存货攀升业绩下滑——

飞鹤押宝成人奶粉继续“高端化”?

□张婷 杨春霞

近期,中国飞鹤披露2022年年报,年报显示,中国飞鹤2022年营业总收入为213.11亿元,同比下降6.43%;净利润为49.48亿元,同比减少28.45%,营收、净利润双降。

而据记者梳理,2019年—2021年,中国飞鹤的营收和净利润增速均保持20%以上,其中2019年和2020年营收增速分别为32%和35.49%。也就是说,自2019年在港股上市后,业绩一直保持高速增长的中国飞鹤首次遭遇“滑铁卢”。

需要提及的是,在业绩下滑的同时,飞鹤也一直在积极寻求第二增长曲线,在2022年年底,提出要发力成人奶粉,并发布了两款全新的成人奶粉产品——爱本牛初乳奶粉和爱本植物甾醇酯奶粉,市场价格为348元/616g,高出伊利、蒙牛等一众成人奶粉产品数百元。

业绩下滑、存货攀升

公开资料显示,中国飞鹤的产品主要分为婴幼儿配方奶粉产品、其他乳制品以及营养补充品,其中婴幼儿配方奶粉一直是其营收贡献主力,每年占营收比例均超90%。

而婴幼儿配方奶粉又分为超高端产品、高端产品以及普通产品,其中超高端产品包括2015年打造的“星飞帆”系列以及2017年打造的“臻稚有机”系列;高端奶粉产品有“臻爱倍护”、“臻爱飞帆”系列,普通奶粉产品有“星阶倍护”、“飞帆”系列。

从近几年财报数据来看,超高端产品和高端产品贡献了飞鹤70%以上的收入,2021年甚至高达89%。2019年至2021年,包括超高端在内的高端奶粉产品收入分别为94.11亿元、135亿元及203.6亿元,其中明星产品“星飞帆”系列的收入从2016年的7.1亿元到2018年51.08亿元,2021年继续增长至110亿元。2022年公司未披露“星飞帆”系列的具体销售数据。

而反映在业绩上,2016年—2021年,中国飞鹤的营收增长了6.12倍至227.6亿元,净利润增长了17倍至69.15亿元。且受益于业绩的增长,中国飞鹤在资本市场也迎来了高光时刻,股价从上市之初的7.5港元/股一度涨至25港元/股,市值达2267亿港元。不过,截至今年4月20日,其股价已跌回5.63港元/股。

在高端产品上尝到了甜头,中国飞鹤一直在更新超高端系列,从2020年的“妙舒欢”“淳芮有机”到2021年的“星飞帆卓睿”,再到2022年的“星飞帆卓耀”和“星飞帆卓舒”等,高端化定位持续,产品价格也一直居高不下。

但是频繁推出高端新品也无法改变其向下的业绩。2022年,中国飞鹤婴幼儿配方奶粉收入同比下滑了7.4%,带动中国飞鹤整体营收同比减少了6.43%,净利润也同比减少了28.45%。飞鹤在年报中称业绩下滑主要是因为“内地出生率降低、行业竞争的不断加剧以及采取的一系列去库存措施”。

记者注意到,早在2021年中国飞鹤的业绩颓势就已经显现。据年报披露,2021年中国飞鹤的营收增速为22.50%,而净利润规模同比减少7.0%,归母净利润同比减少7.61%,而此前三年中国飞鹤的归母净利润一直保持着超75%的增长率,2018年更是高达93.26%。

而毛利率方面,飞鹤的整体毛利率在经过从2016年的54.6%上涨至2022年的72.5%以后,2021年下降至70.28%,2022年继续下降至65.5%。

有意思的是,2021年和2022年,中国飞鹤的销售成本持续在增加,其中2021年和2022年销售成本分别为67.69亿元和73.60亿元,同比增速分别为32.41%和8.73%。而另一组数据是,中国飞鹤的存货由2019年的6.86亿元,增加至2021年的17.22亿元,2022年继续攀升至19.94亿元。而存货周转天数则是从2019年的58.93天,到2020年已经上升至69.83天,2022年继续上升到90.88天。

