

中国食品周刊

FOOD WEEKLY

协办:中国食品工业协会花卉食品专业委员会协办

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

2014年3月7日 星期五 主编:李国政 责编:杜高孝 版式:张彤

企业家日报

9

资本青睐婴幼儿乳粉市场 复星国际20亿元入股三元



是婴幼儿配方乳粉市场的市场占有率,有利于公司实现快速发展。”三元方面表示,对于为何看好奶粉市场,一方面是政府部门对婴幼儿奶粉行业加大监管,另一方面受“单独二胎”政策的影响,未来中国婴幼儿配方乳粉市场将持续较快增长态势。

复星方面接受记者采访时也表示,作为中国奶制品行业的领先企业,三元不仅拥有“中国驰名商标”称号,还被指定为国家及北京市重大政治、经济文化活动乳品供应商。复星国际一直关注消费及消费升级领域的相关投资机会,看好婴幼儿配方奶粉行业的成长。

■背景 三元净利润逐年下滑

不过,值得关注的是,对于三元股份来讲,在此次定向增发之前,尽管产品品质一直拥有好的口碑,但其业绩却是逐年下滑。2010年、2011年、2012年,三元的净利润分别为4900万元、4495万元、3280万元。而在2013年,三元则预计亏损1.8亿—2.15亿元。

“整个三元惰性太大了,缺乏朝气,缺乏伊利、蒙牛的狼性,管理经营上趋于保守。”乳品专家王丁棉接受记者采访时如此表述。乳业专家宋亮也表示,三元兴建的是亚洲最大的奶粉基地,硬件是最先进的;作为北京的企业,除了当地的支持,大股东首农对其支持力度也很大,可以说是万事俱备只欠东风,那就是能够激发三元的内部管理体制改革和打破原本滞后的渠道建设。(胡笑红)

日前,三元股份终于发布公告称,公司将非公开发行股票预计募集资金不超过40亿元,值得关注的是,其中20亿元的投资来自复星国际。去年一直亏损的三元表示,募得的资金将用来扩大公司的乳粉产能,未来看好婴幼儿配方乳粉市场,而复星的入股也意味着其在加码消费领域投资。

■公告 复星国际成三元股东

根据三元股份披露的非公开发行股票预案,公司拟以6.53元/股的价格,向北京首都农业集团有限公司、上海平润投资管理有限公司及上海复星泓泓股权投资基金合伙企业发行不超过6.13亿股。拟募集资金总额不超过40亿元。

公告显示,本次发行完成后,北京企业(食品)有限公司将持有公司21.82%的股份,不再为公司控股股东;同时为北京企业(食品)有限公司大股东的首农集团直接持有公

司35.79%的股份,相当于直接和间接控制公司57.61%的股份,成为公司控股股东。

值得注意的是,根据复星国际的公告,其附属公司上海平润以及创泓基金总共认购三元股份3.06亿股A股,每股作价6.53元,涉及总额约20亿元。完成后,平润投资与创泓基金共持有三元扩大后股本20.45%。也就是说,复星国际间接成为三元股份的第三大股东。根据规定,该项交易还需经过相关审批流程。

据悉,这并不是复星国际第一次投资奶粉业,2009年,复星国际曾投资雅士利,并

于去年退出。

■解读 双方看好婴幼儿乳粉市场

对于此次巨额融资,三元表示,将募得的15亿元资金投资在北京大兴区瀛海工业园建设一个年产5万吨的现代化乳粉加工厂;另外不超过25亿元用于补充公司流动资金。

“乳粉加工厂项目投产后将大幅扩大公司乳粉产能,提升公司在中国乳粉市场尤其

让利换市场“讨巧” 外资奶粉降价亲近消费者

开春万物复苏,外资品牌奶粉也从低调蛰伏中醒来,且纷纷通过价格“讨巧”争夺市场。记者从多美滋公司获悉,其近日上市销售的升级产品主动进行了降价让利,最高降幅为18%。新“入场”的日本雪印奶粉也向记者表示,将全部按照内地标准生产,并将控制推广投入费用,以维持价格,争取与我国港澳地区售价相差不大。

“外资品牌洋奶粉经过去年下半年的沉寂之后,逐渐又开始活跃起来,而且在价格制定、涨价与否上会更谨慎,这些都有利于消费者和整个婴幼儿奶粉市场。”一位业内人士表示。

发改委表态鼓励降价

近期关于奶粉涨价的传闻依然在陆续传出,有些业界专家预测国内奶企在2014年可能纷纷酝酿涨价。而国家发改委价格监督检查与反垄断局局长许昆林于上月在例行新闻发布会上表示,发改委将持续关注和监督“洋奶粉”企业承诺和整改措施的落实,



