

五年要卖百亿 太极押宝高端水难解渴

曾经显赫一时的西南药企老大,如今盈利能力堪忧,于是想到出售旗下两家公司平台,换取现金的同时,瞄准下一个发展战略——加入高端水混战,这是太极集团最近一直在忙活的事情。据悉,承担着太极集团转型发展大健康产业重任的高端水产品——太极水,定价 11.99 元,仅在太极集团旗下药店销售,该公司为它定下五年卖 100 亿元的目标。高端水行业人士普遍认为,不论是从价格、渠道、水源地还是从营销路径看,太极水不符合消费者对于水产品的消费习惯,且不具备优势,百亿目标恐难成真。

五年要卖百亿

上周四,太极集团旗下上市公司桐君阁的一则资产出售计划获得国资委审批的公告,引发了人们对于转型中的太极集团的再度关注。为了扭转旗下子公司同业竞争,整体盈利能力不佳的状况,太极集团启动转型计划,其中一项措施为卖资产,另一个则是卖高端饮用水——太极水。据悉,借助正在出售中的桐君阁渠道,卖太极水成为太极集团今年下半年的一个重要经营任务,太极集团为这款水产品定下的目标是 5 年实现 100 亿元的销售额。

据太极集团官方网站介绍,承载太极转型重任的太极水定位高端,售价为 11.99 元/罐,且打出了“国内惟一铝罐装高端水”的旗号。不同于其他瓶装水产品,太极集团在销售渠道上独树一帜。目前,太极水依赖该集团之前的药品销售渠道,即连锁药房和太极在全国各地的经销商。另外,销售环节采用会员制,即一次买够 500 罐便能成为会员,可享受 6 元/罐的会员价。此外,为了符合高端水的定位,太极集团将一线城市作为太极水的主战场。

除了上述另辟蹊径外,太极集团还为太极水打出了“太极水,不老泉、天然弱碱性、富锶水”的概念,以区别于其他同类产品。水源地也不在热门的长白山、青藏高原等地区,而是重庆市彭水县乔梓乡长寿村。

事实上,对于跨界做高端矿泉水,太极集团早有图谋。资料显示,2013 年 9 月,太极集团就曾对外宣布,转型做大健康产业,为此该公司控股子公司太极集团重庆涪陵制药厂收购了重庆阿依达饮料有限公司,开始涉足高端水行业。



实际上,对于制药企业而言,涉足饮料食品行业也不再是新鲜事情,而在高端水产业里,太极集团算得上是为数不多的药企之一,且野心勃勃。以太极集团定下的 5 年百亿元的目标计算,要想达标,每年需要卖出 20 亿元,而在高端水企业里,已经上市的西藏 5100,2014 年的营业收入为 7.73 亿元,这里还包括了啤酒以及依靠中铁快运得来的收入,除去这部分,单从高端水挣到的钱就更少了。太极集团如何能将仅在药店出售的高端水五年内卖出百亿元,市场想象空间极大。

钱从哪来

高端饮用水业内人士此前多次向记者表示,高端水虽然市场增速快,发展前景大,但是前期投入资金量大、回报周期长。而纵观太极集团这几年的经营业绩,却并不十分理想。太极集团为何提出转型大健康?又为何押宝高端水?钱又从哪里来呢?

从太极集团近期动作可以看出,在高端水行业高调布局的太极集团,其实也在为公司转型做资产整合,其中最重要的就是卖掉了旗下两个上市公司壳资源,这也为太极集团带来了可用的现金。

据了解,作为西南地区医药龙头企业,太极集团总资产已超过 160 亿元,成为国内药企总资产前十名,同时,该公司旗下曾拥有 3 家上市公司,太极实业(集团)、桐君阁、西南药业,横跨沪深两市主板,而未来

太极集团旗下的控股上市公司将只剩下太极实业(集团)。上周四,上市公司之一的桐君阁发布公告称,重大资产置换议案已获得通过,这也意味着,太极集团出售桐君阁的计划离完成已经进入倒计时。

