



中国企业500强榜单公布:

伊利排名双位数上升,跻身中国跨国公司百强

□伊宣

9月20日,中国企业联合会发布了2023中国企业500强榜单,中国乳业龙头伊利集团凭借2022年1231.71亿元的营业总收入,在榜单上的排名跃升了16位。此外,在中企联首次公布的中国跨国公司100大排行榜中,伊利成为唯一上榜乳企。

作为乳业龙头,伊利通过全面创新领跑,全链数字化升级,引领中国乳业高质量发展。此次伊利在中国企业500强排名稳步提升,再次展现了中国乳企的强劲增长态势,为乳业高质量发展提供了样本。

创新驱动

满足消费者多元需求

当前,日益多元化的消费需求对中国乳业的创新能力提出了更高的要求。伊利坚持以消费者为中心,加速全生命周期健康营养产品创新及升级节奏,在零糖、低糖、减脂、提升免疫力及

睡眠功能等方面不断突破,满足不同年龄阶段以及特殊人群的个性化健康营养需求。

伊利构建了减糖减脂技术平台,结合天然代糖与技术优化,重新定义了口感和甜味体验;运用乳脂酶解生物技术,提升乳品的乳香风味。伊利还打造了“感官评价中心”,组建了专业感官研究团队,从外观、气味、口味、口感等多个维度细致地描述和评估产品的感官表现,同时还应用脑电、眼动等先进研究技术捕捉消费者感官体验反馈,为消费者提供既健康营养又美味可口的产品。

数字赋能

助推行业转型升级

推动中国乳业高质量发展,需要不断加快乳业智能化进程。多年来,伊利致力于完善全链条覆盖、全场景渗透、全方位互动、全品类共享的“四全运营体系”,全面赋能奶业转型升级。在上游,伊利建设了全球智能化程

度领先的智慧牧场;在中游,伊利打造了智能工厂,提升生产和管理效率;在下游,伊利推动“全域、全场景、全生命周期”的消费者数字化运营,开发了与1.5亿消费者在线协同创新产品的智能洞察系统。其中伊利现代智慧健康谷代表了乳业智能化的最高水平。走进液态奶全球智造标杆基地,壮观的现代化生产场面吸引了所有人的目光。车间内的超高速灌装线,灌装速度可达到40000包/小时。

从奶源到生产,再到消费端,伊利的数字化贯穿于产业链的每个环节。“我们把数字化能力定义为驱动业务发展的核心竞争力,将它嵌入到上游的牧场管理、生产、物流以及营销等各个环节,实现业务可持续发展。”伊利集团相关负责人表示。

全球布局

提升行业全球影响力

全球乳业正在迈向高质量发展的新阶段,扩大全球“朋友圈”是乳业未来发

展的关键。在乳制品行业,伊利是国际化发展的引领者。

早在2006年,伊利就已开展“全球织网”行动,在亚洲、欧洲、大洋洲、美洲进行广泛布局。在大洋洲,伊利投资建设了全球最大的一体化乳业基地之一的伊利大洋洲生产基地,收购了新西兰第二大乳企威士兰,还与新西兰林肯大学共建了大洋洲创新中心,开展乳业全产业链技术创新研究;在欧洲,伊利与荷兰瓦赫宁根大学共建了伊利欧洲创新中心;在东南亚,伊利打造了印尼乳业生产基地和东南亚创新中心,围绕消费者需求推出更多原创新品。

放眼全球,伊利的国际化进程不断加速,已形成一张覆盖全球资源体系、全球创新体系、全球市场体系的骨干网络。截至目前,伊利已在全球建设81个生产基地,产品销往60多个国家和地区。全球化战略下,伊利不只是将产品销售到全世界,而是整合包括奶源、研发、生产、物流和终端零售在内的全球产业链,助其成长为当之无愧的全球乳业



■伊利海外创新中心研发人员

巨头。伊利坚持创新发展,加速数字转型、深化全球布局,不断探求中国式现代化

乳业高质量发展的新方法、新路径、新模式,引领乳业加速升级,为中国乳业注入新活力。

新巨丰与纷美包装收购战迎来重大突破

9月14日,无菌包装行业的领军企业新巨丰公司发布了一份关于收购进展的公告。公告中提到,该公司已于当日接收到由国家市场监督管理总局发出的《经营者集中反垄断审查不予禁止决定书》。该决定书明确表示:“国家市场监督管理总局决定对本次交易涉及的经营者集中事项不予禁止,允许实施集中。”这一重要进展的公布,标志着新巨

丰与纷美包装之间持续了七个多月的收购“拉锯”战终于有了重大突破。

新巨丰是一家专业从事液体食品无菌包装材料生产的企业,提供研发、生产、销售以及技术支持等服务,产品包括“枕包”、“砖包”和“钻石包”等,公司于2007年成立,2022年9月2日在深圳证券交易所创业板上市。