鼓励降价。

记者则了解得知,不少“醒目”的外资乳企已开始主动放低身段,亲近消费者以争夺市场。

“这次降价其实是因为我们决定内部消化一些成本压力,让利给消费者。”多美滋有关负责人接受电话采访时表示。

据了解,其于近日上市销售的多美滋升级产品——精确盈养TM产品更为优惠,其中,妈妈奶粉、婴幼儿二段和三段奶粉的最高降幅分别为18%、8%和10%。据业内人士

介绍,这算是近年来国内婴幼儿配方奶粉市场少有出现的新品降价销售情况。

据了解,去年年中,多美滋响应国家有关部门号召,调整了旗下十多款主力产品的销售价格。同时,多美滋承诺,所有上述产品在今后一年内保持价格不变。

外资仍看好内地市场

还有不少乳企则针对爱去我国香港地区买奶粉的妈妈们打起了价格牌。以刚刚进驻内地市场的日本婴幼儿奶粉品牌雪印为例,此前不少广州妈妈都选择到香港购买该品牌奶粉,现在则可以在广州不少母婴专卖店或超市购买,而在价格方面,据雪印贸易有限公司广州分公司总经理吉川顺彦称,内地市场的定价相当于在香港售价上加上关税价格。

“从配方上来说,大部分都与中国港澳地区版本一样,但会有些微不同,因为在内地销售的将全部按照内地标准进行生产;而在价格方面,尽量争取价差与港澳不大,会通过促销、赠礼等方式进行优惠回馈,且我们将

严格控制推广投入费用,以维持价格。”吉川顺彦表示。

此外,记者还发现,外资品牌仍对中国市场信心满满。作为刚入市场的“新人”,雪印宣称其目标是三年后取得中国奶粉市场5%的占有率。“中国内地的奶粉市场将不断扩容,二孩政策等都是利好因素。但婴幼儿奶粉市场竞争也十分激烈,且标准越来越严格,雪印将面临与欧美品牌奶粉的竞争、知名度的提升等诸多挑战。”吉川顺彦表示。

让利换市场很“讨巧”

而多美滋有关负责人也表示,相信今年销售额会有所回升,将继续看好中国市场。

“外资品牌从稳定甚至降低价格入手,是一种十分聪明讨巧的做法。”对此,一位行业观察人士表示,这样做既能让消费者得实惠,从而扩大市场份额甚至夺回失地;同时也向国内有关监管部门表态,可为自己未来在中国的发展争取更大更安全的生存空间。(涂端玉)

大众化葡萄酒消费走强 酒企转战二三线城市

在国内消费环境变化下,近年来异常高速发展的葡萄酒业紧急刹车。“原来我们也曾计划引进一些适合收藏、投资的高端葡萄酒酒庄,但看到目前国内消费环境的变化,故取消这一打算。”日前,中国国际食品和饮料展主办方有关负责人告诉记者,今年将于5月在上海举办的中食展葡萄酒专馆,将更多展示大众化的进口葡萄酒,而且将放更多精力于普及、推广葡萄酒品鉴。

葡萄酒进口量价齐跌

2013年国内消费环境的变化,让进口葡萄酒商们措手不及。

“现在市场很难做,去年很多客户取消葡萄酒礼品订单,或者选择价位相对便宜的中档产品,使我们的销售下滑很大。”日前,在葡萄酒展推介的一个活动上,广东一家进口葡萄酒商告诉记者,该公司进口葡萄酒量库存仍很高,“刚刚过去的春节,销售量也不及往年。”

“我们曾对葡萄酒企业和行业做过一些调查,现在这行业的企业正面临库存高、资金压力大的困境。”中食展世界总监林爱武告诉记者,据该公司调查,2013年国内进口葡萄酒的一级经销商销售、利润均遭遇下滑,“长城、张裕等公开财报说去年下降30%,但很多酒企的下降幅度高达50%。”据其介绍,经调查,目前一级经销商库存压力加大,“由于前期对中国市场预期高,很多经销商进口量大,但实际国内市场在消费、渠道都发生很大变化,导致销售下降,部分经