加码成人奶粉

事实上,面对近几年的行业趋势变化,主攻婴幼儿奶粉的中国飞鹤也在升级和调整,不断寻求“第二增长曲线”,并在2022年上半年业绩预警报告中首次提及“中国60岁以上人口超过2.64亿元,成人奶粉市场空间巨大”,释放出要发力成人奶粉的信号。

2022年8月,冷友斌在做客央广网《中上协会客厅》时介绍,飞鹤现阶段生产0—12岁的奶粉,未来要做成人的功能性配方奶粉,做到100岁,覆盖人的全生命周期。直到2022年年底,中国飞鹤进一步发力成人奶粉。

据公开报道,2022年12月19日,飞鹤旗下成人营养品牌爱本发布了两款全新产品——爱本牛初乳奶粉和爱本植物甾醇酯奶粉,而官网显示,在此之前飞鹤旗下成人奶粉产品还有经典爱本(2021年上市)和经典1962(2016年上市)。

根据京东商城信息,经典1962、经典爱本价格分别为108元/800g、164元/800g,而2022年12月新上市的两款爱本产品价格为348元/616g,统一换算成800g的价格为452元,价格要比此前的产品高出344元和288元。

不仅如此,与同行相比,飞鹤的成人奶粉价格也位居前列。据记者了解,我国“成人奶粉”市场上主要有伊利、蒙牛、渥康、君乐宝、美可卓、贝兰多、认养一头牛、哈纳斯乳业、胶美润、佳贝艾特(澳优)、雀巢以及飞鹤等。

记者通过天猫平台以及大润发商超发现,佳贝艾特“葆护”价格为169元/800g,雀巢怡养健心中老年奶粉153元/800g,君乐宝“乐钙”63元/700g,而伊利欣活中老年多维高钙配方奶粉88.7元/900g,光明高钙多维奶粉800g价格为79元,蒙牛铂金装中老年奶粉价格更是低至70元/800g,远低于飞鹤旗下新上市的两款爱本成人奶粉。

■资料图片

在婴幼儿配方奶粉领域,中国飞鹤董事长冷友斌曾直言“消费者的认知是好的就是贵的”。而从飞鹤成人奶粉价格来看,飞鹤在成人奶粉领域仍在贯彻这一认知理念,似有复制其婴幼儿配方奶粉的“高端化”道路之意。不过,目前这一道路能否行得通尚未可知。

从市场占有率来看,中国飞鹤现阶段并不具备优势。据公开报道,在成人奶粉市场,伊利的市占率长期位列行业第一,2021年市占率为16.3%;君乐宝则以市占率7.3%位居第二;而蒙牛在2021年该份额为2.7%,位居第三。

2022年年报显示,中国飞鹤包括成人奶粉在内的其他乳制品营收为11.53亿元,在公司整体营收中仅占5.4%。

针对2022年业绩下滑、存货周转天数继续攀升,以及旗下成人奶粉价格是否要复制婴幼儿配方奶粉“高端化”道路,记者致函中国飞鹤,截至发稿,对方未予以回应。

婴配奶粉能靠HMOs在“红海”市场中杀出重围吗?

