



执掌20年,颜卫彬挥别澳优

郭铁

澳优乳业9月12日发布公告称,颜卫彬辞任公司董事会主席、行政总裁、执行董事等职务,吴少虹辞任执行董事职务。

从2003年创办澳优,到2009年带领企业上市,完成全球化布局;从2015年提出“澳优黄金十年”发展战略,将“佳贝艾特”做成婴幼儿羊奶粉第一品牌,到2021年“联姻”伊利开启澳优新发展阶段,颜卫彬执掌的20年里,澳优完成了一系列蜕变。

颜卫彬辞职后,澳优在伊利带领下将开启怎样的新故事,能否重回高速增长轨道,成为业内关注焦点。

核心人物颜卫彬辞职

澳优董事会主席颜卫彬、执行董事吴少虹9月12日双双辞职,公告称“因决定投入更多时间于其他事物”。

记者注意到,颜卫彬递交辞呈后,尚未公开发表言论。其微信朋友圈最后一条信息还停留在8月19日,当日他参加了澳优锦旗生物旗下益生菌品牌“爱益森”的活动。

此次一同辞职的吴少虹则对媒体发

表了一段“告别信”,称为更好地平衡工作和生活,投入更多时间于其他事物,已正式辞任澳优相关工作。“在澳优工作十几年,我学习和收获了很多……正是因为有你们的支持,澳优才会不断发展壮大。”

尽管已辞去职位,但据澳优2023年半年报,颜卫彬仍持有澳优4.24%的股份,吴少虹持股比例为0.14%。

执掌20年的巨变

作为澳优原管理团队的核心人物,颜卫彬的挥别受到业内关注。

资料显示,2003年9月,颜卫彬参与创办澳优乳业,担任董事长。颜卫彬执掌期间,澳优完成全球化布局,带领澳优登陆港股,将“佳贝艾特”做成婴幼儿羊奶粉第一品牌,完成澳优与伊利股份的“联姻”。

国际化方面,2003年,澳优将乳源锁定在全球“黄金奶源地”之一的澳洲。2009年在港主板上市后,澳优加快全球化布局。2011年,收购荷兰百年乳企海普诺凯集团。2016年,收购澳洲营养品公司Nutrition Care,与新西兰Westland合资建立PNL工厂。2017年,收购澳洲ADP奶粉工厂及Oz Farm品牌,实

现从收奶到生产加工、再到市场分销和品牌建设的全产业链贯通。2022年10月,澳优间接全资附属公司Ausnutria B.V同意收购Dairy Goat Holland B.V.持有的Amalthea Group 50%股份(重组完成后),现金代价约为1840万欧元,进一步筑高羊奶“护城河”。

2015年,颜卫彬提出“澳优黄金十年”战略,逐步从婴幼儿配方奶粉企业过渡到高价值综合营养公司。2018年前后将锦旗生物纳入麾下。2015年—2020年,澳优净利润连续获双位数或三位数增长,营收增速也达到双位数。自2021年起,受人口出生率持续下降、行业竞争激烈、渠道盘整等因素影响,澳优业绩出现一定程度的波动。

与伊利“联姻”,是颜卫彬执掌期间澳优的一次重大事件。2021年10月,伊利以62.45亿港元获得澳优乳业34.33%的股权,成为澳优单一最大股东,创下中国乳企间规模最大的单笔投资并购。颜卫彬曾在2022年接受记者采访时表示,伊利成为澳优新控股股东,澳优在保持企业独立运营的基础上,实现与伊利在全球资源、管理运营经验等方面持续双向赋能。双方在上游奶源布局、研发创新、供应链构建、产品组合、人才培养、国

际化开拓、品牌建设以及终端渠道开发等方面的合作不断深入,协同效应将逐步释放。

伊利全面介入

按照此次公告,自9月12日起,张占强接替颜卫彬出任澳优董事会主席职务,任志强出任澳优行政总裁、执行董事,张志出任澳优执行董事一职,三人均在伊利有多年供职经历。

资料显示,张占强56岁,2007年1月加入伊利实业,自2019年起担任伊利集团总裁助理,此前亦曾担任伊利实业液态奶事业部副总经理以及财务管理部总经理,2022年3月获任澳优非执行董事。

任志强2022年7月加入澳优,为公司中国区首席执行官,全面负责中国区业务战略及经营管理。加入澳优前,任志强曾任伊利股份奶粉事业部副总经理,在伊利实业冷饮事业部、奶粉事业部共工作20多年。