国内葡萄酒消费市场萎缩,葡萄酒保有量增大、竞争激烈,但海外葡萄酒仍看好中国市场。在“大众化”葡萄酒消费走强、高端酒减弱的态势,为消化库存、扩大销售,今年许多葡萄酒企将会深入二三线城市,开拓新市场。



销商现金流也出现问题。”

记者从中国海关公布的2013进口葡萄酒数据中获悉,国内进口葡萄酒市场规模与前些年相比有所萎缩。据中国海关数据显示,2013年中国进口葡萄酒总量和总额均呈现小幅下降的趋势。其中,下降幅度最大的为散装葡萄酒,散装葡萄酒的进口总量为89092809升,相比2012年下降26.75%;进口总额为107816189美元,相比2012年下

降25.12%。

广东作为进口葡萄酒量排行前列的省份,去年进口葡萄酒量也出现增幅变窄情况。记者从广东检验检疫局获悉,2013年广东检验检疫局辖区各口岸进口葡萄酒约4400多万升,与前年同比增长约10%。不过,该局有关负责人指出,去年广东进口葡萄酒出现单瓶货值均价较低、高端酒少的情况。“进口葡萄酒的报关均价20元人民币/瓶(750毫升升),报关单价500元以上的只有211批,单价1万元以上的仅1批。20元以下的7951批,占进口总量的75%。”

从北上广转战二三线城市

国内葡萄酒消费市场萎缩,且国内葡萄酒保有量增大、竞争激烈,是否会吓阻海外葡萄酒进入国内?

“海外葡萄酒还在不断涌入中国市场,一来因为国外市场经济不景,对葡萄酒消费锐减;二来境外葡萄酒对中国市场预期大。”林爱武表示,从今年中食展葡萄酒区参展情况来看,海外参展商依然热情高涨、踊跃而来,国际卖家对中国市场乐观。

林爱武指出,目前国内进口葡萄酒的销售重点仍是北上广一线城市。根据海关数据,北上广仍然是瓶装进口葡萄酒的消费主力城市,它们占据瓶装进口葡萄酒60%以上的市场份额。其中上海位居第一,广东第二,北京第三,这三大城市在瓶装葡萄酒进口量上分别占据了31.2%、21.2%和7.3%的份额,在进口金额上分别占据了33.7%、

20.9%和8.3%的份额。”这说明,国内二三线城市葡萄酒市场尚有开发潜力。”

为帮助国内外葡萄酒商应对今年市场变化带来的新挑战,据悉,今年中食展世界专馆展会期间将特别设立酒商洽谈对接区,为国际卖家与国内酒类经销商进行对接。

在库存保有量增多、国际葡萄酒商仍大量涌入国内争抢市场的竞争下,国内部分葡萄酒企业已将目光转向二三线城市。

“二三线城市是未来葡萄酒消费市场的发力点,目前这些市场开拓力度尚不充分。”有业内人士指出,正是基于对潜力巨大的二三线市场的期望,不少葡萄酒企业开始摩拳擦掌地谋划,有的已重新调整产品结构,增加中低端产品,减少高端产品。据中国行业研究网数据显示,去年葡萄酒行业增速整体下移,其中,去年高端葡萄酒销量下降50%,而中低端增速约为10%。有的则拟加大葡萄酒文化推广、普及葡萄酒知识来培育更多消费者。

另有业内人士指出,国际葡萄酒市场需求疲软是洋品牌大举进攻中国市场的重要原因,据统计,目前国际葡萄酒市场增速仅为1%~2%,远低于中国增速。为此,国外酒商纷纷看好并积极开拓中国市场。

相关报告指出,随着中国中产阶级的兴起以及中国人对进口葡萄酒消费习惯的养成以及葡萄酒认识的加深,2014年瓶装葡萄酒将继续呈现出上涨态势。

(欧志葵)

全国人大代表: 粮食安全要靠产业化

目前,许多农村面临“明天谁来种地”的拷问。破解这个问题,湖北春晖集团董事长谭伦蔚代表认为:要靠产业化。

谭伦蔚说,产业化就是转变农业生产方式、培育新型农业经营主体。要切实改变过去那种粗放、低水平的种植方式,积极培育种粮大户、农村专业合作社和农业龙头企业。

他表示,再靠过去那种散户生产方式,既没有产量也没有质量,增加农民收入也就无从谈起;而收入不增加,农民种粮的积极性就会越来越低,甚至导致撂荒。

“只有成规模、成产业链的农业龙头企业等新型经营主体发展起来,才能有效保证先进的种植技术到位、提高种粮的机械化水平、降低种粮成本、提高粮食单产,它们是国家粮食安全的重要保障。”谭伦蔚说。

