



### 净利下滑近九成,签约王源代言——

# 德亚牛奶难救品渥食品



□郭秀娟 张函

“聚焦德亚大单品”战略实行一年,品渥食品交出一份全年净利大跌近九成的成绩单。1月31日,品渥食品发布业绩预告称,2022年度净利润预计为1000万—1400万元,同比降85.34%—89.53%。这一天,品渥食品股价跌0.78%,报26.66元,回到了2020年上市时的发行价。

从数据来看,2022年前三季度品渥食品净利润1626万元,按照预告业绩计算,这意味着四季度品渥食品亏损了226万—626万元。对于净利下滑原因,品渥食品解释称是疫情导致营业收入下降、物流运输成本加大、采购成本上升;同时公司增加了市场宣传推广力度、调整销售人员结构,导致销售费用增加。

品渥食品旗下拥有“德亚”乳品、“瓦伦丁”啤酒、“品利”粮油调味品等品牌,包含乳品、啤酒、粮油及谷物等产品系列。其中,德亚品牌贡献了公司营收的

78.76%,是品渥食品的业务顶梁柱。

德亚牛奶采取“国外生产、国内销售”模式,定位于进口乳品细分市场。由于国内外常温奶生产成本有差距,德亚牛奶一度凭借海外生产的成本优势打开市场。据凯度消费者指数研究数据,2019—2021年,德亚牛奶连续三年在进口牛奶中销量排名第一。2021年,品渥食品旗下品牌中,德亚营收增长17.11%,瓦伦丁增长8.46%,亨利及其他品牌同比下滑57.86%。

这样的盈利能力也使品渥食品把业绩增长的希望押注于德亚,并围绕德亚实施大单品战略。品渥食品董事长王牧公开表示,2022年实行“聚焦德亚大单品”产品战略,以巩固核心品牌德亚的市场份额。或许是基于这样的战略,品渥食品2022年针对德亚开展了一系列动作,而其公告中提到的“销售费用增加”中,似乎有不少是用于德亚品牌推广。

2022年,德亚推出了多款新品,投资上游供应链,并开启了奶酪线布局。

2022年6月,德亚签订流量明星王源做首位全球品牌代言人,上半年销售费用比同期增加了40.52%。此外,品渥食品通过影视剧、综艺节目以及社交媒体植入的方式进行产品推广,2022年暑期,德亚与导演陈思诚合作,产品在电影《外太空的莫扎特》中亮相。

然而,即便是如此大手笔营销投入,作为“主心骨”的德亚也没能改变品渥食品业绩颓势。根据2022年中报信息,德亚虽仍是品渥食品增长最高的品牌,营收增长为9.68%,但相较2021年同期10.86%的增长来看,德亚的增速已经出现放缓趋势。

对于德亚的增速放缓,业界认为是多层面的。首先,海外进口乳品的优势在于便宜、性价比高、品质好,会获得更多消费者偏好,中国液态奶市场仍然有一部分依赖于进口。但随着国际物流海运费增长,海外产品进口成本在不断攀升,成本上涨使德亚牛奶的原有优势正在褪去。此外,国内常温乳企的价格竞

争,对于德亚的盈利能力会造成很大的影响。

屋漏偏逢连阴雨。盈利能力承压的同时,德亚还面临着口碑下滑的风险。2022年11月,有消费者投诉,德亚旗舰店的特价牛奶下单数月仍未发货,商家以优惠设置失误无法发货为由让消费者申请退款,事件在黑猫投诉平台、微博上引起热议,也使德亚品牌陷入一场消费风波。

广科院旗下广科咨询首席策略师沈萌表示,奶制品的成本升高,市场竞争激烈的局面下收益率也下降,从两端严重挤压着品牌的利润空间。同时,牛奶的毛利率并不高,而高档产品又因为品牌赋能无法形成业绩支撑。德亚采取这样的生产经营模式,即使海运价格稳定也不是一个好的财务模型,中间成本对利润的影响非常大。品渥食品想改善业绩颓势,产品研发和创新更为重要。

针对相关问题,记者发邮件采访了品渥食品方面,但截至发稿未收到回复。

## 李子园涨价成效迟缓,净利润同比下降15.29%

李子园涨价了,没涨利润。

2月1日,李子园发布2022年业绩快报。经李子园初步核算,2022年度实现营业收入14.04亿元,同比下降4.49%;净利润2.22亿元,同比下降15.29%;扣非后净利润1.89亿元,同比下降22.40%。