□张鑫

在婴幼儿配方奶粉“新国标”正式实施的大背景下,乳企都在加速升级以巩固市场。记者4月22日发现,目前母乳低聚糖(HMOs)以及相关产品的研发成了国内已呈现“红海”态势的婴配奶粉市场的新增长点。而HMOs暂时还没有在国内获批,市场也在关注国内该物质在法规方面的突破。

近期有消费者选择婴幼儿配方奶粉不难发现,如今多家奶粉品牌都把一种名叫“HMOs”的成分标在了介绍中最明显的位置。有的品牌甚至还在产品介绍中挂出含有多种HMOs的标签。记者了解到,HMOs是母乳低聚糖物质的统称缩写,而母乳低聚糖是母乳中第三丰富的营养成分,仅次于乳糖和脂肪。在近些年的研究中,该物质被认为对婴幼儿具有调节免疫,帮助大脑发育及调节肠道菌群等功能。

“在未来的中国婴配粉市场,HMOs将是创新的风口。”惠氏营养品大中华大区总裁闵慧琳在4月22日举办的母婴营养高峰论坛上对记者表示。这一观点似乎也得到业界的认可。作为已成存量市场婴配奶粉的新增长点,不少企业早已开始布局HMOs的市场。据记者不完全统计,目前,惠氏、雀巢、爱他美、合生元、美赞臣均有婴配产品标称含有HMOs。而HMOs原料生产在国内也有多家企业正在布局。据不完全统计,约有20家厂商能生产HMOs原料。上个月,一兮生物位于安黄山市太平经济开发区建立的HMOs产线正式交付。其一期设计HMOs满产产能可达3000吨/年。

虽然婴幼儿奶粉市场对这一“新物种”充满期待,但是HMOs在我国按照食品添加剂管理,截至目前暂未获批。由于HMOs早已于2015年在部分国家获批,国内在售的HMOs奶粉大多是通过“海淘”“跨境购”等方式进入市场。

不过,随着今年2月22日,奶粉新国标正式实施。新国标要求只有通过新国标配方注册的奶粉产品,才能在中国境内出售。这也让不少奶粉企业为了能在普通市场靠HMOs技术异军突起,而在研发和标准上下大力度。如三元宣布在HMOs模拟与应用等方面取得了一定成果;飞鹤发布了首个HMOs检测团标;中国食品科学技术学会启动《HMOs的科学共识》的组织起草工作等。惠氏更是靠在其专利的提取技术,以牛奶的乳清滤出液为原料过滤出的低聚糖中检测出了含有HMOs的一种——3′SL,并把这种技术使用在了其已经通过了新国标注册的产品启赋蕴淳中,让该婴配奶粉先享受到了新国标和HMOs的双重红利。

市场分析人士认为,这些都是在为HMOs在国内获批后,不论是企业还是行业能更快享受到HMOs带来的新增长点而做前期布局。这一天或就快到来。

事实上,HMOs早在2016年就以营养强化剂作为申报,并获得了受理。记者了解到,2021年以来国家又受理了多款HMOs,包括三款“2′-岩藻糖基乳糖(2′-FL)”和一款“乳糖-N-新四糖(LNnT)”的作为食品原料申请。今年2月10日,国家食品安全风险评估中心再次发布2′-FL食品添加剂新品质的征求意见,这是自2016年以来第5次面向公众的征求意见。有分析认为,2′-FL今年或将在法规方面有所突破。

庄园牧场2022年净利润增长13.85%

庄园牧场4月21日发布年报,2022年,公司实现营业收入10.5亿元,同比增长2.78%;净利润6094.87万元,同比增长13.85%;拟10派0.62元。

年报披露,截至2022年末,公司分别在甘肃和陕西拥有运营中的标准化奶牛养殖场共7座,存栏奶牛数量同比提高16.10%。通过牧场事业部不断优化牛群结构、提高牧场精细化管理水平,使得高产奶牛的比例进一步得到提升,公司自有牧场原奶供给率超过70%。

2022年,公司还着力推动甘肃兰州、青海西宁和陕西西安及其周边城市渠道的纵深发展,积极拓展和巩固从省城到地级市,再到县级市,最后覆盖到乡镇村的销售渠道网络。年报显示,甘肃市场的总营收占比为58.08%,陕西市场为17.94%,青海市场为4.84%。

