

经营有道 | JingyingYoudao

光明 18 亿收购英国维多麦

食品业海外并购“最大单”

重庆商报消息,近日,光明食品(集团)有限公司在伦敦宣布,对英国第二大谷物和早餐麦片生产商维多麦的并购,已完成交割。11月7日,光明集团新闻发言人潘建军向记者证实此事,并透露,该项目交易对价约7亿英镑(约合70亿元人民币),光明集团以18亿英镑(约合18亿元人民币)现金,收购了维多麦60%的股权,并承担部分债务。据悉,这也是目前中国食品行业中海外并购的“最大单”。

“从去年末开始,集团就对维多麦公司进行了调研评估,随后进入正式谈判,今年5月3日,双方签订并购协议,最终在11月2日正式完成交割。”潘建军透露,维多麦公司60%的股权现已归光明所有,余下40%股份由原管理层继续持有。商报记者从光明集团处了解到,维多麦的企业价值约12亿英镑,不包括负债的股权价值为3亿英镑,在其9亿英镑的负债中,5亿英镑将由光明进行债务再融资。

据了解,维多麦是英国第二大谷物类和谷物条食品生产商,拥有80多年的历史,以早餐麦片为主打产品。目前,该公司在英国市场的份额近15%,产品遍布全球80多个国家。

“光明将利用集团在海内外的庞大资源网络,全方位支持维多麦的发展,尽快打通其在中国、乃至亚洲的市场。”潘建军告诉记者。

“目前,进军中国的商业计划已在制定中,我们将根据国内消费者的口味、习惯等进行研发生产,除此之外,光明还将对维多麦全部开放10万多个零售终端,希望能在国内引领一阵健康消费的旋风。”潘建军透露,收购后的维多麦产品仍为“英国制造”,预计今年底到明年上半年,中国消费者便可享用到相关产品。

助推维多麦的同时,光明集团也受益匪浅。日前,光明集团董事长王宗南表示,此次并购,打开了光明食品迈向英国、以至全球食



品市场的步伐。“要想打入国际市场,有名望的国际品牌不可缺少,维多麦的加入,将大大提升光明的品牌影响。同时,从资源布局上看,通过海外并购的方式,有助于扭转从上游原材料到下游终端中,存在的一些不利问题,更好地推动企业运作。”潘建军称。

“跨国收购成功与否,关键在于是否能争取

到海外资本的支持。”谈及本次收购,潘建军表示,“要打造国际化形象,就必须利用海外资本,特别是在当今欧债危机不断加深的情况下,通过海外融资,不仅预示着企业得到了海外市场和资本的认可,更能向外界传递出企业生产的确实是优质产品的信号。”

(朱妍)



EMS 顺丰自降身价参战光棍节价格战

据中国之声《央广新闻》报道,EMS、顺丰两家高端快递公司自降身价参战光棍节。有人认为,这一举动更加剧了国内快递公司之间的激烈竞争。其实,民营快递公司面对的挑战不止那么简单。

很长一段时间里,快递公司进入门槛是比较低的,行业竞争也的确非常激烈。快递公司现在都在加足马力奋战光棍节,不仅是为了在旺季分一杯羹,更多地还是要抢占市场份额。

近日网上传出了EMS降价的消息,在业内人士看来,EMS如果采取这一系列举措的话,将会对民营快递公司产生一定的冲击。

作为高端快递业EMS主要竞争对手,顺

丰也放下了高端姿态,推出经济型产品“四日件”杀入淘宝阵地,以求扩大市场份额,这也是民营快递的一大挑战。

除了同行竞争,民营快递公司还面临着电商自建物流的局面。为此很多快递公司开始尝试向电商业务发展,这两个行业之间的互相渗透也是竞争的产物。

另外,在国家邮政局最新披露的首批通过2012年快递业务经营许可年度报告审核的企业名单中,联邦快递和优比速包裹运送也名列其中。这意味着这两家外资巨头正式登陆国内快递市场,虽然现在我们还没有看到非常强烈的竞争压力,但是也可以感受得到民营快递遇到的挑战。

其实快递是一个舶来品,是我们学习外国的一种产业,现在在各方的压力下,民营快递是不是也感觉到步履维艰?但是很多民营快递企业的掌门人在接受记者采访时,面对这个问题表现出的态度并未很消极,觉得目前的局面不会构成太大威胁。特别像四通一达这样的企业,他们在一定程度上已经在中低端快递市场站稳脚跟。