李子园称,原材料及能源涨价导致成本上升以及新冠疫情反复等因素导致2022年经营业绩下降。

这也是近年来李子园首次增长受限。以2021年为例,李子园营业收入、净利润均实现双位数增长。

事实上,为了解决成本端传导的压力,李子园在2022年下半年试图通过提高出厂价来增厚利润。据了解,李子园对旗下甜牛奶和风味乳饮料等核心产品进行提价,提

价产品占全品类的85%以上,提价幅度为6%—9%不等。

自家公司主流产品的出厂价虽然有所上调,但是利润却在开倒车。

早在去年三季度业绩说明会时就有投资者提问,“提价快半年为何三季度利润还会下降?”彼时,李子园相关负责人只是表示,提价主要是为了应对原材料价格、人工成本上涨对业绩带来的不利影响,“未来随着销售规模不断扩大,长期来看提价将有助于业绩向好。”

出厂价格上涨,终端价格也有上浮。记者了解到李子园甜牛奶225ml系列(20瓶装)以及450ml系列(10瓶装)线上平台日常售价统一调整为49.8元/箱,在调价之前价格为44.8元/箱。

“含乳饮料不是牛奶,提价后,

消费者会对价格、营养成分等进行考量,牛奶等乳制品将会成为消费者的选择。”乳业专家宋亮表示。

此外,也有投资者对李子园的产品布局产生质疑。该投资者直言:“在新产品线上,李子园过去几年尝试了各种新品,蹭各种新品类赛道,但直到目前为止,除了甜牛奶外,其他产品一个能打的都没有。所以,公司在新产品探索的道路上,是否可以说是失败的?现在或未来是否会剔除一些没有盈利能力的新产品?与其在新品上浪费时间和精力,是否更应该考虑将甜牛奶这一品类继续做大做强,推出更多甜牛奶系列的口味及产品线?”

李子园方面则是回应,为满足年轻消费群体更丰富的风味需求,在品类、口感上进行创新,在传承



经典“甜牛奶”口味的同时,根据消费者需求的变化不断研发新产品。新产品将进一步增强李子园

品牌竞争力,有利于提高未来经营业绩和盈利能力。

(来源:蓝鲸财经)

## “温氏牧场”鲜牛奶抽检不合格

广州市市场监管局官网显示,在其近期公布的安全监督抽检公告中,39批次样品不合格,其中,1批次标称广东温氏乳业股份有限公司生产的“温氏牧场”鲜牛奶被抽检出菌落总数项目不合格。

2月6日,广东温氏乳业股份有限公司回应称,公司已要求经销商对同一批次的产品下架,对工厂进行检查和排查,并表示在调查结果出来后,市场监管部门对销售门店进行了处罚。

1批次“温氏牧场”鲜牛奶菌落总数项目不合格  
不合格产品信息显示,1批次“温氏牧场”鲜牛奶(规格型号:

250ml/瓶,生产日期2022/4/29)被抽检出菌落总数项目不合格,该批次鲜牛奶标称生产单位或供货单位名称为广东温氏乳业股份有限公司,被抽样单位名称为广州市福满家连锁便利店有限公司翠琳店。

据悉,菌落总数是指示性微生物指标,并非致病菌指标。主要用来评价食品清洁度,反映食品在生产过程中是否符合卫生要求。菌落总数超标说明个别企业可能未按要求严格控制生产加工过程的卫生条件,或者包装容器清洗消毒不到位;还有可能与产品包装密封不严,储运条件控制不当等有关。

广州市市场监督管理局表示,

已要求相关区市场监管部门及时对不合格食品及其生产经营者进行调查处理,责令企业查清产品流向,召回不合格产品,并分析原因进行整改;要求经营单位对不合格食品立即采取下架等措施,控制风险,并依法予以查处。

温氏已要求经销商

对同一批次产品下架

2月6日,广东温氏乳业股份有限公司回应称,公司高度重视食品安全工作,在鲜牛奶生产方面有严格的产品质量管控流程。该负责人表示,关于抽检公告提及的抽检不合格产品,公司收到相关信息后,立即组织人员前往经销商的门店进行处置;要求经销商对同一