为了促进公司低温冷链产品的配送效率,尽可能提高产品的“新鲜度”,巩固和进一步构建公司产品的差异化竞争优势,公司已在兰州市场建立社区新鲜奶亭、送奶到户体系和自助售奶机等自有封闭渠道;东方乳业着力拓展和巩固送奶到户体系,为终端客户直接供应优质冷链产品。

此外,为进一步提升A股平台的整体运营能力,保障公司和股东利益,公司在2022年完成了H股私有化,已成功从香港联交所退市。

公司表示,2023年将继续在奶源建设、销售渠道拓展、加强研发等方面发力,并将依托全产业链安全可控的供应链优势,加大线上销售投入,加强线上电商运营能力,加码互联网销售渠道的建设与布局。

(据《上海证券报》)

天润乳业拟3.26亿收购新农乳业

——加速全国化布局疆外收入占比超四成

■资料图片

在交出一份亮眼的业绩报告后,天润乳业选择并购再扩张。

近日,天润乳业发布公告,公司拟以3.26亿元现金收购新疆塔里木农业综合开发股份有限公司(以下简称“新农开发”)、阿拉尔市沙河镇建融国有资产投资经营有限责任公司(以下简称“沙河建融”)合计持有的阿拉尔新农乳业有限责任公司(以下简称“新农乳业”)100%的股权。

在天润乳业看来,通过本次收购疆内优质乳业资源,将提升公司自有奶源比例和乳制品加工产能保障,有利于扩大疆外市场占有率。

作为一家区域型中小乳企,近年来天润乳业业绩稳健增长,自2018年净利润首次破亿以来,已连续5年破亿。与此同时,公司一直努力进行全国化布局,疆内外市场发展齐头并进,实现销售市场新突破。

财报显示,2022年,天润乳业实现营业收入24.1亿元,同比增长14.25%,实现净利润1.97亿元,同比增长31.33%。其中,疆内与疆外分别实现营收13.68亿元、10.34亿元,同比分别增加6.24%和26.93%,占总营收比例分别为56.78%、42.90%。

拟3.26亿收购新农乳业

日前,新疆乳业龙头天润乳业发布公告,公司拟现金收购新农开发、沙河建融合计持有的新农乳业100%的股权。交易价格以评估值为准,为3.26亿元。

财务数据显示,截至2022年末,新农乳业净资产为1.83亿元。2021年—2022年,新农乳业营业收入分别为3.23亿元、3.06亿元;净利润分别实现2923.41万元、2938.59万元。

对天润乳业而言,本次收购有利于提升公司自有奶源比例和乳制品加工产能保障,在巩固疆内行业优势地位的基础上,扩大疆外市场占有率,进一步做大做强乳制品业务。

记者注意到,新农乳业拥有8个自有及租赁牧场,奶牛存栏量约为1.2万头,年产鲜牛乳约为3.6万吨,其中有机奶约占30%。

在完成收购后天润乳业将如何布局未来?目前来看,天润乳业拥有天澳牧业、沙湾天润、天润烽火台、天润沙河、天润北亭、芳草天润、巴楚天润七家奶牛养殖企业,共计18个牧场,原奶自给率接近65%。

公司在2022年完成了沙湾盖瑞、天润唐王城两个液态奶生产基地的建设和投产,并计划在2023年建成巴楚天润、芳草天润两个牧场项目。

同时,公司还计划在2024年建成天澳牧业、沙湾盖瑞、天润唐王城三个干酪项目,并在2025年建成花园口项目,可以看到天润乳业正在加快产能扩张和技术创新。

另一方面,行业人士分析,天润乳业还将利用收购新农乳业带来的机会,在疆外市场实现突破和增长,通过与当地优质渠道合作,扩大产品的覆盖面和销售量。

疆外增速亮眼

公开资料显示,天润乳业成立于2002年,于2013年在上交所上市。公司是新疆乳品行业液态奶产销量最大的企业、中国奶业20强企业联盟成员单位、国家农业产业化重点龙头企业、高新技术企业。

