产业公司

花花牛再谈上市,"河南乳业航母"何日建成?

河南区域乳企河南花花牛乳业集团 股份有限公司(以下简称:花花牛)进入 新的发展阶段,即国资时代。

今年,国资系股东对花花牛持股比 例进一步提升,记者了解到或已达到控 股级别。近日,花花牛董事会也相应进 行改组,董事长由关晓彦变更为国资系 唐洪峰

国资系话语权增强后,花花牛再谈 上市,计划3至5年主板上市。花花牛能 否从科迪乳业手中接棒,成为下一个河 南上市乳企?

或为纾困

关晓彦时代落幕,花花牛进入国资 时代。

1994年,"花花牛"品牌诞生,前身 可追溯至郑州种畜场。花花牛发展过程 中几经坎坷,尤其是2008年三聚氰胺事 件,花花牛产品虽未检出问题,但是由于 和三鹿合资,产品带有三鹿标志,一时间 无人问津,受到严重挫折。

花花牛危急存亡之秋,关晓彦参与了 花花牛重组和改制,及时挽救了"花花牛" 品牌。2018年,通过战略规划,正式成立 河南花花牛乳业集团股份有限公司。

如今,花花牛再度变革,国资系成为 第一大股东。

今年3月,安徽景林弘尚投资管理 有限公司将持有的花花牛26%股权进行 转让。4月中旬,这26%的股权被河南 省农业综合开发有限公司(以下简称:农 开公司)以2.05亿元购下。

从直接持股情况来看,花花牛第一 大股东变为农开公司,而农开公司是由 河南省财政厅100%持股,国资系股东持 股比例大幅上升。

花花牛其他股东中西藏裕腾企业管 理有限公司、河南花花牛实业集团有限 公司(以下简称:花花牛实业)均为国资 系,中央企业贫困地区河南产业投资基 金(有限合伙)也有河南省财政厅身影。

据不完全统计,国资系直接与间接 持股比例已超过40%,国资系股东话语 权加强。

此次国资系进入花花牛意欲何为? 记者致电花花牛,并发送采访提纲,截至 发稿并未收到回复。"其实直接加间接持 股应该已经超过50%,也就是控股了。 这次股权转让其实是花花牛原来大股东 债务崩盘,不得不出手,政府也是不得不 出手接盘,否则企业就死掉了。"有知情 人士向记者表示。

截至2023年2月28日,花花牛资产 总计28.73亿元,负债总计21.09亿元,资 产负债率超70%。

70%的资产负债率已经超过大部分 乳制品企业。"70%左右的资产负债率对 于企业来说压力很大,甚至可以说是一 个不健康的状态,这样的情况下具有经 营风险、偿债风险和法律风险。"有财务 人士向记者指出。

近日,花花牛新一届董事会成立并 召开中高层以上领导干部会议。此次会

议上,农开公司对成为花花牛第一大股 东的背景略有交代。

农开公司总经理张淑杰表示,去年以 来,受疫情冲击、市场竞争等多重压力影 响,花花牛发展遇到困难,河南省委、省政 府和省国资委安排农开公司扶持救助。

"今年3月,河南省省委、省政府整 合农开公司、郑州粮食批发市场、河南粮 投集团等省属农业企业,组建了河南农 业投资集团,也为花花牛带来更多的曙 光。农开公司作为省属企业,通过股权 收购成为了花花牛的第一大股东。"张淑 杰强调。

股权变更,董事长也随之换人。 此次会议上,曾经拯救花花牛于水 火的关晓彦不再担任董事长一职,该公 司董事会决议选举唐洪峰为花花牛董事 长。从履历来看,唐洪峰2016年成为花 花牛实业法定代表人,花花牛实业由农 开公司100%持股,即唐洪峰为国资系。