另外,在今年上半年,太极集团旗下的另一家上市公司西南药业已经完成壳资源的出售,该公司实际控股股东已变成了奥瑞德光电技术股份有限公司,资料显示,该公司主要从事的是蓝宝石晶体材料及设备的研发、生产、制造与销售业务。

根据公告显示,太极集团出售桐君阁后,将获得置出资产 7.852 亿元,加之此前出售西南药业获得的 4.27 亿元,最终,太极集团将共获得超过 9 亿元的投资收益,而这对于高调转型的太极集团降低负债率,增强公司资金流动性带来了巨大的利好。

太极水难成顶梁柱

记者从水行业人士处获悉,虽然高端水行业投入大、回报周期长,但是高达 60% 的利润率极具吸引力,而现在的太极集团正在面临着高收入低利润的局面,在业内人士看来这也是太极集团将转型重点瞄向高端水市场的重要原因。

太极集团旗下 3 家上市公司近年来的财报显示,太极实业(集团)近几年的营业收入都超过 65 亿元,但净利润在 2012 年和 2014 年都出现了过亿元的亏损,而 2013 年仅盈利 1255 万元。桐君阁近几年的年度营

收也达到了 45 亿~50 亿元之间,同样,西南药业近几年的年平均净利润仅为 3000 多万元。

3 家上市公司存同业竞争,且盈利能力低下,这也促使太极集团舍弃上市公司平台,从而转向高端水领域,而高端水能否成就太极集团转型计划,又能否为它带来可观的利润呢?行业人士对此普遍表示不看好。

有位不愿具名的水企业人士向记者介绍,首先从消费者较为推崇的水源地上讲,太极水的水源并不具备优势,知名度较低;其次,从销售渠道而言,桐君阁连锁药店以及太极集团在全国的代理商在全国覆盖领域并不够广,同时,太极集团作为西南地区的药企龙头可能在当地认可度较高,但是在华南、华东等地区并不一定会得到同样的效果。此外,消费者还未形成从药店购买水产品的习惯,这也在一定程度上限制了太极水的销量。

除此之外,太极水 11.99 元/罐的价格也不具吸引力。目前在市场上可以购买得到的定价 10 元以上的高端水也并不多见,统一巴马泉售价 14.9 元,北极泉极地冰岩矿泉水售价 9.8 元,另有依云、巴黎水等进口产品以及农夫山泉推出的玻璃瓶装高端水价格在 10 元以上。而多数高端水价格在 4~8 元区间。上述不具名水企业人士称,多数水企业不敢触碰超高端的价格,是因为国内水市场整体消费结构还未达到 5 元以上的水平,且高端消费群体分散,销售渠道难以精准,此外,超高端价格要求水产品有高端的品牌形象与之匹配,因此这也将成为太极水的最大障碍。

北京鼎臣医药管理咨询中心负责人史立臣进而向记者分析表示:“药企跨界做饮料,并不止太极集团一家,贵州益佰、同仁堂、江中等知名药企都有涉猎,但打着治病或者保健旗号噱头进行营销,从以往的经验来看,消费者并不一定买账。”

对于上述质疑,太极集团在接受记者采访时回应表示,太极集团目前不会对太极水的销售渠道以及价格做出改变,未来根据销售情况再做定夺。

据公开信息显示,截至 2015 年 7 月,在已经过去的饮用水消费旺季,太极水销量不足 1000 万罐,销售额不足 1 亿元,百亿销售目标仍遥不可及。

(钱瑜 孙昊天/文 贾丛丛/制图)

首届“中国茶·海丝路”高峰论坛在福建安溪举行

10 月 10 日,由国务院发展研究中心中国企业评价协会主办的首届“中国茶·海丝路”高峰论坛在中国乌龙茶(名茶)之乡——福建安溪举行。来自中国、日本、韩国等海内外的数十名专家、学者出席了论坛。

