业已有15年的西安广告公司老板张猛,最近要“瞄准”食品行业做投资,特地赶到了成都的糖酒会。

“做广告的经验告诉我,好的产品绝不是玩概念”,张猛说,食品行业广告和营销一直在创新,但最终离不开本身的“产品力”。经过一番考察与对比,他最终选择投资陕西当地的白酒国典凤香,“无论政策怎么变化,酒总是有人喝的”。本土化、有利润空间是他考量的主要因素,“目前已达成合作协议,先期投入600万,年底前增至1000万”。

来自哈尔滨的汽配业企业家张慧参加糖酒会的最大收获,也是签下了一单投资协议。“我相信越是环境不好的时候,越有机会”,张慧觉得,行业重新洗牌时,谁转变思路快,抓住机会,谁就是赢家。

而在今年,新都化工宣布收购主营郫县豆瓣的望红食品80%的股份,称为满足战略转型需要。

尽管食品行业增速放缓、业绩下行,甚至倒闭或改行,但记者采访发现,不少经销商



和投资者仍对食品行业抱有信心,认为本轮调整将利于食品市场的长远发展,淘汰、重组,将促成新一轮新机遇。

“这是业外资本投资食品行业的最好时机”,食品快消行业专家肖竹青表示,糖酒食品行业进入“新常态”,与此前的高速发展期相比,泡沫被大量压缩,经营回归理性,食品企业的估值也更低,此时的食品行业更具投资价值。加上目前化工、房地产等关联行业生意不好做,资金找不到好项目。食品作为刚需产品行业,便成为投资选项之一。

上市公司跨界投资食品 两年达到20起

从2012年起,受国内经济下行等诸多因素影响,食品行业整体收入和利润增速放缓,整个行业开始重新洗牌。而不少业外资本从这段时期起,就陆续介入食品行业参与“洗牌”。

据同花顺统计数据,从2013年到2015年一季度,有上市公司参与的跨界资本投资食品企业的就有20起,其中已公布投资金额的18起投资总额达20.94亿元,金额较大的前十名跨界投资,总额就有20.12亿元,而

非上市公司参与的新型资本跨界投资食品企业的数量和金额更是远远超过这一数字。

去年8月,广州恒大集团宣布投资1000亿元进军现代农业,目前恒大已投资近70亿元建设及并购22个生产基地,拥有大米、非转基因压榨大豆油、婴幼儿配方奶粉等食品生产基地。

同样在去年8月,乐视上线生鲜电商平台“乐生活”,跨界投资生鲜类电商市场。就在近日,曾投资苹果电脑、谷歌以及中国的奇虎360、京东商城、聚美优品等企业的红杉资本,刚刚向食品企业好彩头食品公司注资2亿元人民币,助推其发展食品饮料。

“我们看好这个行业的发展机遇。”红杉资本中国基金创始及执行合伙人、中国风险投资著名投资人沈南鹏认为,中国食品饮料市场巨大,符合消费升级趋势。近几年快消品市场呈高速增长趋势,三、四、五线市场贡献了快速品销售额近70%的增长。

光大证券去年底发布食品饮料行业2015年度投资策略研报就称,食品饮料行业将依靠与外界资本重组,以重构未来增长动

力。食品优秀品类需要利用互联网打破传统消费品定价模式和渠道壁垒,普遍市值较小的食品企业迫切需要注入具备成长性、创新品类驱动未来增长。

业外资本为食品产业 增加价值砝码

跨界资本的大量涌入,对食品行业会带来哪些改变呢?

中国食品产业投资服务办公室首席投资顾问、成都鼎弘投资管理有限公司执行董事兼总经理陈红炬认为,“在成熟度和集中度较高的食品门类,资本则加强了整个产业链的价值”,这对食品业本身会产生重大的影响,也在改变着食品行业的产业结构与市场消费逻辑。

以白酒业为例,在2012年底整体业绩受重创。就在白酒整体下行期,2013年10月,中国平安集团以5亿现金入股红楼梦酒业,成为第三大股东。

平安信托有限公司常务副总张礼庆称,这是经多方考察研究,集团战略投资宜宾乃至西部发展的第一步。而红楼梦酒业也将借此谋划未来三到五年实现上市。业内分析认为,跨界资本选择这一时机投资白酒,正是抓住“抄底”优质酒企的难得机遇。困境中的酒企则可凭借资本的注入,走出困局。