张志2023年1月加入澳优出任首席供应链官,全面负责生产、供应保障及质量管理。加入澳优前,张志曾任伊利实业国际业务部供应链总监,在伊利冷饮事业部、奶粉事业部等部门共工作19



澳优联合创始人颜卫彬

年,在国际化业务、供应链管理、运营管

理等方面具有丰富经验。此外,王炜华辞任澳优董事会秘书、授权代表及法律程序文件代理人职位后,继续担任公司首席合规官。澳优首席财务官王文彬出任董事会秘书。9月12日,独立乳业分析师宋亮对

记者分析认为,从澳优此次的人事变动看,伊利在管理上有意全面介入澳优。“目前伊利的奶粉业务体系及模式已非常成熟,全面介入澳优后,将从供应链、渠道、品牌等环节与澳优全方位打通。总体来说,对当下的澳优会有很大帮助,而提升业绩是新管理团队的首要任务。”

中国民营企业500强全名单揭晓,伊利位列第73位

全国工商联9月12日发布2023中国民营企业500强榜单和《2023中国民营企业500强调研报告》。京东集团、阿里巴巴(中国)有限公司、恒力集团有限公司位居榜单前三位。内蒙古伊利实业股份集团有

限公司作为唯一跻身榜单的乳企,排名位列第73位。

从营业收入来看,民营企业500强入围门槛达275.78亿元,比上年增长12.11亿元;制造业民营企业500强入围门槛达145.16亿

元,比上年增长19.44亿元;服务业民营企业100强入围门槛达314.04亿元,比上年增长12.89亿元。

调研分析报告显示,上榜民营企业整体规模平稳增长,产业结

构持续优化。民营企业500强的营业收入总额39.83万亿元,增长3.94%。第二产业入围企业359家,较上年增加17家。纳税总额达1.25万亿元,占全国税收总额的7.51%。就业总数1097.21万

人,占全国就业人员的1.50%。今年是全国工商联连续组织开展的第25次上规模民营企业调研,共有8961家年营业收入5亿元以上的企业参加。(据《北京日报》)

香飘飘将探索拓宽无糖茶、即饮咖啡等产品品类

王子扬

9月6日,记者了解到,香飘飘食品股份有限公司(简称“香飘飘”)发布投资者关系活动记录表显示,在即饮板块,公司将拓宽产品品类,将在无糖茶、即饮咖啡、电解质功能

性饮料方向进行初步研究与探索。

据了解,冲泡业务与即饮业务是香飘飘的两大支柱业务,今年上半年,香飘飘实现营收11.7亿元,同比增长36.26%。在第二季度,冲泡业务实现销售收入1.67亿元,同比

增长34.24%;即饮业务实现销售收入3.15亿元,同比增长36.98%。其中,果汁茶同比销量有所恢复,瓶装冻柠茶反馈较为积极。

香飘飘表示,期望通过3年左右的时间,提升系统化经营即饮业务的能力。基于战略规划,今

年4月初,公司完成即饮独立团队的组建。从二季度开始,以董事长为核心的销售管理团队开始对即饮业务的渠道建设模式进行探索。

香飘飘也披露了即饮业务产品线的进展。兰芳园冻柠茶方面,公

司加大瓶装冻柠茶的费用投放力度。此外,香飘飘瓶装牛乳茶产品由于推出时间较短,根据前期试销反馈意见,公司决定对产品的包装及口味进行优化升级,预计今年第四季度,新产品将会重新上市并继续进行试销验证。

乳企“掘金”咖啡新赛道



踩和浩特的咖啡店数量正在增加

文/图 本报记者 杨丽霞

首日销量突破542万杯,销售额突破1亿元。当瑞幸咖啡推出的联名咖啡“酱香拿铁”在上市当日闪电般成为爆品的同时,其原料的供应商“宁夏塞尚乳业”也高调现出水面。

近年来,传统液奶产品的增速不断放缓,专业餐饮市场的快速增长,在咖啡、茶饮、烘焙等餐饮领域已经能够频繁看到乳企的身影。随着新一代消费群体的消费理念以及

消费习惯转变,越来越多的乳企重视咖啡这条新赛道。

咖啡消费正热

9月10日下午,在位于内蒙古自治区呼和浩特市大学东路的一家咖啡店里,咖啡店主方军有些忙碌,据他介绍,店里周六周日客流量最高,最受欢迎的咖啡除了手冲咖啡之外,就是卡布奇诺以及拿铁咖啡。“牛奶和咖啡的组合是最常见的,可以做出多种不同的口味,不仅保留了咖啡的香气,又增加了丝滑口感和馥郁奶