此次论坛围绕以“中国茶·海丝路”为主题,着重研讨中国茶海丝之路的历史和发展路径,在谋划“一带一路”发展新机遇下,中国的茶产业如何转型升级再添良方。

研讨会上,日本中国茶协会会长王亚惠发表“一带一路”与日本茶产业的主旨演讲,他说,茶叶传到日本始于平安时代(794—1185),由当时出使唐朝的僧侣从海路带回日本,逐渐推广。来自韩国的国际发酵茶研究所所长金永淑在演讲中,通过分析高丽和宋代的茶文化海上交流,使人了解高丽茶文化中蕴含的宋代文化。厦门大学原副校长郑学檬教授发表了“海上丝绸之路和福建茶贸易”演讲。主办方称,此次论坛共收录了 18 篇学术论文,内容涵盖古代茶文化、茶贸易、产业研究、电子商务等。

安溪茶,自古就是“一带一路”的重要符号。宋元时期,随着泉州港的兴起,安溪茶叶就作为重要出口商品走向世界;明末清初,风靡欧美;18 世纪以来,携手晋商开拓万里茶路;20 世纪初,成为畅销东南亚的“侨销茶”;上世纪八、九十年代,在日本刮起“乌龙茶热”;自 2010 年以来,安溪茶企成功抱团登陆欧美茶叶高端市场,泉州友城法国埃罗省与安溪的“茶酒对话”传为美谈。2012 年,安溪铁观音同业公会旗下的 5 家品牌茶企——八马、华祥苑、中闽魏氏、坪山、三和,组成“第一集团军”,在法国巴黎开设安溪铁观音欧洲市场营销中心。

主办方称,在第六届中国茶都安溪国际茶业博览会上举办“中国茶·海丝路”高峰论坛,设立以海丝沿线国家为参展主力的海丝主题展馆(包含巴基斯坦、马来西亚、我国台湾等国家和地区的企业参展),以龙头企业为主体,举办推介会、洽谈会、品鉴会、订货会,提升与海丝沿线国家人员往来、互销产品、文化交流、联办活动的深度和广度;挖掘、整理、创作并推出一批反映安溪海丝茶缘、茶史、茶情的文化产品,氛围营造、文化展示、科技研发与经贸合作立体推进,奏响海丝茶路主旋律。

(蒋升阳)

百威英博再提价收购 SABMiller

全球两大啤酒厂商百威英博和 SAB-Miller 联姻之路又有新进展。据外媒报道,百威英博在北京时间 10 月 7 日再次提高了建议收购价,每股作价为 42.15 英镑,这也使收购总值高达约 682 亿英镑(约合 1040 亿美元)。百威英博方面称,作价修订后对于股东更具吸引力。

据悉,之前 SABMiller 已拒绝了百威英博的两次报价,第一次出价为每股 38 英镑,第二次出价为每股 40 英镑。与此同时,SABMiller 公布了二季度的销售情况,此举也被业界解读为向百威英博施压。数据显示,在截至 9 月 30 日的 3 个月里,SABMiller 销售额同比增长 6%,但公司营收出现下降。对此 SAB-Miller 表示,“我们在一些主要市场上的流通货币相对于美元进一步贬值”。

据悉,百威英博在采取收购行动之前,已经与 SABMiller 的大股东 Altria Group 进行了接洽,最新收购价提出后,有消息称 Altria Group 准备接受现金加股份的混合方案。这也意味着两家公司联姻之路再进一步,或将诞生啤酒行业巨无霸。业界一致认为,这两家企业强强联合将摊薄成本,降低摩擦成本,达成资源整合从而形成利润最大化。然而数据显示,这两家啤酒集团共同占据了全球啤酒市场约 30.5% 的份额,即有可能会面对反垄断调查,这也让并购之路充满悬念。

(刘一博 朱欣欣)

老年人居家养老信息化

本报讯 近日,成都市天府新区万安街道民政干部史俊海等领导,为所辖区 19 名低保对象、优抚对象、失独家庭“三类”老年人,每人发放一部老年专用手机,20 元话费电话卡和一年免费话费补贴,并现场向老人详细讲解了手机功能的使用方法和操作要领;告诉老人该款手机是专为老年人设计的专用手机,手机相互之间拨打内部短号不要钱,还有收音机功能、手电筒功能及 12349 紧急呼叫功能,老人遇有迷路、急病、就医等紧急事件,直接按手机上的帮助键或拨打 12349,呼叫中心会及时将情况通知相关部门,相关部门会安排人员进行处理。老人们接到手机,十分感动,连连夸赞万安街道领导急老人之所急,想老人之所想,考虑问题细致周到全面,受到全体老年人的好评。(黄正格 冯东平)

