

乳企上市出海动作多 纷纷融资逆势扩产

“上市、出海、中外联姻……这些动作正在中国乳业中唱主角,但后效有待观察,年底购买乳业股也应综合考虑政策、行情和其今年业绩。”行业观察人士表示。

乳企上市出海动作多

“如果顺利,应该这个月底开始询价路演招股,预计12月初挂牌。”13日证监会核准广东燕塘乳业的IPO申请,掌握较确切消息的业内人士向记者透露,燕塘乳业上市融资后,估计会进行奶源建设、新设工厂、开拓专营店等几个大动作。“应该暂时不会考虑做奶粉,液态奶市场还是非常大的。”乳业专家王丁棉分析认为。

同时,伊利也有大动作。12日伊利股份发公告称,已与美国第一大牛奶公司DFA签约,将在堪萨斯州合资建设年产8万吨奶粉的工厂,其将是全美规模最大奶粉厂。据悉,该合资公司注册资本1亿美元,伊利投资3000万美元(约合人民币1.86亿元),持有合资公司30%股权;DFA投资7000万美元(约合人民币4.34亿元),持有合资公司70%股权。

有乳业专家表示,伊利此番海外战略颇具高大上,但是否有必要远涉重洋投资奶源建设工厂有待商榷。海外投资或对品牌价值

袋泡茶是世界茶业消费主流 “小袋茶”期待大发展

“我国是全球最大的茶叶生产国和消费国,预计今年可销售茶叶200万吨,销售额将突破1300亿元。但在这样一个产业规模中,袋泡茶的年销售量不到茶叶总量的4%,销售额不超过2%。而在国际市场,消费袋泡茶是消费主流,且呈不断上升之势。”日前在北京举办的“2014中国袋泡茶产业品牌沙龙”上,中国茶叶流通协会常务副会长王庆用一组简单的数字概括了袋泡茶在国内市场产业地位还较低的现状。

与会嘉宾纷纷表示,我国急需通过标准制定、技术创新、消费教育及品牌培育等,扩大具有定量、卫生、快捷、方便属性的袋泡茶市场空间,进一步提升中国茶叶在国际市场的竞争力。

据介绍,在国际市场,袋泡茶不仅是消费主流,而且还呈不断上升之势。目前,世界袋泡茶年销售量占茶叶销售量的1/4,占主导地位,这一消费趋势在欧美国家表现得尤为明显,比如欧洲各国的袋泡茶消费量普遍占其茶叶消费总量的80%以上,美国、法国甚至高达98%。

王庆表示,袋泡茶在我国茶产业的地位之所以较低,一方面与国内消费者的饮茶习惯及认为袋泡茶主要由茶末及劣质茶制成的误区有关;另一方面国内至今缺乏与之有关的标准,也从相当程度上制约了这一行业的发展。

社科院食品药品产业发展与监管管理中心主任张永建也认为,国内消费者的饮茶习惯及其追求的饮茶文化,比如看重茶具及茶叶的色、形、味等,使得这些年来袋泡茶并没有因为我国快速发展的经济而呈热销状态。

北京市茶叶协会理事张晓芳认为,目前国内很多茶叶生产企业将茶叶加工剩下的碎末制成袋泡茶,比较松散,也没有规范,从而影响了袋泡茶的良好性发展。

在茶业专家冯建华看来,袋泡茶是传统茶产业的有益补充。袋泡茶“高效、快捷、价廉、口味多样”的优势,满足了眼下以追求“快速、效率、结果”为时尚的消费需求。

王庆认为,现阶段在国内产业规模很小的袋泡茶,从另一个角度也释放出了积极的信号,即我国袋泡茶市场蕴藏着很大的发展空间。这种信心,既来自国内年轻一代消费者生活方式对该产品的认同,也缘于中国茶叶与世界茶叶接轨步伐的加快。可以说,袋泡茶是中国茶叶进一步走出去的有力推手。眼下的关键是,应积极着手袋泡茶市场的培育,特别要加强消费引导和教育。目前,国内茶叶市场已涌现出了像碧生源这样专注袋泡茶生产和研发的企业,希望有更多的茶企业能够把一部分精力用到制作和宣传袋泡茶上来,通过高品质的创新产品,与国际市场名牌袋泡茶同台竞争。同时,相关部门也应做好袋泡茶的标准制定和推广工作。

北京市茶叶协会理事张晓芳则建议企业锁定25~35岁消费人群,从原料品质和品牌培育培育入手,打造商务袋泡茶品牌。在原料品质方面,企业可以借鉴传统名茶质量跟踪管理体系,同时通过成立袋泡茶管理协会,加强行业自律,提高袋泡茶的准入门槛。在品牌培育方面,通过对消费者的需求分析来细分市场,碧生源给同行已带了好头。