香,这让很多喝不惯喝咖啡的人都对咖啡有了新的认识。”

在方军看来,在二三线、四五线城市,甚至更小的城市,喝咖啡的人多了起来。“今年以来咖啡消费市场在快速增长,咖啡正在成为年轻人消费新的增长点。”

美团数据显示,近年来一线、新一线城市仍是咖啡消费主力,但三线城市增速强劲。2022年美团外卖咖啡品类在三线城市的年实付交易总额同比增长128%,四线城市同比增长了164%,五线城市同比增长142%。而一线、新一线、二线城市的咖啡交易总额分别同比增长85%、111%和120%。

快速增长的咖啡市场中,“下沉市场”爆发了惊人的消费潜力。京东消费及产业发展研究院联合京东超市发布的《2023咖啡与茶消费洞察》显示,今年一季度咖啡液在县城农村市场的用户数同比增幅达110%,县城农村市场人均咖啡消费金额也在增加。

这份潜力也让众多咖啡品牌加快向三四线城市进军。瑞幸咖啡计划在年内完成“万店目标”;麦当劳旗下的麦咖啡提出了新增约1000家门店的计划;星巴克则提出了“2025中国战略愿景”,计划到2025年新开3000家门店,覆盖中国300个城市。

在呼和浩特,除了星巴克、瑞幸、库迪等品牌咖啡店之外,独立咖啡店的数量也于近两年内快速发展起来。当下的咖啡店早已不再局限于餐饮或者提供“提神醒脑”良方的店铺,而是一个具备商务、社交、休憩功能,甚至激发创新灵感的“第三生活空间”。

随着咖啡市场的爆发,一些专门针对门店以及企业供货的牛奶品牌也备受关注,例如必然冰博克下游的客户企业就包括喜茶、乐乐茶等新茶饮头部品牌,而瑞幸背后还有

菲诺,朝日唯品则是Manner咖啡,头部燕麦奶品牌Oatly紧跟星巴克。

这一供应链细分赛道之所以变热,很大程度上在于咖啡行业的火热。根据数字100的“唤醒”沉睡的消费者——咖啡市场趋势洞察》报告,近年来,中国咖啡消费中拿铁占据很大份额,牛奶作为调制拿铁的主要原料,需求量较大。与此同时,伦敦国际咖啡组织数据显示,预计2025年中国咖啡市场规模将达到1万亿,牛奶的市场潜能不言而喻。

咖啡热度不断上升,众多乳企看到了市场的巨大潜力,纷纷“扎入”咖啡赛道,咖啡定制专用奶也成为企业发力的新方向。

咖啡专用奶正“香”

随着国内市场连锁咖啡品牌不断大规模,在产品创新上不断升级,对与咖啡搭配的乳制品也提出更高的要求。

9月1日,中国国际咖啡展览会在北京中国国际展览中心(朝阳馆)举办。会上,圣牧塞茵苏带来的草原鲜牛奶引起咖啡业者的围观。

在呼和浩特大部分独立咖啡店里,圣牧塞茵苏低温牛奶颇受欢迎,咖啡师小乐告诉记者,含有优质蛋白质、全脂且新鲜的牛奶几乎是所有咖啡店的必选项。“这是因为咖啡的拉花图案需要牛奶打发的奶泡,奶泡中的脂肪和蛋白质支撑起的细密气泡决定了拉花形状是否稳固。”

除了圣牧塞茵苏布局咖啡赛道,多家乳企也在咖啡专用奶上稳健发力。据记者不完全统计,近段时间里,光明乳业发布了四款高品质咖啡打泡奶;君乐宝推出了与咖啡融合的悦鲜活专用牛奶;卫岗乳业也发布了“让咖啡更好喝的牛奶”新品,并称其为咖啡而生。