批次的产品下架,积极采取召回措施;对工厂进行检查和排查;主动配合市场主管部门调查。在调查结果出来后,市场监管部门对销售门店进行了处罚。

该负责人还表示,本事件发生后,公司对生产运输到门店储存销售等环节进一步进行梳理和完善,加强对经销商的管理,保证产品质量合格,保障消费者的权益。

销售门店被罚5000元

针对温氏乳业相关负责人的回应,记者查询信用中国官网,官网显示,销售门店广州市福满家连锁便利店有限公司翠琳店,确实于2022年9月14日因“其他食品销售违法行为”被广州市荔

湾区市场监督管理局罚款5000元。

处罚信息显示,该门店销售的广东温氏乳业股份有限公司生产的鲜牛奶(生产日期:2022.04.29,规格型号:250ml/瓶),经监督抽检,菌落总数项目不符合GB19645—2010《食品安全国家标准巴氏杀菌乳》要求,检验结论为不合格。该门店对检验报告结论无异议。经查证,其销售的涉案鲜牛奶进货20瓶,进货价格为5.3元/瓶,销售价格为8元/瓶,共销售20瓶,涉案货值金额为160元,违法所得共160元。案发后该门店已采取召回措施,但无法召回。

(据《南方都市报》)

### 国产无菌包装企业强强联合——

# 新巨丰拟近10亿港元收购纷美包装股权

近年来,无菌包装行业国产化替代加速,日前两家国产无菌包装企业进行了强强联合。

1月29日晚,新巨丰公告,拟通过协议转让方式以现金收购JSH Venture Holdings Limited持有的纷美包装3.77亿股股票,约占纷美包装总股份的28.22%。本次交易的收购对价为每股2.65港元,转让价款约9.99亿港元。

交易完成后,新巨丰将成为纷美包装的第一大股东。1月30日上午,纷美包装公告短暂停牌。

无菌包装国产化阵营壮大

资料显示,新巨丰主营业务为无菌包装的研发、生产与销售,而纷美包装是液体食品跨系统无菌包装综合解决方案供应商,产品包括纷美砖、纷美枕、纷美冠等。

据相关统计,利乐、纷美包装、

康美包、新巨丰是国内液态奶无菌包装的四强,2020年市场占有率分别为61.1%、12.0%、11.3%、9.6%。这其中,利乐和康美包为外资公司,纷美包装和新巨丰为内资公司。

财通证券研报指出,新巨丰是伊利的第一大国产无菌包装供应商,而纷美是蒙牛的第一大国产无菌包装供应商,双方有望打通国内排名前二的乳企客户资源。另外,纷美在上游灌装机设备领域亦有布局,有望补齐新巨丰在设备领域的短板,也为国产灌装机突破利乐在中高端市场的垄断提供了机遇。

目前,新巨丰主要产品为瓶型无菌包装,建立了“枕包”“砖包”“钻石包”“金属包”的多元化产品体系,其中“枕包”为公司的主要产品。纷美包装的包装产品除“枕包”外,“砖包”“钻石包”“金属包”的产品规格

和类型比新巨丰更丰富。同时,新巨丰目前尚未涉及纷美包装从事的灌装机、配件、技术服务等包装及灌装解决方案业务,纷美包装在海外市场有一定布局。

新巨丰表示,通过本次参股投资,双方有望在产品、研发、销售、市场等方面开展合作,对推进公司完善产品种类和市场布局有一定积极作用。

业绩方面,新巨丰公告,按照2021年12月31日经审计财务数据计算,纷美包装实现归母净利润2.85亿元,其中28.22%股权对应净利润8041万元,据此测算将给公司贡献一定利润。此前,新巨丰披露,前三季度营收约11.22亿元,同比增长30.13%;净利润约1.22亿元,同比增长3.98%。

加速提升产能

据了解,无菌包装市场集中度

较高,竞争对手相对较少,此前我国无菌包装行业被利乐、SIG等外资占据主导。利乐与SIG通过“无菌灌装线(含售后技术服务)+无菌纸包装”捆绑提供的销售策略,国内外无菌灌装市场中利乐、SIG形成双寡头垄断。

2016年,国家工商行政管理总局发布针对利乐的行政处罚书,认为利乐利用其在中国大陆液体食品纸基无菌灌装设备市场、纸基无菌包装材料市场的支配地位,实施的没有正当理由的搭售、限定交易,以及排除、限制竞争的忠诚折扣行为属于《反垄断法》所规定的滥用市场支配地位行为,责令其停止搭售包材等相关违法行为并处以罚款。利乐的市场垄断地位被打破。