国家食药监管总局: 食品生产经营者主体责任 将受严管

记者国家食品药品监督管理总局获悉:我国将以最严格的监管依法落实食品生产经营者的主体责任,在全国范围内建立起食品安全授权、食品安全可追溯以及食品安全诚信自律制度。

目前我国食品安全监管呈现出食品生产经营主体数量很多、食品类别很杂、食品需求量大、食品安全隐患不易发现的特点,而食品安全监管力量和技术资源与之不相适应。同时,食品行业的信用体系、诚信体系尚不健全,食品生产经营主体良莠不齐,诚信缺失、责任缺失、故意违法等问题仍然比较突出。

食药总局要求各地食品安全监督管理部门要抓住治本之策,采取最严格的监管措施依法落实食品生产经营者的主体责任:

一是试点建立食品安全授权制度,推动食品生产者落实首负责任。建立食品安全授权制度的核心就是要求企业法人或者法人书面授权设立质量安全负责人,对产品配方、原辅料入厂、生产过程控制、产品出厂检验和放行等实行“全过程”签字负责。

二是建立食品安全可追溯制度,督促食品生产者构建质量管理体系。要求食品生产企业全面实行原辅料采购使用、生产过程控制、产品检验、出厂销售等“全过程”记录制度。督促食品经营者把食品的进货关、销售关和退货关。

三是建立食品安全诚信自律制度,落实食品生产者的法定责任。我国将大力支持行业制订行规行约,引导行业加强自律,及时反映食品生产经营者和消费者诉求,促进行业规范发展,充分发挥行业协会监督、协调和引导作用。

首批乳粉生产许可证发放 3到5月或成乳企并购高发期

飞鹤乳业3月2日宣布获乳粉生产许可证,成为国家食品药品监督管理总局新版乳粉企业生产许可证审查细则实施后首批“合格换证”乳企。乳业专家宋亮指出,由于乳粉企业的准入门槛大幅提高,没有拿到生产许可证的乳企势必被并购或者退出市场,“今年3到5月是乳企并购高发期。”

国家食品药品监督管理总局于2013年12月25日出台《婴幼儿配方乳粉生产许可审查细则(2013版)》,新细则大幅提高了乳粉企业的准入门槛。根据《细则》,食药总局明确要求各地婴幼儿配方乳粉生产企业于2014年5月31日之前完成换证审查和再审核工作。

由于新细则大幅提高了乳粉企业的准入门槛,有业内人士表示,预计2014年将有三分之一的乳企将面临淘汰。一些小企业更将因为资金等问题将会面临着被并购或者退出市场的危险。

乳业专家宋亮表示,5月31日前没有拿到生产许可证的乳企并不会马上退出市场。对没有拿到生产许可证的企业而言,有一年的整改期。这也意味着到2015年5月31日,没有拿到新版乳粉生产许可证的乳企将“关门”。不过,兼并潮并不会等到明年,“今年3到5月是企业并购的高发期。”

近期,有不少家中小乳企企业传出转让的消息。广州市奶业协会理事长王丁棉表示,广州、宁夏、陕西、黑龙江等地区的一些乳企已放出“卖盘”的信息。

中粮集团收购荷兰粮企 外媒称 最终收购价为12亿美元

据悉,中粮集团近日与总部位于荷兰的全球农产品及大宗商品贸易集团Nidera签署协议,收购Nidera51%的股权。

记者从中粮方面获悉,Nidera是一家销售额超过170亿美元的国际农产品主要贸易商。此次双方合作,将为Nidera在中国市场发展带来巨大的增长机会,中粮也将利用Nidera全球的粮食采购和贸易网络及快速增长的种子业务,增强自身在国际粮食市场的影响力,成为全球粮油市场的骨干力量。

“中粮入股Nidera是与中粮‘打造具有国际水准的全产业链粮油产品’战略目标一致的,是中粮向全球布局迈出的重要一步。”中粮集团董事长李高宁如此表示。

中粮方面尽管没有透露具体收购金额,但外媒消息称最终收购价为12亿美元。

而收购若完成,中粮也将成为可以与美国ADM、邦吉、嘉吉及法国路易达孚四大国际垄断粮商相匹敌的大粮商。

(编者整理)