据记者了解,乳企推出的咖啡

专用奶都主打高品质,如高品质牛奶含有优质蛋白、优质乳脂,打泡性能好,奶泡更绵密稳定、持久,能用浓郁奶香激发咖啡的曼妙风味。

记者在采访中也注意到一个有趣的现象,全国各地咖啡店的牛奶使用基本都是偏本地。杭州咖啡馆多是味全的天下,光明在自家诞生地上海比较强势,南京的咖啡馆更愿意使用本地的卫岗牛奶,呼和浩特则是圣牧塞茵苏牛奶。“本地产的牛奶相对更为新鲜。”小乐告诉记者。

除了入局咖啡专用奶赛道,乳企对于咖啡产品的布局早已开始。

早在2018年12月,新希望推出的“最初”系列中,包括最初鲜奶茶、最初鲜奶茶(抹茶拿铁)、最初鲜奶茶(冷萃咖啡拿铁);2019年7月,伊利推出了咖啡饮品圣瑞思;2019年9月,蒙牛每日鲜语推出了一款冷萃咖啡拿铁;2020年6月,三元发布了一款全乳脂奶茶基底产品,研发了全乳脂奶茶基底以及奶盖茶等一系列产品。

而近段时间火爆消费市场的“酱香拿铁”也是使用白酒风味厚奶(配制型含乳饮料)和咖啡制作。从网络上公布的厚奶配料表上看,这款白酒风味厚奶配料是生牛乳、炼乳、稀奶油、白砂糖、无水奶油等。

除了咖啡,在茶饮、烘焙、西餐等领域,都能看到乳制品的身影,无论是龙头乳企还是地方乳企都已盯上了专业餐饮市场这块“大蛋糕”,并根据消费者的需求不断顺应市场改变而改变。

独立乳业分析师宋亮在接受媒体采访时曾表示,专业餐饮这一隐形市场正在变成兵家必争之地,国内液奶增速滞涨,各乳企也在积极寻找突破口,虽然专业餐饮市场规模还不是很大,但增长较快,且属于高毛利品类,对支撑乳企利润增长有大的帮助。

公司新闻

武翔接替张玉军出任赛科星董事长

记者9月13日获悉,张玉军因个人原因辞去赛科星董事长,选举伊利液奶事业部总经理、优然牧业董事长武翔接任,相关人事任命自9月11日起生效。

资料显示,武翔1976年生,2001年5月至2012年9月,历任内蒙古伊利实业集团股份有限公司液态奶事业部多家子公司技术主管、厂长、总经理;2012年9月至2017年2月,历任伊利液态奶事业部质量管理部副总监、质量管理部总监;2017年3月至2023年7月,历任伊利奶粉事业部生产系统负责人、冷饮事业部副经理及总经理、酸奶事业部总经理;2023年7月至今,任伊利液态奶事业部总经理;2023年7月至今,任优然牧业董事长。

(郭铁)

君乐宝入选联合国可持续发展行动报告

9月2日—6日,中国国际服务贸易交易会在北京国家会议中心举行。期间,联合国开发计划署(UNDP)联合相关机构发布《企业低碳转型之路——在华企业可持续发展行动2022/2023》调研报告。君乐宝乳业集团凭借价值链低碳管理等方面的创新实践入选该报告。

企业可持续发展行动系列报告由联合国开发计划署、普华永道和中国国际商会共同发布,本次是该系列的第三份调研报告。君乐宝在众多优秀案例中脱颖而出,与联想集团、西门子(中国)、蚂蚁集团等企业一同被纳入到该报告中,是唯一入选的中国乳企。(据《新闻晨报》)

认养一头牛新工厂正式投产 年产液态奶15万吨

本报讯(记者 杨丽霞)近日,随着一盒盒牛奶井然有序下生产线,一座现代化乳制品加工厂——认养一头牛河北制造基地,在经过多轮严格的调试试产后正式建成投产。新锐乳企在打造优质全产业链、加强智能制造能力的实践之路上,又迈出生动一步。

据了解,这座崭新的“牛奶工厂”占地112亩,总投资6.3亿元,一期生产线4条,日处理鲜奶能力达420吨,未来达产后,可年产液态奶15万吨,提供超过400个就业岗位,将成为认养一头牛产业版图上的重要组成部分。

在认养一头牛的产业道路上,建设优质自有产能始终是关键一环。2020年,认养一头牛山东智造基地在平邑县建成投产,并于次年通过IFS、SQF、BRCCS三大世界食品安全管理体系认证,安全品质管理水平与国际接轨。在2022年的第十三届中国奶业大会上,认养一头牛获评“优秀乳品加工企业”。此次新工厂投产后,企业的自有产能将得到进一步提高。