“我非常看好产业外的资本进入”,海纳机构总经理吕威逊认为,中国食品行业需要业外资本的资金投资,也需要管理技术和职业经理人团队,这将产生潜移默化的影响,促进竞争方式改变。

作为基础民生消费行业,食品整体市场容量巨大,但门槛较低,竞争格局分散混杂。专家分析,解决食品“大行业空间、低产业集中度”最直接的方式是借助资本的力量,让有实力的大企业通过资本杠杆实现资源整合,提升市场集中度,既有利于监管,又可提升食品整体水平与竞争力。

(王叔坤)

北京消协: 多品牌化妆品含有重金属

北京市消协近日对北京市场上销售的部分化妆品进行了比较试验。试验结果显示,部分样品含有防腐剂、砷、汞、甲醛等物质。

此次比较试验样品由北京市消协工作人员以普通消费者的身份在北京多家商场、超市随机购买,涉及20种洗发水、15种唇膏、25种润肤霜、60种润肤乳液样品,其中部分样品标注产地为国外。

据了解,该比较试验委托北京市产品质量监督检验院对样品的理化指标、卫生指标、性能指标、防腐剂含量及一些国家禁用的添加剂进行测试。测试结果显示,洗发水、化妆品样品整体质量较好,部分样品含有防腐剂、砷、汞、甲醛等物质,其中不乏高丝、阿玛尼、娇兰、植村秀、纪梵希等知名品牌,但所有测试结果均在国家标准规定范围内。

(关桂峰)

黑龙江开展农产品全程可控生产方式试验

记者3月31日从黑龙江省农委了解到,今年黑龙江将开展优质高效农业试验示范,推行生产全程可控和质量安全可追溯的现代农业生产方式,打造一批优质高效农业生产示范基地,推动全省优质高效农业健康发展。

黑龙江省农委近日下发了《2015年优质高效农业试验示范推广实施方案》,计划对试验示范推广的有机水稻、有机大豆、有机杂粮杂豆和绿色蔬菜(食用菌)生产进行全程质量安全控制,做到产地环境有监测、技术操作有规程、生产过程有记录、产品质量有检验、产品上市有标识、质量安全有追溯。

黑龙江省农委主任王忠林介绍说,加强质量监管是发展优质高效农业的重要保障,黑龙江省将采取行政监管和示范推广实施主体自控相结合的形式,健全农产品质量检测监测体系,实现从农田到餐桌全程质量控制。

(曹建涛)

北京稻香村暂停与正隆斋合作

3月31日有媒体发布暗访调查称,“中华老字号”北京正隆斋全素食品有限公司在去年10月17日、今年3月6日以及3月20日生产糕点时,存在虚假标注产品出厂日期的情况。该报道指出,正隆斋生产的糕点有蒸蛋糕、酥口松、肉松、绿豆爽、小豆包、布丁、枣糕等,流水线的标签上印有“北京稻香村食品有限公司”的字样。

消息曝光后,稻香村迅速做出回应。在3月31日发布的声明邮件中,北京稻香村对此事件高度重视,并立即组织相关部门展开调查。北京稻香村表示,北京正隆斋全素食品有限公司的确为公司部分产品的代工厂,决定暂停与其的合作关系,已将其生产的全部产品下架封存,并表示公司将对此事件追查到底,并将调查结果第一时间发布。

(记者 李锋 陈克远)

甘肃举报食品药品违法行为 最高奖励30万元

3月31日,甘肃省食品药品监督管理局通报称,今后市民实名举报食品药品违法行为,对举报线索查证属实并依法作出处理后,对举报人予以相应物质及精神奖励,举报人最高可获30万元奖励。

另讯:3月31日上午,甘肃省食品药品监督管理局在兰州市金轮广场举行甘肃省暨兰州市食品药品投诉举报“3·31”主题宣传活动启动仪式。活动现场,来自省市食药部门的科普专家,现场为市民宣传和普及食品药品安全知识。

与此同时,甘肃省食品药品监督管理局3月31日在省危险废物处置中心集中销毁了4064048瓶(盒)假劣食品、药品、药械、化妆品,货值金额达80余万元。(金奉乾 王少康)

共聚一堂话发展

河南省食药新闻协会召开座谈会

当前河南省食品药品行业面临哪些挑战?新媒体时代,如何将相关产品打造成优质品牌?3月31日下午,在郑州市惠济区,河南省食品药品新闻协会举办了一次座谈会,相关行业人士齐聚一堂,共谋发展大计。