张淑杰介绍,唐洪峰长期在畜牧领 域工作,对河南省乃至全国乳业市场发 展有着深入的研究和丰富的实践经验, 并一直担任着花花牛董事。

上市路迢迢

按照张淑杰会上发言,此次国资注 入一方面是帮扶,另一方面则是河南对 奶业的重视,希望乳业再出现一个上市

张淑杰表示,力争花花牛3至5年内 实现主板上市,全力打造河南乳业航母,

稳步进军国内奶业十强。

河南省也曾有过乳业上市公司,即 科迪乳业。科迪乳业曾经喊出打造"中 部奶业航母"的口号,但是"航母"还没建

在大股东资金占用、财务造假、资金 链断裂等多重负面因素影响下,科迪乳 业终止上市,随后又被债权人申请破产 重整。

有曾经参与科迪集团破产重整的人 士向记者表示,"其实商丘这边上市公司 很少,所以政府是很想保住科迪乳业这 个上市公司,毕竟科迪乳业退市会对商 丘的营商环境、奶农、民生等方面造成影 响。政府也和多方面进行了沟通,但是 公司情况摆在那里,还是没有保住。后 来就有国有平台商发投过来出资将科迪 乳业的主债务解决。"

科迪乳业正在重新起航的途中,一 直喊着要上市的花花牛成为河南省新的 乳业上市标的。

2018年,花花牛向上市迈出第一 步,进行上市辅导,辅导持续到2021 年。辅导期间,保荐机构发现花花牛存 在持有河南舞钢农村商业银行股份有限 公司(以下简称:舞钢银行)部分股份的 问题,保荐机构中信建投与其他中介机 构要求花花牛尽快将持有的这部分股权 全部出售。彼时辅导文件显示花花牛正 进行上述股权的处置工作,将尽快将股 权转让给无关联第三方。

不过,天眼查显示,截至目前,花花



牛仍是舞钢银行股东,持股比例未公开。

想要成为上市公司,财务指标是否 健康、可持续尤为重要。该公司并未披 露具体数据,只是曾定下2021年争创24 亿元整体营销目标。不过,河南当地媒 体报道,花花牛2020年实现集团总体销 售额22亿元。

如数据真实,体量上来看花花牛是 一个标准的区域乳制品企业。

花花牛盈利水平如何? 此前股权转 让事项也揭开花花牛利润情况的冰山一 角。今年2月,该公司营业收入2.58亿 元,净利润-2344.49万元。

"花花牛在当地知名度很高,深扎当 地市场。"独立乳业分析师宋亮表示,"近 两年乳业都面临一些困难,成本的难题 确实给企业造成不小的影响,亏损也较 为常见。尤其是花花牛这类区域性乳 业,产品主打性价比,但是这类型产品受 成本波动的影响就会很明显,与蒙牛、伊 利可以升级做高端不同。

上市口号易喊,执行不易。即便有 国资撑腰,花花牛也需先自省查缺补漏, 再谈上市。 (蓝鲸财经)

甘肃首家乳制品企业获海关总署核准

□蒋凌

6月9日,记者从兰州海关获悉, 日前,甘肃省甘南藏族自治州燎原乳 业有限责任公司生产的"燎原"牦牛 奶粉商标权知识产权海关保护备案 申请获得海关总署核准,这是甘肃省 首家乳制品企业产品知识产权海关 保护备案获得海关总署核准。

"我们公司是甘肃省'中华老字

号'企业,生产的'燎原'品牌牦牛奶 粉种类多达 9 个系列 40 多个单品。 公司产品持续拓展出口市场,海关指 派专人从准备申请资料、系统注册到 申请备案商标权等各环节给予专业 指导。此次通过海关知识产权保护 备案核准,我们的产品将更具市场竞 争力。"甘南藏族自治州燎原乳业有 限责任公司经理马强说。为支持甘 肃省企业自主品牌商标"走出去",兰

州海关所属金城海关认真履行知识 产权海关保护职责,主动与出口产品 权利人搭建联系配合渠道,结合民营 企业特点,提供个性化指导与服务。 加强与市场监督管理局联系配合,签 订知识产权保护合作备忘录,建立知 识产权保护合作沟通机制,建立涵盖 342 种商品的"重点品牌保护名录", 持续开展风险分析。