新巨丰包装的产品规格和类型较

于纷美包装略有不足,并且未涉及纷美从事的灌装配件销售业务。此次投资将促进双方更广泛的合作与交流,完善新巨丰产品种类和市场布局。新巨丰希望通过与纷美包装的合作,拓展业务范围和市场布局。

今年1月29日,新巨丰公布了《重大资产购买预案》,计划以现金协议转让方式收购JSH Venture Holdings Limited持

有的纷美包装28.22%股份,总价为9.99亿港元,折合人民币约为8.64亿元。交易完成后,新巨丰将取代JSH成为纷美包装第一大股东,但无法控制公司。

3月14日,纷美包装已向国家市场监督管理总局反垄断局正式提交了关于拟出售事项的反垄断申报。3月27日,纷美包装又将关注点转向了公司第一大股东JSH,主张其先前收购公司股

份的行为构成了经营者集中。此外,关于“反垄断事项是否对本次交易构成实质障碍”的问题还引发了深圳证券交易所的询问。6月16日,新巨丰在回复函中明确指出,本次交易并未涉及《反垄断法》所规定的经营者集中事项,因此无需进行经营者集中申报,反垄断相关事项亦不会成为本次交易的实质性障碍。

7月4日,市场监督管理总局向新

巨丰公司发出了提示函,建议其就收购纷美公司的相关事项进行经营者集中申报。8月16日,新巨丰公司收到了市场监督管理总局核准的“实施进一步审查的决定书”,市场监督管理总局决定对本次交易进行进一步的审查和调查。经过审查,终于在9月14日,新巨丰公司获得了市场监督管理总局的许可,收购行为得以实施。(据《经济导报》)

大北农再次加码乳业投资

大北农近日公告,公司间接全资子公司大北农香港,拟按照0.7087港元/股购买中国圣牧合计6.62%的股权,对应成交金额3.93亿港元。

一直以来,大北农以饲料为主营业务,从2016年起大力扩张生猪养殖行业,目前集团旗下涉足饲料动保科技、水产科技、养猪科技、疫苗科技、作物科技、农业互联网科技、乳业科技等多个领域。

目前,大北农的主营业务收入主要来源于饲料业务和生猪养殖。2023年上半年,饲料业务收入占营业收入的比重为74.09%,生猪养殖业务占营业收入的比重为17.56%。种子业务收入占营业收入的比重为1.69%,兽药疫苗业务收入占营业收入的比重为0.92%。而中国圣牧主要业务为奶牛养

殖、生产和销售高端沙漠有机原料奶、优质非有机原料奶。

但大北农创始人、董事长邵根伙一直都有个乳业梦想,因此与中国圣牧早有渊源。早在2016年,邵根伙就通过其在英属处女群岛注册的个人全资公司“Nong You”与中国圣牧签订股份转让协议,以总价33.55亿港元受让中国圣牧24%股权,成为实际控制人。

据新京报报道,在其接手之前,中国圣牧经历了几年的快速扩张期,但当时中国圣牧已危机四伏,邵根伙的注资相当于给予圣牧第二次生命。

不过当时,乳业正经历下行周期,邵根伙接手中国圣牧之后,中国圣牧仍然连亏3年,亏损接近39亿。在此情形下,2018年12月,蒙牛

乳业子公司宣布以3.03亿元的价格收购中国圣牧子公司内蒙古圣牧高科乳业51%的股权,并成立合资公司,2020年1月,蒙牛方面收购圣牧高科乳业剩余49%的股权。

2020年7月,蒙牛宣布以每股0.33港元的价格认购中国圣牧约11.97亿股份,持有中国圣牧股权增至约17.8%,超过邵根伙成为圣牧单一最大股东。

而同年9月,大北农收购了圣牧高科的全资附属公司内蒙古益美乳业有限公司(下称“益美”),主要从事生产及销售有机婴幼儿及其他配方奶粉及奶酪。交易完成后,益美将由大北农集团及圣牧高科分别持有80%及20%。

值得注意的是,此次大北农收购中国圣牧部分股权,正赶上了国

内原奶行业又一次的下行周期。中国圣牧曾由于蒙牛乳业的入股,加上2019年后,国内原奶行业走出下行周期,2019年中国圣牧扭亏为盈,并在2019年至2021年,连续三年实现利润增长。

但从2022年开始,原奶行业再次下行。2022年,中国圣牧增收不增利。报告期内公司营业收入达到33.36亿元,同比增加7.8%;毛利率31.9%,下滑3.8%,股东应得净利润为4.16亿元,同比减少11.7%。

2023年上半年,原奶行业仍未走出下行周期,中国圣牧的半年业绩也不理想。中国圣牧中期业绩公告显示,2023年上半年,营业收入16.4亿元,同比增长2.7%;母公司拥有人应占溢利为人民币2332.7万元,同比下降89.8%,利润大幅下滑。