碧生源副总经理林如海则希望国家加快对袋泡茶标准的制定,通过质量标准、管理标准等,提高袋泡茶的进入门槛,从而做强国内大健康产业。在此次沙龙会上,与会嘉宾一致认为,碧生源作为国内袋泡茶标杆企业,一直致力于将传统的草本文化与茶文化相结合,并建立自己的标准体系,努力培育市场和消费者的科学认知观,塑造了良好品牌形象。

(新华)



和企业营销存好处,但同样具备一定风险。

现代牧业回应“问题牛”

不久前陷入“污染门”的现代牧业又再卷入“问题牛”事件中。据悉,现代牧业(宝鸡)有限公司日前通过招标出售了94只奶牛给一

家独立第三方企业,但出售的奶牛中发现个别牛结核病监测结果呈阳性和一小部分血清监测布病抗体呈阳性的情况。现代牧业的奶源有很大部分都供应给下游企业蒙牛。

日前在发给媒体的邮件中,现代牧业回应称,在去年和今年,该企业分别给全群奶牛打过布病防疫疫苗,这是部分牛布鲁氏杆菌

澳大利亚葡萄酒入华“零关税”

随着中澳签订自贸协议,澳大利亚葡萄酒在华进口量有望爆发,国内的葡萄酒消费也可能被“改写”。

深圳市葡萄酒行业协会从日光接受记者采访时表示:“澳大利亚葡萄酒的口感好、数量庞大、性价比高,预计在4~5年内,葡萄酒进口国排名会改写,澳大利亚葡萄酒可能超越法国成为第一。”虽然有业内人士对此观点持保留意见,但未来法国葡萄酒的市场份额日益缩减已是趋势。

随着关税优惠,将有越来越多的商家加入,“目前很多进口商的利润点只有10%,因此14%的关税已经足够成为他们的盈利点了。”广州科通展览总经理贾燕平向记者分析。

法国酒份额遭阻击

根据中国与澳大利亚签订的自由贸易协议,澳大利亚葡萄酒将争取在4年内取消关税,据澳大利亚当地媒体报道,目前葡萄酒到中国的进口关税在14%~30%之间。海关进出口数据显示,今年1~9月,澳大利亚葡萄酒进口额为1.82亿美元,是第二大进口国,法国位居第一,进口金额为5.02亿美元。

中国酒类流通协会进口酒市场专业委员会秘书长助理席康对记者表示,预计取消关税的细则会在2~3个月之内确定,未来澳大利亚将会极大地抢占法国葡萄酒的市场份额,“澳大利亚葡萄酒的价格较法国更为

大众化,相对而言,法国的葡萄酒溢价严重,几乎每年都在涨价,今年也没有价格回落的迹象,如果取消了关税,几十个点的关税将是进口商可观的利润点。”他介绍,目前澳大利亚葡萄酒的价格主要在50元~150元之间,对国内目前的大环境也很适应。

事实上,在澳大利亚之前,智利的葡萄酒已经在逐步降低关税,到明年,智利将全面实行零关税,因此近几年,智利葡萄酒进口发展的速度非常快。2010年,智利的进口金额为1.03亿美元,2013年,智利的进口金额达1.67亿美元,同期的法国与澳大利亚增长也只在0.37亿美元和0.21亿美元。“智利主要代替了法国葡萄酒最低端的部分,零售价格在50元~60元的产品。”席康认为。

“目前法国葡萄酒的市场占有率在40%左右,澳大利亚在17%左右,智利在9%左右,澳大利亚关税得到优惠之后,市场占有率将会达到20%。”席康预期。

除了澳大利亚与智利以外,新西兰、哥斯达黎加也对关税有减免,“如果没有减免关税,全部进口国的税率都是一样的,包括14%的关税、17%的增值税和10%的消费税,综合税率48.2%。”贾燕平向记者分析,而且由于50%的进口葡萄酒贸易商在广东,加上广东移民澳大利亚的人口多,“未来的引爆点将在广东。”

白酒企业涉足葡萄酒引关注

对于中国而言,进口葡萄酒手握“零关

抗体检测呈阳性的原因。11月14日现代牧业股价出现反弹,报收2.97港元,股价上涨3.48%。

乳业投资应关注政策、年内业绩

“乳业近期迎来一波上涨行情,而且三季报除了两家上市公司之外,其余全部报喜。”该观察人士告诉记者,乳业投资仍有不少机会,但市场行情变化多,今年情况也有其特殊性。“乳品市场目前陷入大动作频频、政策红利近期暂无、供大于求降价难走量的局面。”其认为,尤其对于不少二三线品牌而言,由于今年国际国内奶源“地板价”,此前贪图原料便宜,不少企业加大生产,想薄利多销占领市场。但问题也在年末开始出现,市场需求并没有回暖,促销做多难恢复正价,库存消化或要到明年。

“除了关注政策、行情、年内业绩外,投资者还可观察新的乳制品类或高端市场等新增利润点是否得到消费者认可,毕竟婴幼儿配方奶市场竞争激烈,中低端乳制品价格战厮杀惨烈,目前已有部分附加值高的高端产品成长较快,投资时可考虑乳企布局情况和细分产品业绩。”其认为,部分乳企已开展激励措施,激励是否有效也会对股价有所影响。

(涂端玉)

税”长驱直入,国内葡萄酒企业将会面临怎样的冲击?