同时,该关完善品牌培育机制,

加强高原民族地区特色企业品牌培 育,"一企一策"指导企业申请知识 产权海关保护备案,助力2种商品首 次出口,12种商品出口拓展至14个 国家和地区。发挥关区知识产权保 护专家组专业优势,运用各类媒体开 展知识产权海关保护宣传教育,及时 将知识产权相关政策送到企业工厂

一线,增强企业对知识产权保护意 识,提升品牌竞争力。"我们针对120

家企业开展知识产权保护工作一对 一宣讲,培训企业骨干 150 余人,为 重点企业提供个性化服务。特别是 针对出口产品存在侵权风险的,提醒 企业在签订合同时注意防范法律风 险,维护企业合法权益。下一步,我 们将继续推动辖区企业开展知识产 权海关保护工作,着力优化口岸营商 环境。"金城海关监管科科长马琳 说。

并购式扩张策略收缩——

新希望乳业如何完成新五年目标?



□郭铁

新希望乳业确定未来增长来源 以内生增长为主。

新希望乳业近期发布进入百亿 营收阵营后的最新五年战略目标,在 未来五年推动规模复合年均双位数 增长、净利率翻一番,将低温鲜奶和 特色酸奶作为重点品类。与2021年 发布的五年战略规划不同,新希望乳 业此次明确"内生为主,并购为辅"的 增长策略,其内生增长从何而来成为 最大看点。

过去二十年,新希望乳业依靠三 轮并购完成全国主要市场的布局。 有机构分析称,新希望乳业上市初期 估值相对偏高,投资者把注意力放在 并购对股价的催化上。新希望乳业 董事长席刚也在5月31日举行的股 东大会上坦言,过去并购一直是驱动 新希望乳业增长的主要动力,未来五 年要做调整转变。

提出新五年战略规划

5月31日,新希望乳业召开2023 年投资者大会,对"2023—2027年战 略规划"进行详细解读。新希望乳业 未来五年将继续以"鲜立方战略"为

核心,推动规模复合年均双位数增 长、净利率实现翻一番,新品年复合 增长率大于10%,负债率降低10个百 分点。具体而言,在做强低温方面, 新希望乳业将低温鲜奶和特色酸奶 作为重点品类,推动以"24小时"系列 产品为代表的高品质鲜奶产品未来 五年复合年均增长率不低于20%。 在渠道上,2027年D2C(直接面向消 费者)业务规模占比达到30%。

新希望乳业并非首次发布战略 规划。早在2020年底发布限制性股 票激励计划时,新希望乳业就确立了 "三年倍增计划",即2023年底合并营 收和净利润增长率相比2020年不低 于95%。彼时以2020年财报数据计 算,到2023年,新希望乳业将成为继 伊利、蒙牛、光明之后的第四家"百亿 级"液奶乳企。

2021年5月,新希望乳业在"三 年倍增计划"基础上发布"2021— 2025年战略规划",提出"三年倍增、 五年进入全球乳业领先行列"的战略 目标。华创证券总裁助理兼研究所 所长、大消费组组长董广阳当时分析 认为,新希望乳业"三年倍增"目标背 后有全国性的布局考虑。

就业绩表现而言,新希望乳业已

在2022年提前进入百亿营收阵营,营 收为100.06亿元,同比增长11.59%; 净利润为 3.62 亿元,同比增长 15.77%。2023年一季度,新希望乳业 营收增长8.84%至25.21亿元,净利润 增长40.56%至6108.15万元。新希望 乳业曾在今年4月26日接受投资者调 研时表示,2023年将挑战收入、净利润 双位数增长,并实现净利率显著提升。