在当天的座谈会上,与会人员就河南食品药品企业发展现状与策略、新媒体时代如何打造优质的食品药品品牌、企业如何与媒体互动等问题,进行了深入讨论。

据了解,去年12月,在河南省政府食安办、河南省食品药品监督管理局倡导下,由人民日报河南分社等多家媒体发起组建的河南省食品药品新闻协会正式成立,它旨在引导公众共同关注食品药品安全,提高河南食品药品品牌竞争力,树立河南食品药品产业良好形象。

(张波)

转型迟缓 京客隆净利三连降

销售破百亿也没有让京客隆走出零售寒冬。据京客隆最新发布的2014年业绩报告显示,京客隆去年主营业务收入为100.07亿元,增长3.9%。归属母公司净利润4133万元,下降27.6%。在北商商业研究院分析看来,零售业持续遇冷背景下,京客隆的“王牌”批发业务吃紧,国有体制又让其缺乏灵活变革机制,净利持续下降的京客隆亟待转型。

净利三连降

京客隆净利润下降已经持续多年,其2013年财报显示,主营业务收入为95.29亿元,比上年同期增长4.6%,归属母公司净利润为5705.5万元,比上年同期下降45.7%。2012年财报则显示,京客隆营业收入91.84亿元,比2011年同期增长约6.4%;归属母公司净利润约1.05亿元,较2011年同期下降约50%。据北京商报记者了解,虽近3年

来京客隆净利滑坡有所放缓,但依然处于行业高位。在京客隆低迷的同时,同行却发展势头正猛。永辉引资牛奶国际,入股中百集团保持着高速增长、持续开店的态势。同为副食品商店出身的超市发,则深耕社区商业,去年实现了销售、净利双增长。

批发业务萎缩

与同行相比,京客隆王牌业务是其批发业务。记者了解到,京客隆去年在批发业务上实现58.58亿元,同比增长约4.3%。毛利率为9.4%,同比下降0.5%。值得注意的是,自2012年起,京客隆批发业务营业额不断攀升,但其毛利率则不断下降。数据显示,2012年京客隆批发业务毛利率为12.4%,2013年毛利率下降至9.9%。

京客隆方面表示,受政府限制“三公”消费政策影响,高端消费需求受到抑制,高档酒类价格下跌,毛利率有所下降。有业内人士

透露,京客隆集团旗下的朝北商贸集团与国内多家知名酒企每年有几百万元的签约额,但近年来酒类市场情况不好,毛利率一路下跌。过去毛利率能有40%的酒现在降到10%。

来自北商商业研究院的分析显示,批发业务目前在我国处于萎缩阶段,增长潜力有限,单纯倚靠批发业务只是杯水车薪。

转型步伐缓慢

电商崛起让零售企业纷纷“亮剑”转型,拥有国有“基因”的京客隆则步伐缓慢。据记者了解,近年来大卖场、综合超市等业态的营业能力逐年下降,“小而美”的便利店形式成为众多零售巨头的“新宠”,麦德龙、家乐福、大润发等巨头纷纷开出便利店适应市场变化。

在便利店建设方面,京客隆已初具规模。数据显示,截至去年底,京客隆拥有零售



店铺总数为285家,其中包括便利店197家。然而,规模优势并没有让京客隆加快转型步伐。记者走访京客隆便利店(上图)发现,其便利店店面500平方米的面积规模巨大,部分店面陈列杂乱,同时直营、特许加盟两种经营模式让其在便利店的管理略显混乱,服务差、购物体验不佳等问题频出。

去年底,京客隆在朝阳区外大街低调开出第一家高端便利店超市,不过有多位业内人士走访该便利店发现,虽该便利店环境有所改善,但其店面门口摆放大量饮品的动线设计并不合理,京客隆的转型之路依然漫长。

(李锋 孙麒麟/文并摄)

国内乳企如何应对欧盟乳制品冲击

欧盟国家实行了30多年的牛奶配额于4月1日起正式取消,在这一政策变化带动下2015年全球牛奶供应量预计将上升2%-4%,欧洲很多乳企早已提前布局扩大产能迎接新政。业内人士分析,从海关数据看,欧盟乳制品对中国乳制品市场影响最大的板块在婴幼儿配方奶粉,最重要的国家是荷兰和爱尔兰,而恰恰这也是国内乳企目前最大的劲敌,因此在欧盟牛奶配额取消之后,国内本土乳企的压力也将陡增。