随着反垄断法颁布及行业寡头利乐公司被反垄断处罚,国内无

菌包装行业进口替代加速。目前,包括伊利、蒙牛在内的下游主要乳企对于无菌包装行业进口替代的需求具有明确的认识和战略规划,无菌包装行业国内厂商的市场份额逐步提升。

在此背景下,新巨丰持续扩充产能,据此前披露,2022年底产能有望达到180亿包,募投项目包括50亿包无菌包装材料扩产及50亿包新兴无菌包装材料生产。

财通证券指出,据IMARC数据,预计2022—2027年将保持较快增长,2027年全球无菌包装市场规模有望达到879亿美元,复合年均增长率将达到10.15%。我国无菌包装市场需求稳定,2022年需求量有望达到1118亿包。随着消费和经济复苏,市场需求增长率有望进一步提升。

(据《证券时报》)

### 公司新闻

#### 麦趣尔取消公司章程修订

2月6日,麦趣尔董事会会议决定取消原定于2月15日召开的临时股东大会,并取消对公司章程的修订。

1月31日,麦趣尔董事会通过公司章程修改议案,其中多处提及“恶意收购”字眼,如规定“在发生公司恶意收购的情况下,收购方及其一致行动人提名的非独立董事候选人应当具有至少十年与公司主营业务相同的业务管理经验”,“在恶意收购的情况下,新改组或换届的董事会成员应至少有2/3的原非独立董事成员继续留任”等。

同日,深交所下发关注函,要求麦趣尔详细说明修改公司章程的原因及公司是否已出现控制权争夺的风险,并说明章程中的部分规定是否存在不当限制股东权利的情形等。

麦趣尔2月3日回复关注函称,由于与华融华侨资产管理股份有限公司债务合同纠纷,公司控股股东麦趣尔集团被轮候冻结或冻结持有的麦趣尔34.03%股份,该案件目前处于执行阶段,其中即将在2月20日拍卖的20421815股不会导致控制权变化,目前暂不存在控制权争夺的风险。如果因其他债权债务进一步导致控股股东持有的麦趣尔股份被执行,不排除公司控制权发生变更的风险。公司将尽快召开董事会审议取消对公司章程的修改。

(郭铁)

#### 三元股份净利降超八成

2023年2月1日,三元股份披露业绩公告称,公司预计2022年度实现营业收入80.6亿元左右。扣除首次畜牧及SPV(卢森堡)收入后,公司2022年度主营业务(乳制品及冰淇淋)收入同比增长。

但与此同时,公司年度实现归母净利润为2900万元到4100万元,同比减少83%到88%,降幅超八成,若与上年同期(追溯调整数据)相比,同比减少86%到90%。

对此,三元股份表示,公司于2022年1月合并首次畜牧,但受豆粕、玉米、苜蓿等饲料价格大幅上涨因素影响,养殖成本周期性上涨,导致畜牧板块利润同比大幅下降;另外,公司乳制品业务及投资板块餐饮业务受环境影响较大,导致利润同比下降。对三元股份来说,更为雪上加霜的是,由于公司参股企业正在进行品牌及商誉减值测试,存在减值可能,可能导致公司2022年度归母净利润在前述基础上减少不超过2亿元,可能致使公司2022年度亏损。

(潘瑞冬)

#### 光明乳业拟收购米特利农业公司50.5%股权

近日,光明乳业发布公告,董事会审议通过《关于光明乳业收购米特利公司50.5%股权的议案》,同意公司下属子公司光明牧业有限公司以折合352.10万元的价格收购Raniriox Limited持有的双城米特利农业发展有限公司50.5%的股权。

据悉,光明乳业在国内共有规模牧场25个。此前,光明乳业收购了新西兰排名第三的乳品原料供应商新莱特Synlait Milk Limited公司。

双城米特利农业发展有限公司是一家中国和以色列共同合作,以养殖奶牛为主的企业。公司业务包括奶牛养殖;养殖场的设计、施工、维护、管理和运营;粮食、蔬菜种植;销售自产产品并提供相关服务。公司占地面积为20万平方米,可饲养奶牛3200头。

(中国奶业协会)