前三季度民营快递企业业务量占全部快递业务的比重达到73.6%,比去年同期扩大了8个百分点,民营快递企业业务收入占全部快递业务收入比重58.5%,较去年同期扩大了11.1个百分点。

(庄胜春)

奥康入围“苏浙皖赣沪名牌产品 50 佳”

近日,为贯彻落实国务院《质量发展纲要》,大力推进名牌发展战略,苏浙皖赣沪四省一市质量技术监督局组织开展了2011年度“苏浙皖赣沪名牌产品50佳的推荐表彰工作。经认真筛选,严格审核,最终确定了50佳名单。奥康品牌荣登榜中,温州市仅此一家。

长期以来,奥康都将质量管理作为企业

发展的重中之重。2001年奥康便正式导入波多里奇卓越绩效标准评分系统,并成立了卓越绩效推行小组,开始推行卓越绩效模式。多年来不断通过管理创新、营销变革、品牌建设、技术创新及信息化建设等提升产品的市场竞争力,先后获得国内各项质量荣誉,2010年荣获温州市长质量奖,2011年获“全国质量

奖”和“浙江省政府质量奖”,并在2012年最新发布的中国最有价值品牌百榜中,奥康品牌更是以123.18亿元蝉联中国鞋制品品牌头魁。在此期间,奥康品牌的国内市场占有率一直位列前茅,尤其是在以苏浙皖赣沪等省市为主华东地区,奥康品牌经过多年的“深耕细作”,已经得到了广大消费者的认可与青睐,

在当地男皮鞋市场当中占有率排名第一。

“苏浙皖赣沪名牌产品50佳”是苏浙皖赣沪地区增强区域综合竞争力和可持续发展能力,培育和表彰一批具有国际竞争力的产品而设立的跨省市互认名牌荣誉称号,此次浙江省共有10家企业入选。

(喻静)

喜之郎进军煤炭业或因利润困境

一个是目前全球最大的果冻生产和销售企业,一个是国内规模最大的煤炭企业。喜之郎和中国神华两个截然不同的行业老大如今因为一笔投资,被市场联系到了一起。

辽宁日报消息,中国神华三季度财报显示,广东阳江喜之郎果冻制造有限公司以其持股比例0.09%位居中国神华十大流通股股东。而阳江喜之郎正是公众熟知的“喜之郎”果冻母公司——广东喜之郎集团有限公司的下属子公司。

更有细心人士发现,在中国神华半年报中喜之郎的身影还没有出现,也就是说,喜之郎是在三季度买进中国神华股票的。

纵观中国神华整个三季度股价,9月5日出现过最低点,为20.93元。同时,截至2012年9月30日,阳江喜之郎果冻制造有限公司持有公司约1505万股。若喜之郎所购公司股票全部在该最低点买入,也需要为此次购买付出3.15亿元的真金白银。

果冻企业投资煤炭企业,市场不禁揣摩

喜之郎到底图个啥。工作人员对媒体表示,这只是集团公司做出的投资之一。

即便是被认为是“炒股”行为,市场对喜之郎的投资意图仍在做更为深入的探究。有媒体认为,是近年来食品饮料行业利润持续走低、不少企业经营困难的现状,促使喜之郎扩展更多的赢利渠道。

市场人士认为,如今喜之郎想要拓展业务范围意图十分明显,但通过二级市场购买神华股份却并非是明智之举。

有券商煤炭研究员对媒体表示,“今年煤炭行业确实十分低迷,甚至比果冻行业遭遇的困难更大;中国神华这样的蓝筹股目前股价在22元左右,并不是一个适合投资的价格。”

虽然中国神华的业绩还过得去,但从去年11月份开始到现在,煤价就一直在走下坡路。有分析指出,煤炭行业回到以往的黄金年代遥遥无期,喜之郎在此时进入难说是否明智。

(肖伟)

董事长下井调研指点迷津

金秋十月,天空旷而高远,云清朗而纯净。伴随着矿山秋晨的第一缕柔柔的光芒,嗅着秋的芳香气息,10月15日,中条山集团董事长王树琪一行驱车来到铜矿峪矿,对铜矿峪矿井下各中段新老工艺生产流程、二期两大矿体主副层出矿、运输状况及无轨设备、二期旋回破碎运输系统开始了为期5天的生产调研。