席康认为,这对国产葡萄酒是“雪上加霜”,进口葡萄酒体系成熟,即使是澳大利亚也有300年的历史,国内葡萄酒长期无法与国际竞争,国内的营销与中低价位是优势,目前的竞争对手并不是澳大利亚与智利,而是西班牙,因为价格更低,“西班牙葡萄酒被认为是50元以下打遍天下无对手,像在沃尔玛,一瓶可以卖到18元,因此,零关税对国内是雪上加霜。”从日光则认为,“我们不应该对此畏惧,在市场经济的调节下,国内企业自然会找到出路。”

与国内葡萄酒产业相比,虽然不如乳业提前密集布局澳大利亚乳制品行业,但国内商人仍落子其中。今年,中国商人王之泰与王奎芬就以1550万澳元巨资买下了南澳巴罗萨谷的历史名庄雅达拉酒庄。就在不久之前,他们还买下了雅达拉酒庄附近的另一家酒庄1847酒庄。瑞信银行预测,在未来的7年里,中国将有440亿澳元巨资流入澳大利亚房地产业,其中葡萄酒业中的酒庄酒企业务将吸收大量投资。

更值得注意的是白酒企业的动向,“据我所知,目前洋河也在物色新世界的酒庄,包括澳大利亚和智利。”席康透露,洋河此前将自己定位为进口葡萄酒销售的前五,现在是越来越有可能,“目前包括国内的五粮液、泸州老窖、茅台都有涉及葡萄酒,它们的进入才值得关注”。

(陆现倩)

旺旺抢羹低温酸奶市场 原料恐制约市场拓展



原因。

从旺旺集团近五年的财报可以看出,乳品及饮料类业务是其销售额的主力军,去年该业务板块销售占比已达到总额的52.4%。不过,记者在查看旺旺集团今年的半年报时发现,作为旺旺集团主业收益的乳品及饮料类业务在今年上半年增幅却大大减少,从去年的18.3%降至4.7%,乳品市场销售节奏明显放缓。业内人士分析,自今年推出常温酸奶新品后,又着手进军低温酸奶领域,发力酸奶或将成为未来带动旺旺业绩增长的重要一步。

原料恐制约市场拓展

有数据显示,自去年达能中国的酸奶业务与蒙牛酸奶合并后,市场占有率达到21%,光明仍占20%,伊利则占17%左右,三者已占据酸奶市场的大半江山。而在各区域市场,也有三元、辉山等区域知名品牌的市场占有。“因此,尽管旺旺在产品渠道和品牌

推广上有优势,呆萌可爱的旺仔外观设计或会吸引一部分消费者尝鲜,但是作为酸奶领域的后来者,在没有明显的价格和产品特性优势下,旺旺进军酸奶市场存活容易,但立足市场难度很大。”食品饮料行业战略分析师徐雄俊坦言。

在业内人士看来,旺旺乳制品的奶源或将成为制约其发展关键因素。据悉,旺旺的乳制品一直采用复原乳做原料,所谓复原乳指的就是将牛奶浓缩、干燥成为浓缩乳或乳粉后再添加适量水,从而还原为乳液的原奶。虽然旺旺低温酸奶是否由复原乳制成的信息未得到旺旺方面的证实,但业内人士从其常温酸奶采用复原乳判断,旺旺低温酸奶也极有可能是复原乳产品。尽管有专家分析称,复原乳若奶粉质量高,做出来的酸奶所含营养物质不逊色于鲜牛奶制作的酸奶,但是在徐雄俊以及朱丹蓬等业内人士看来,消费者对复原乳的认知还未达到客观的层面,因此恐怕会对其酸奶产品存有偏见。

(齐琳 阿茹汗 张茜岚/文 王盟/摄)

新闻集装箱

●据中国之声《新闻纵横》报道,黑龙江五常市出产的稻花香大米一直颇受欢迎,但市场价差别很大,从每斤三块多到十几块不等。记者调查发现,之所以售价差别巨大,是因为“纯度”也就是掺入别的种类大米的程度不一样,而当地的很多大米企业就直接参与到造假的行列当中。但多位受访的米业从业者、米农和当地市民表示,无法轻易准确判断出稻花香米是否掺兑其他米种。前有阳澄湖大闸蟹,后有五常稻花香,真正产量有限,市场上却是李鬼横行。监管固然是问题,但产品本身难以鉴别真假恐怕也不容忽视。一味的强调监管解决不了问题,怎么样让五常大米不是只能在五常种植,阳澄湖大闸蟹可以走出阳澄湖或许才是真正的破题之道。