并购式扩张策略转变

与上一个五年战略规划不同,新 希望乳业将新目标的实现押在"内生 增长"之上,延续近二十年的并购式 扩张策略被明确摆在次要位置。

"新希望乳业过去是靠并购一点 点发展起来的,并购一直是驱动新希 望乳业增长的主要动力。我认为,在 未来五年,我们要做一些调整和转 变,坚持内生增长为主,并购为辅。" 新希望乳业董事长席刚在此次股东 大会上说。而在2021年提出"三年倍 增"目标时,新希望乳业对并购的态 度还是"努力推动内生增长,并探索 合适的并购机会"。

自2002年起,新希望乳业在国内 掀起多轮并购,通过整合或联姻区域 性乳企,实现在全国迅速扩张。目 前,新希望乳业旗下共有15个主要乳 品品牌、16家乳制品加工工厂和13 个自有牧场,包括西南地区的四川乳 业、西昌三牧、昆明雪兰、云南蝶泉、 昆明海子、七彩云,华东地区的杭州 双峰、安徽白帝、苏州双喜、福建澳 牛,华北地区的河北天香、青岛琴牌、 朝日乳业,华中地区的湖南南山,西 北地区的夏进乳业等,并通过入股现 代牧业、澳亚集团等上游奶牛养殖企 业保障奶源供给。在并购整合过程 中,新希望乳业的资产负债率也是水 涨船高,从2018年的63.64%增长至 2022年的71.91%。

结合机构分析可以看到,新希望 乳业以西南为基地市场,通过三轮并 购外延至华东、华中、华北、西北等区 域。首轮并购经验不足,导致子公司 合并报表后利润下滑,经历了十年 "修整期",2006年还因盈利能力较弱 被剥离出新希望六和。此后不断总 结经验,3年实现子公司湖南南山扭 亏,至2020年并购夏进乳业,已被外 界形容为"零磨合"

"新希望乳业成为全国性乳企的 目标及低温战略,从一开始就是明确 的,但直到2010年管理层更迭之前, 都没有很好地贯彻这一目标。究其 原因,新希望乳业'收编'的各区域乳 企以前各自为战,没有在'新希望'品 牌及明星单品的推广上形成合力,这 也是席刚就任后进行的最大改革。" 上海睿农咨询总经理侯军伟此前接 受记者采访时说。

站在二级市场角度,华西证券分 析师寇星认为,新希望乳业的投资逻 辑经历了两个阶段。1999年至2022 年,新希望乳业的一个明显特点是估 值相对偏高,投资者把眼光放在并购 对股价的催化上,忽略了长期价值跟 踪。2022年至今,新希望乳业战略转 为内生增长为主、并购为辅,同时发 布未来五年双位数增长、净利率提升 一倍的规划,"这对投资者和分析师 来讲是很好的投资框架"。

内生增量在哪里?

在明确"内生为主,并购为辅"的 发展战略后,内生增量从何而来,成 为新希望乳业面对的新课题

席刚近期在考察国内外市场时 感受到,全球消费市场预期减弱,消 费者对价格更加敏感。"在乳制品行 业,我们面对两大巨头,市场竞争强 度不断加剧,但新鲜乳品未来有非常 好的成长机会。"除做强低温"鲜、酸" 外,席刚认为,新希望乳业还是以区 域品牌为主,还需进行区域深耕。"过 去新希望乳业的一些强势区域品牌 在成都、昆明、宁夏、山东、青岛等市 场份额做得不错,但在下沉市场仍有 巨大空白点。"

2022年财报显示,新希望乳业低 温产品营收占比超过50%,新品收入 贡献率超过10%。低温鲜奶营收同 比增长超过15%,全国市占率超过

10%。渠道方面,重点城市群销售额 增长超过20%,其中华东、川南城市 群增长50%以上,大湾区城市群增长 超一倍。

不过与华东地区31.55%的营收增 幅相比,新希望乳业2022年在其他主 要区域市场的增速回落,其中西南大本 营的营收增幅从2021年的17.25%降 至 3.06%, 华北地区营收增幅从 21.44%降至-7.77%;西北地区营收在 寰美乳业(夏进乳业)并表后,曾于 2020年、2021年分别增长2055.41%、 105.45%,2022年增速已降至0.47%。