副层电耙道作业情况,查看了电耙道的安全生产作业条件,询问了电耙道的操作规程和电耙道的火药用量及火药性能。当了解到孔底爆破的孔距为22米左右时,王董事长明确指出:那不行,孔距太小,那样会导致拉底矿量单耗过高。凭借以往的经验,沿用统一的孔距,爆破纵深孔的设计、标号几年不变那是错误的。技术人员必须保证一星期做一次爆破性能试验,基本操作要亲自实践。炸药性能的问题不解决,技术上就很难改进。

在管理与技术座谈会上,王董事长就炸药爆破性能试验问题,再次指出:拉底之后的扒毛,多种因素要综合考虑,各个细节都要考虑到,由于每批炸药的性能不完全一样,所以要求每次爆破分段都要在炸药厂亲自做好爆破试验,掌握炸药性能。因为不同的岩石结构、不同的炸药、不同的爆破参数、不同的作业现场,导致的爆破结果会截然不同。七分坑下,三分设计,不深入矿山井下,就无法完成设计。

关键在于让每名职工都参与

多、经济效益较高的主体矿山之一,三年来职工提出的合理化建议就达到了3300多条,累计创造效益超过亿元,群众性合理化建议活动已经成为企业节本增效的“快车道”。当听到黄矿长介绍说目前铜矿峪矿的群众性合理化建议征集活动已经覆盖到每一个班组和每一名职工时,王董事长不住地点头说:职工每天工作在生产第一线,他们对机器的性能、对生产的作业环境了如指掌,不要小看了这些每天与机器、石头打交道的汉子,有时候他们随意出的一个小点子可能就会解决一道生产难题。对一条合理化建议来说,不在点子的大小,关键在于能让每一名职工参与其中,把矿山当做他们的家去爱护,去呵护。

王董事长指出在今后的工作中,铜矿峪矿还要加大群众性合理化建议活动的力度,要突出重点工程和生产工作中的重点环节,突出职工群众参与的广泛性、建议内容的多样性,要制定有效地激励机制,要培养职工积极向上的主人翁意识,只有这样,我们的企业才会越来越好。

党建活动就是要与生产经营紧密结合起来,就是要为生产大局服务。”

“书记不仅要懂政治,而且要懂经营、懂管理、懂专业、懂技术,我们现在就要按照这个原则去合理配置党务干部,努力培养复合型干部”。在19日召开的管理与技术座谈会上,王树琪董事长就党建工作做出这样的指示。

在今后职工生活娱乐设施项目的改造上,王董事长指出要以打造现代化一流矿山企业为终极目标,制定好生产区生活区美化标准,本着全员参与、和谐共建的原则,避免过多过滥,有重点、有针对性考虑到各个层次居民的不同需求,逐步投资,分项落实,积极构建和谐社会,不断提高职工的生活水平。

这次调研,在深入一线、深入基层的同时,王董事长又利用一天半的时间与铜矿峪矿领导及生产科室负责人、基层队段长就管理与技术相互交流,寻求最佳方法,共同解决处理好管理与技术、设备与技术的关系问题,夯实管理基础。王董事长指出铜矿峪矿要超前思维,做好规划,实现企业的逐步升级,在边生产边建设的过程中,尤其要抓好细节管理,确保基础数据的准确性,做好数据的统计分析,建成有别于其他企业的管理模式自成特色的管理体系,做好企业的升级管理,争取明年实现600万吨的生产能力,为集团公司的可持续发展再立新功。

七分坑下,三分设计

首先,王董事长一行来到铜矿峪矿“6S”管理十大亮点之一的竖井工段卷扬房,乘罐到810运输中段,深入665副层出矿、掘进、深孔作业,详细询问了解科学回收地压矿量所采取的措施以及新引进设备的操作性能,就电耙卷筒、深孔钻机使用保养与矿领导和队领导进行交流。在690新工艺拉底爆破的5147川,借着手电筒照明的光亮,王董事长一边查看岩石结构,一边对照图纸,与矿长黄海根、张国和及生产技术人员一道比照矿体走向设计图纸,详细了解690新工艺推进进程。王董事长要求施工现场的图纸设计一定要符合实际,要考虑到不同的岩石机理,做出一流的井下设计图。