●北京市食品药品监督管理局19日通报20种不合格食品和5种不合格产品名单,现对不合格食品进行全市下架停售。在20种不合格食品监督抽查过程当中发现“碧谷”牌18.9升桶装饮用水因菌落总数超标被下架停售,菌落总数超标达360倍。?据了解,菌落总数的测定是用来判定食品被细菌污染的程度及卫生质量,它反映食品在生产过程中是否符合卫生要求,以便对被检样品做出适当的卫生学评价。菌落总数的多少在一定程度上标志着食品卫生质量的优劣。此外,在通报下架食品名单当中还发现,“厨之盼”2个型号的黄豆酱油氨基酸态氮超标,“露之源”泡山椒鲜竹笋二氧化硫超标,“云杉”牌红烧肉皮诱惑红被查出不得检出,“聪明岛”鱿鱼丝山梨酸超标,“浩大”牌纯芝麻香油、“长添牌”纯芝麻香油和“大名府”、“古福”牌小磨香油均检出脂肪酸组成,还有“百世醇香”哈尔滨风味红肠铅和菌落总数均超标等。

●9月16日,“口子窖”杯安徽省业余高尔夫球锦标赛在黄山圆满落下帷幕。本次比赛由安徽省高尔夫球运动协会主办,中国兼香型白酒领军品牌“口子窖”独家冠名,获选唯一指定用酒。“口子窖”杯安徽省业余高尔夫球锦标赛分为三站赛事,首场于合肥紫蓬湾高尔夫球场开赛,第二场在9月份在合肥元一高尔夫球场举行,第三场为期两天于黄山松柏高尔夫球场收杆,个人奖项各有所归,本场黄山站根据个人三站六场比赛总成绩排名,评出“2014年度安徽TOP6选手”。据大赛组委会介绍,本年度锦标赛主题为“真藏口子窖,诚信高尔夫”。口子窖是中国白酒业的优秀品牌、安徽的一张名片,中国兼香型白酒的领袖品牌。诚信自律,真材实料,是口子窖和安徽高尔夫夫人共同的追求和价值观。在组委会的精心组织下,全体选手以真实的成绩、自信自律的精神充分展示安徽高尔夫夫人的骄人形象。

●湖北省茶叶出口实现突破性发展,1~9月,全省茶叶出口量为4832吨,较去年同期(3241吨)增长49%,出口额达到5521万元,较去年同期(3666万元)增长51%,从省市排名来看,湖北省去年排名第十,提升三位跃居全国第七位。从茶叶出口品种来看,绿茶出口量所有出口的86%,达到4156吨,出口额为5077万美元;红茶和乌龙茶的出口量依次居二、三位,分别为474万吨和73万吨,出口额分别为258万美元和82万美元;普洱茶和花茶出口也持续上升,分别为51吨和42吨,位居第四位和第五位,出口额分别为51万美元和52万美元。同时,全省各地积极适应市场新变化、新需求,加大了红茶、砖茶、乌龙茶多元化新产品产业化开发的力度,结构调优成效显著,青砖茶发展势头迅猛,该省青砖茶产量1.1万吨,2014年1~10月产量为1.15万吨,预计全年产量将达到1.3万吨,2013至今共实现出口536吨,创汇1830万元,极大地促进了中俄边境贸易发展,为融入丝绸之路经济带建设助力。

●法国驻华使馆商务处和法国博若莱工商会日前在北京举办“探索博若莱葡萄酒”讲座,向中国葡萄酒业业内人士推介博若莱产区。博若莱工商会相关负责人表示,中国已成为博若莱葡萄酒增幅最快的出口市场。博若莱工商会负责出口事务的奥雷莉·瓦布尔女士说,过去5年间,出口到中国的博若莱葡萄酒的数量增加了130%。中国已成为博若莱产区优先拓展的出口市场。

●众所周知,日本的温泉举世闻名、种类繁多,有茶浴、药浴等。据日本新闻网站报道,近日,日本各地为庆祝“博若莱葡萄酒节”推出了“酒浴”温泉。据悉,葡萄酒中含有的抗氧化剂具有美肤效果,老少皆宜。日本人直接把法国博若莱葡萄酒倒入浴池中,使其变身成为葡萄酒主题温泉。为了庆祝此次的葡萄酒节,神奈川的小涌园温泉每天都要消耗1.3万升博若莱葡萄酒。据了解,“法国博若莱”是日本人十分喜爱的葡萄酒品牌。每年11月的第3个星期4,日本人都会举办葡萄酒节表达对博若莱葡萄酒的喜悦。

(编者整理)