即便在增速不减的华东市场,新 希望乳业将面对伊利、蒙牛、光明等全 国性乳企以及长富、明治等区域或外资 对手。其中伊利股份2022年营收突破 1231亿元,液奶市占率居第一;蒙牛制 定了"五年再创一个蒙牛"的目标,2022 年营收约925.93亿元,旗下"每日鲜语" 居高端鲜奶市场份额第一。

而光明乳业早在2016年就确立 了与新希望乳业类似的"领鲜战略", 并在2021年3月发布"2021—2025年 战略规划",与新希望乳业前期五年 战略规划有诸多相似之处。从业绩 体量来看,光明乳业2022年营收规模 约是新希望乳业的2.8倍,但二者净 利润相当。不过,光明乳业在奶酪、 冷饮、奶粉及海外产业链的布局上领 先于新希望乳业。

值得注意的是,新希望乳业虽有 意放慢并购脚步,却并未停止对外投 资。据席刚透露,过去三年,新希望 乳业投资了现制酸奶品牌"一只酸奶 牛",针对B端茶饮、咖啡市场的乳品 原料品牌"奶寻",投资乳品品牌"达 芬奇"并实现持续盈利。

独立乳业分析师宋亮认为,新希 望乳业2022年业绩之所以实现增长, 一个主要原因在于打通西北和西南 地区的奶源供应,降低了生产成本。 未来势头能否持续,可以看到奶源价 格下行会帮助利润继续向好,疫情加 速了购买方式和渠道调整。横向比 较来看,新希望乳业在巴氏奶企业中 具备应变能力和动销能力的优势。

方特主题乐园将落户 伊利现代智慧健康谷

6月9日,伊利集团与华强方特集团 举行战略合作签约,未来双方在品牌建 设、数字化技术应用、旅游平台互联、产品 服务等方面进行深度合作。当天,呼和浩 特市人民政府与华强方特集团签署战略 合作协议,方特主题乐园将落户位于呼和 浩特市的伊利现代智慧健康谷。

2022年7月,作为内蒙古自治区"十 四五规划"重大项目的伊利现代智慧健康 谷投产,成为全球规模最大的液奶生产基 地和奶粉生产基地,创造了多项全球奶业 之最。伊利现代智慧健康谷的全球智能 制造产业园已入选国家首批工业旅游示 范基地和国家旅游科技示范园。

(郭铁)

河北三元顺利通过 乳制品生产体系检查

近日,由河北省市场监督管理局特食 处、张家口市场局专家组成的检查组对河 北三元婴幼儿配方乳粉、乳制品生产体系 开展了为期4天的检查。

此次检查是在国家提出加强对重点 食品企业监管并发布实施"新版婴幼儿配 方乳粉产品国家标准"、《企业落实食品安 全主体责任监督管理规定》、《婴幼儿配方 乳粉生产许可审查细则(2022版)》等规定 的前提下开展的。

检查组一一核对了企业规章制度、国 家法律法规落实情况;细致检查了生产现 场的卫生、设备设施运行和现场操作等情 况,检查组充分肯定了河北三元的质量管 理工作,认为河北三元较好的履行了食品 安全主体责任,并对食品安全风险防范提 出了更高的要求。

(康博燕)

美团平台北京地区冷饮 销量同比增长近四成

6月9日零售平台美团数据显示,近1 个月北京地区冷饮商品销量快速增长,比 去年同期增长36%。其中,雪糕、冰淇淋 订单量同比增长22%,饮料、汽水订单同 比增长44%。

据统计,今年以来,在美团平台上北 冰洋北京本地销量占比达四成,全国即时 零售订单量与去年同比增长30%。在美 团买菜,冷藏的北冰洋汽水、雪糕、酸奶等 深受北京消费者青睐,"30分钟快送"订单 量比去年同期增长39%。 (秦胜南)