16日,在铜矿峪矿5#矿体副层583—1#电耙道作业面,王树琪董事长详细了解583

19日中午,在铜矿峪矿前河餐厅,王董事长吃着保健,与铜矿峪矿矿长黄海根、党委书记薛双龙谈起了集团公司近几年群众合理化建议活动开展的情况。黄海根矿长介绍说铜矿峪矿作为集团公司产量最大、人员最

书记不仅要懂政治

17日下午,在出矿三队的职工小家,王树琪董事长仔细翻阅了各项党建活动记录本。“出矿三队的党建活动很有特色,这张‘全家福’安全宣传栏就办得很好。基层的

动物类药材紧缺 片仔癀年内再提价

业内认为,动物类药材的稀缺性令相关上市公司有了涨价的底气,也被不少投资机构看作是可挖掘的“金矿”。值得关注的是,这些“明星”高利润的背后,也面临着高成本、低产能的困境。

“药中茅台”4年6提价

片仔癀6日宣布,再次调高产品出厂价格,内销价格每粒上调40元,2013年1月1日起出口价格每粒平均上调6美元,本轮上调后的价格分别为每粒内销320元、外销42美元,涨幅分别为14.3%、16.7%。这是公司自2012年7月份以来年内第二次提价,也是自2008年3月份起第6次提价。

业内分析称,“药中茅台”片仔癀的提价底气,源于其成分中含有天然麝香和牛黄等稀缺药材。根据目前国家行政许可的几家企业年使用量和全国核查的库存量,估计现有天然麝香库存将在2015年核销完毕。

相对应的是,市场需求不断攀高。多年来,片仔癀年出口创汇近2000万美元,位居中国中成药单品种出口创汇首位。公司预计到“十二五”期间片仔癀内外销合计达到55亿元。

公司方面虽然称“此次产品销售价格调整对公司业绩产生的影响无法预计。”但事实上,公司在2008年3月10日决定出口价每粒上调4美元时就曾表示,预计年利润增长8%左右。而“今后还将根据主要原料状况相应调整产品价格”的说法,也为下一次提价埋下了伏笔。

据记者观察,片仔癀最近4次发布提价公告后,公司股价都应声上涨。截至11月7日收盘,公司股价上涨0.17%,收于103.14元,继续保持医药股价第一的位置。

机构“潜伏”动物中药股

据不完全统计,目前我国含阿胶、麝香、豹骨、羚羊角、穿山甲等动物成分的药品大约有六七百种。A股市场与之相关的上市公司大约有20家,主要包括东阿阿胶、羚锐制药、太安堂、九芝堂、雪雪制药、马应龙、嘉应制药、上海辅仁等。

上市公司已披露的三季报显示,不少涉及动物药材的医药股净利润增速超过20%,其中片仔癀更是高达56.25%,吸引了不少机构“潜伏”其中,包括中国工商银行-国投瑞银核心企业股票型证券投资基金、全国社保基金一一零组合等。

手握稀缺资源和政策壁垒性的上市公司,无疑是一些投资者眼中的“明星”。记者了解到,此次片仔癀提价,尽管超出多位分析师的预期,但他们都给予了该公司“推荐”或是“增持”的评级。

需求倒逼企业往上游

据悉,野生资源枯竭令不少供货商手中早就没货了,目前市场上流通的都是以往的库存,未来唯一可依靠的是人工养殖,这也是行业大势所趋。

记者采访发现,不少上市公司虽投入巨资构建基地,但远水解不了近渴。“公司2007年已投资建设养麝基地,目前养殖麝约1500头,但对于现有产能贡献很小,难以突破产能瓶颈,且一头麝的养殖成本每年高达2万元。”片仔癀高层在接受记者采访时称。

东阿阿胶内部人士也对记者透露:“公司目前有17个毛驴基地,但驴皮资源每年都在下降,一方面是农村以毛驴代步作为交通工具迅速减少;另一方面,驴肉也不如猪、羊受欢迎,农户养殖积极性很低,完全自给自足需要10年时间。”

中国中药协会中药信息中心副主任贾海彬指出,目前“企业-基地-农户”是比较常见缓解产能压力的一种模式,但光靠企业建设人工养殖基地还无法完全满足市场需求,建议相关部门应该尽快理顺市场关系,将上游产业链搭建起来,形成合力,推进中药产业的发展。

(龚雯)