企业纷纷跨界涉足“大健康” 政策和盈利吸引“跨界投医”

作为中国制药专用设备的龙头企业,“千山药机”在停牌 2 个月后于 10 月 13 日晚间发布消息称,再定增 40 亿元布局医疗服务业务。而在 9 月 21 日晚间,已停牌逾 5 个月之久的“宜华健康”也揭开了重大资产重组的神秘面纱。公告显示,该公司拟现金收购爱奥乐和达孜赛勒康各 100% 股权,斥资近 20 亿元夯实公司医疗健康产业基础。与此同时,宜华健康出售既有房地产业务,全面转型医疗健康服务领域。

企业纷纷跨界涉足“大健康”

宜华健康“弃房投医”并非新鲜事,相关数据显示,目前已有 41 家房企已经或正在转型,而选择转型医疗方面的企业数目最多,达到 13 家。对此,易居研究院智库中心研究总监严跃进认为,国家明确提出“健康服务业”的概念,背后是对后续新兴产业的一个具体规划。对于房企来说,在寻找新兴领域方面,也会格外重视此领域,因为背后可能预示着各类优惠政策的出台。此外,严跃进进一步表示,房地产企业转型医疗健康产业不排除有通过医疗板块来获取养老建设项目,从而带动本身房地产项目的开发。

除房地产企业外,专业生产和销售高级玻化石和高级釉面砖系列产品的上海斯米

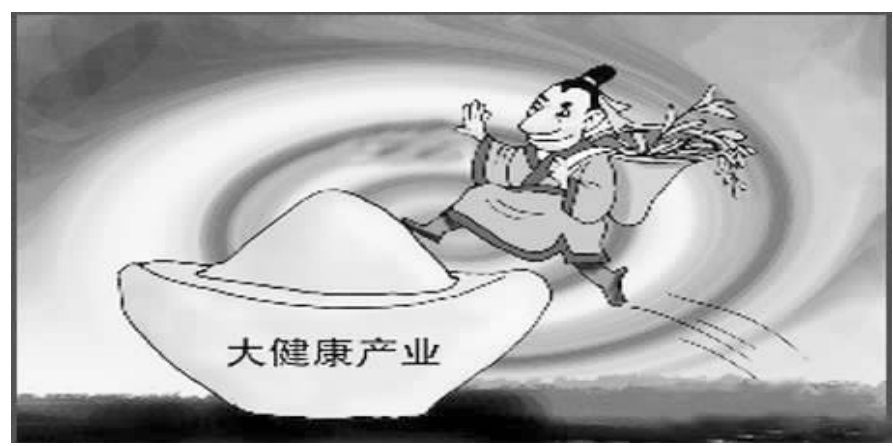
克建筑陶瓷股份有限公司在 2014 年报中披露,2015 年该公司将涉及医疗和养老等相关配套大健康产业领域或相关高科技产业等领域。2015 年 2 月该公司发布公告称,拟设立两家全资子公司上海悦心健康医疗投资管理有限公司及上海悦心安颐投资管理有限公司,分别从事健康医疗产业项目投资和养老产业项目投资等相关投资及管理咨询业务,为公司长远发展医养结合的大健康产业奠定基础。

此外,生产番茄酱 20 年的新中基在 2015 年 9 月宣布,该公司将通过战略并购跨入健康产业新领域。而主要是对房地产、纺织、化工、电子及通信设备行业进行投资经营;销售纺织原料、服装、金属材料、化工原料、建筑材料的中茵股份也在今年 4 月宣布通过收购闻泰通讯 51% 的股权,向“互联网+大健康产业”转型。

政策和盈利吸引“跨界投医”