2022年,天润乳业业绩实现稳定增长,实现营业收入24.1亿元,同比增长14.25%,实现净利润1.97亿元,同比增长31.33%。同时,拟向全体股东每10股派发现金红利1.87元(含税)。

往前来看,自2018年到2020年间,天润乳业的营收增速持续有下滑,从17.9%下滑至11.08%,再下探至8.67%,直到2021年才恢复到19.32%的水平。

今年一季度,天润乳业实现营收、净利双增,公司营业收入6.31亿元,同比增长16.26%;归母净利润5497.95万元,同比增长55.58%。在财报中,天润乳业将利润上涨归因于公司产品销量增加、品相结构调整以及外购原料奶价格下降。

分渠道来看,今年一季度,疆外市场为天润乳业贡献了较大增量。具体看来,天润乳业在疆内、疆外市场的销售额分别为3.74亿元、2.56亿元,同比分别增长8.1%、30.2%。

目前,疆内市场仍是天润乳业的“大本营”,公司在巩固新疆市场大本营的同时,也在稳步拓展疆外市场。一季度疆内营收占比达59.27%;天润乳业也在持续提升疆外市场占有率,疆外市场营收占比为40.57%。

产能方面来看,2022年10月,天润乳业在疆外布局的天润齐源15万吨乳制品加工项目正式开建,并计划于2023年四季度投入试运营,疆外建厂将为公司全国化扩张打下基础。

(据《长江商报》)

公司新闻

君乐宝计划投30亿元建华南液态奶基地项目

4月24日,君乐宝乳业集团在广东江门宣布,与江门市人民政府、蓬江区人民政府签署投资战略合作协议,计划投资30亿元建设华南液态奶基地项目。

据了解,自2023年1月江门与君乐宝乳业集团开展对接以来,双方多次互动,最终君乐宝乳业集团选择在江门建设华南液态奶基地项目,并将在江门投资建设学生奶生产线,供应广东、广西、湖南、江西、福建、海南6省。项目拟投资总额30亿元,将建设液态奶生产基地、奶源基地、乳制品研发机构、乳业科普基地、工业旅游中心和区域销售中心,计划7月动工,2024年年底投产,主要生产鲜奶、酸奶、乳饮料、学生奶四大类产品。

江门市有关负责人表示,江门工业立市、制造强市不动摇,食品等产业发展势头强劲,今年全市正向超千亿工业投资进军。这次成功“牵手”君乐宝乳业集团,是近年来食品产业链招商的一大突破。

(程行欢)

三元股份拟转让首农畜牧27%股权

三元股份4月20日晚间发布公告称,北京三元食品股份有限公司(简称“公司”、“三元股份”)拟非公开协议转让北京首农畜牧发展有限公司(简称“首农畜牧”)27%股权(简称“标的股权”)至关联方北京三元种业科技股份有限公司(简称“三元种业”)。同时,三元种业拟向首农畜牧增资60,000万元。本次交易完成后,公司持有首农畜牧股权比例将由51.00%变更为约19.26%,三元种业持有首农畜牧股权比例将由49.00%变更为约80.74%。本次交易完成后,公司将不再对首农畜牧合并报表。根据天圆开出具的《北京三元食品股份有限公司拟转让北京首农畜牧发展有限公司股权涉及的北京首农畜牧发展有限公司股东全部权益价值项目资产评估报告》及《北京三元种业科技股份有限公司拟对北京首农畜牧发展有限公司增资涉及的北京首农畜牧发展有限公司股东全部权益价值项目资产评估报告》,截至评估基准日2022年12月31日,首农畜牧净资产账面价值约21.78亿元,本次评估采用资产基础法评估股东全部权益价值为约24.36亿元,评估增值约2.58亿元,增值率11.82%。

2021年1至12月份,三元股份的营业收入构成为:乳业占比98.73%。

(王晓波)