欧洲乳企提前布局

欧洲牛奶生产配额制度指的是欧盟国家已遵循30余年的乳制品产量总额限制规定,即每个欧盟成员国将国家配额分配给奶农,每当成员国超过其配额,它必须向欧盟支付超配额作为罚款,以此来限制和控制牛奶的产量。

从4月1日起,欧盟将放弃这一长达30年的牛奶产量配额限制,这也意味着欧盟国家的牛奶产量将根据国内产能、市场需求自由发展,不再受到政府配额限制。

对于全球市场而言,欧洲牛奶生产配额的取消意味着产能的提升,此前有业内人士预计,2015年全球牛奶供应量预计将上升2%-4%,荷兰银行的预测则是至2020年整

个欧盟奶产量将增加40亿升。

众所周知,中国乳制品需求量近几年保持了较快增长,也成为了全球各大乳制品企业争相抢夺的市场,在欧洲牛奶生产配额制度放开之后,中国也将成为欧洲各国乳制品商的战略重点地。

企业也纷纷提前布局于此,去年惠氏在推出超高端婴幼儿配方奶粉启赋之时,爱尔兰驻华大使康宝乐就曾表示,随着欧盟乳业总量限制被取消,爱尔兰乳制品的产能预计在五年内翻一番,中国是重点发力的市场。

此外,荷兰皇家菲仕兰除了在荷兰本土扩大产能外,还与国内乳企辉山决定合作生产婴幼儿奶粉,为扩大产能做准备。

婴幼儿配方奶粉最先受冲击

在乳业专家看来,欧盟牛奶生产配额制度取消后,乳制品企业进入中国市场的热情会对中国乳业产生或多或少的影响,而从过往数据看,欧盟乳制品对中国乳制品市场的影响力主要集中在婴幼儿配方奶粉领域,而非工业大包粉。

中国海关总署数据显示,2013年我国奶粉主要进口国分别为新西兰、欧盟国家、澳大利亚、美国以及其他国家,其中欧盟进口

量只占6.3%,大包粉的80.4%均来自新西兰。“虽然新西兰乳制品因为食品安全事件而被一些企业抛弃,转投欧盟奶源和原料粉,但是新西兰和欧盟国家的进口量占比差距悬殊,欧盟生产配额的放开对于全球原料粉市场,以及对于国内原料粉的进口影响不会太大”,乳业专家、中北蓝海FMCC品牌营销策划机构首席运营官王子恒如是称。

和大包粉不同的是,婴幼儿配方奶粉的进口国家却集中在欧洲国家,中国海关总署数据显示,中国婴幼儿配方奶粉进口来源国构成中仅荷兰就占到33%,其次为爱尔兰,占比22%,法国和德国分别占比9%和6%,欧洲国家进口量已占到六成以上。

“也正正是因为对欧洲婴幼儿配方奶粉的需求量大,加之欧盟乳制品企业的提前布局,欧洲牛奶生产配额制度取消之后,国内率先会受到冲击的是婴幼儿配方奶粉市场,国内企业的竞争压力会随之加大”,王子恒坦言。

国内乳企“鲜”上做文章

目前在国内市场占比较大的欧洲婴幼儿配方奶粉有法国达能、荷兰皇家菲仕兰以及惠氏三大系列所属品牌,法国、丹麦、瑞士也

有一部分。

一位不具名地方乳企人士向记者坦言,现如今国内外婴幼儿配方奶粉企业间的竞争越激烈,留给地方性、区域品牌的空间越来越窄,若欧盟系奶粉入华力度加大,将势必会对其形成激烈的冲击,因此在他看来以各种形式进入欧盟系血统或是一个较为可靠的出路。

“在欧洲国家,婴幼儿配方奶粉品牌数量并不多,知名品牌也早已进入中国市场,因此和其他国内乳制品企业一样,要么就在欧洲寻找奶源地,提高品质;要么找一个知名度较小的品牌共同运作,提高市场份额”,该人士称。

不过该人士的想法遭到了包括王子恒在内的乳业人士的质疑。“上述做法只是应对措施之一,治标不治本,对于国内乳制品企业而言,应对国外奶粉冲击的最有效办法是立足自身条件,扬长避短,挖掘后发优势,尽快完成转型升级。”

例如,发挥牧场近工厂、工厂近市场的距离优势,在“鲜”上做文章;另外尽快通过兼并重组等多种融资手段,整合资源进行优势重组,发展适度规模化、集约化、现代化乳品产业,降低成本,提高效率,提升产品品质。

(钱瑜 阿茹汗)



四川省泸州玉蝉酒业有限公司
联系电话:4009-919-979