记者翻阅资料发现,近年来各领域企业纷纷涉足医疗健康产业,业内人士表示,企业转型医疗健康产业的难点在于政策方面,如果可以得到政策的支持,企业转型医疗健康产业的比例将会加大。

国务院 6 月发布的《国务院关于促进健



康服务业发展的若干意见》中提到,要完善社会办医疗机构设立审批的属地化管理,进一步促进社会办医。鼓励社会力量举办中医类专科医院和只提供传统中医药服务的中医门诊部、中医诊所,加快社会办中医类机构发展。政策上的支持为企业转型医疗健康产业带来了便利条件。据相关机构预测,到 2020 年健康服务业总规模达到 8 万亿元以上,成为推动经济社会持续发展的重要力量。

对于众多企业转型大健康产业现象,有业内分析人士认为,除相关政策的支持外,医疗行业毛利率高、现金流充沛等诸多优势或将成为各行业企业转型探索的新领域。

相关新闻

多款蜜饯二氧化硫超标

北京市食药监局上周全市停售“鸿乐”、“新年华”等 5 种蜜饯食品,均为二氧化硫超标。其中,有 3 批次都来自天津市鸿乐食品有限公司。

一些果脯蜜饯生产企业在生产过程中,为漂白、防腐保鲜,过量加入了焦亚硫酸钠、焦亚硫酸钠、亚硫酸钠、亚硫酸氢钠等具有漂白、抗氧化、防腐作用的物质,而没有及时采取有效脱硫措施,导致二氧化硫超标。如果长期过量食用二氧化硫残留超标的食物,会产生恶心、呕吐等胃肠道症状。

不合格食品名单

- 上海佳格食品有限公司苏州分公司的“多力”浓香莱籽油(1.8 升/瓶,2015.06.10)
- 四川五丰黎红食品有限公司的“黎红”菜籽油(1.8 升/瓶,2015.03.02)
- 天津市鸿乐食品有限公司的“鸿乐”蜜汁青梅(150 克/袋 2015-04-01)
- 天津市鸿乐食品有限公司的“鸿乐”特级杏脯(100 克/袋,2015-04-06)
- 天津市鸿乐食品有限公司的“鸿乐”特级杏脯(100 克/袋,2015-04-15)
- 沧州枣园食品有限公司的“枣树园”水晶蜜枣(454 克/袋,2015-05-08)
- 兰州嘉年华食品有限公司的“新年华”芙蓉杏(220 克/袋,2015-03-09)

“多力”菜籽油被曝不合格 脂肪酸组成未过关

上海市食药监局近日公布一批食用油、油脂监督抽检,知名的“多力”浓香莱籽油(1.8L/瓶,2015.06.10)被查出脂肪酸组成不合格。

脂肪酸组成作为油品的特征指标,会随其油料品种的不同而不同,鉴定油品中是否掺杂其他的油脂。此次被检出不合格的“多力”浓香莱籽油,是由上海佳格食品有限公司苏州分公司生产。其所属的上海佳格食品有限公司前身是美国桂格(QUAKER)集团,2003 年进入食用油市场,以生产“多力”品牌食用油被公众熟知。佳格官网还显示曾获“中国粮油企业百强”、“上海名优食品”等多项称号。

另外,上海市食药监局还查出另一不合格产品“黎红”菜籽油,由四川五丰黎红食品有限公司生产。这家公司由华润五丰控股,

产品曾获中国川菜十佳调味品、省“十佳地理标志农产品”。

据介绍,脂肪酸组成不合格的主要原因:一是油品混装、混存,或设备、容器清洗不彻底引起混装而造成食用植物油脂肪酸组成的改变;二是部分生产者将低值油脂掺入高值油脂中,以次充好。

消费者购买食用油时,应尽量选择小包装食用植物油,使用中本着“先买先用,用完再买”的原则,家中不宜贮存过多的食用油。越是质量好的油品,由于其精炼程度高,越容易氧化变质。食用油的储存最好用棕色瓶密封保存,存放在阴凉干燥处,避免高温和潮湿,这样能使食用油的保质期延长。

(来源于上海市食药监局、北京市食药监局)(廖爱玲 李婷)