本轮周期中,除原奶价格下跌外,上游饲料成本上涨也是上游牧场利润下滑的原因之一。

9月13日,中国圣牧公告称,与大北农签订协议,自2023年8月15日起,圣牧高科将向大北农集团采购饲料、添加剂及产品。

大北农公告称,中国圣牧系公司饲料业务的下游产业,通过本次交易,公司能够实现与目标公司的牧场能够形成上下游产业链业务协同,符合公司的发展战略,有利于公司未来发展,提升产业整体竞争力。

公司董事长、控股股东邵根伙间接持有中国圣牧1301651000股,占中国圣牧总股本15.53%。本次交易完成后,公司与邵根伙将共同持有中国圣牧股权,构成与关联方共同投资。(界面新闻)

公司新闻

古井贡酒携手八喜推出冰淇淋

据古井贡酒年份原浆官微消息,古井贡酒·年份原浆与八喜冰淇淋联名推出的冰淇淋产品于9月19日正式发布。该产品以生牛乳和稀奶油为核心原料,每杯添加大于1.12克古井美酒,打造独特浓香风味。据文章介绍,该产品添加的白酒为古井贡酒·年份原浆“古20”。古井贡酒官方商城显示,一瓶52度500ml的“古20”售价为899元。(每日经济新闻)

庄园牧场第二大股东马红富质押8.79%公司股份

9月12日,庄园牧场发布公告称,公司持股5%以上股东马红富所持有的公司股份于2023年9月11日被质押,本次质押合计1719.74万股,占公司总股本的比例为8.79%。本次质押前,马红富持有1500万股质押股份,本次质押后,马红富持有3219.74万股质押股份。(孔文燮)

乳酸菌饮料企业 喜乐食品获千万元融资

9月11日,记者从喜乐食品科技集团有限公司官网获悉,近日,喜乐食品获得和智投资千万元级的独家投资。官方资料显示,喜乐食品始创于1986年,是中国最早专业研发生产乳酸菌饮料的大型企业之一。(郭秀娟 张函)

三元食品瀛海工业园通过生鲜乳收购站续证审核

9月12日,第三方审核组对三元食品瀛海工业园生鲜乳收购站进行现场审核。审核组对原料奶的接收、加工、储存和检测等各个环节进行了充分的了解,并对收奶记录、生鲜乳交接单、留样记录和检测记录等进行了详细的检查,审核组对工业园生鲜乳收购过程给予充分肯定,工业园顺利通过生鲜乳收购站续证审核。(宋波)

新希望双喜24小时限定娟姗乳华东上市

□何浩

近日,新希望双喜乳业“极”质标准,主场领“鲜”——24小时限定娟姗乳新品发布会在苏州举办,新希望乳业作为国内乳品新鲜势力代表,在华东地区正式推出24小时限定娟姗乳。

立足华东用户对高品质鲜奶的追求,此次新希望乳业在华东地区推出的24小时限定娟姗乳,是旗下明星产品系列——坚持“只卖当天”的鲜奶品牌“24小时”的新成员。这款新品在延续“极”质新鲜、只卖当天的品牌内核下,精选约1%限定娟姗牛种对奶源进行升级,富含25倍免疫球蛋白含量和4.2g/100mL的天然优质乳蛋白,用“限定品种”“限定数量”“限定时间”“限定营养”“限

定品质”“限定美味”的六重限定,为消费者带去限定珍贵的新鲜体验。“24小时”鲜奶“只卖当天”,这是对广大消费者的新鲜承诺,也最能代表新希望乳业打造“极”质新鲜”的产业实力。”新希望乳业副总裁张帅介绍,通过

现进一步向外拓展业务存在一定的不确定性,且公司对内蒙古区域市场的较大依赖性面临一定的市场竞争风险。独立乳业分析师宋亮在接受记者采访时表示:“骑士乳业虽然公司的规模不大,但在整个上游来说,能够给龙头企业供奶,在西北地区有一定的市场基础和品牌基础。目前,骑士乳业也做上下游一体化的发展模式,通过上市融资以后,能够打造上游的产业链体系。”

对于不足之处,宋亮分析认为,骑士乳业基础比较薄弱,还存在改进的空间;另外,近几年奶牛养殖的整个市场风险是存在的,所以骑士乳业目前从上市融资到审批的话,遇到的环境不太好,能不能募集到资金用于奶牛养殖建设,存在着一定的风险和困难。

骑士乳业北交所上市有了新进展



■资料图片

□刘晓旭

9月15日,骑士乳业收到中国证监会《关于同意内蒙古骑士乳业集

团股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票注册的批复》(证监许可[2023]2142号),同意公司向不特定合格投资者公开发行股票的注

册申请,该批复自同意注册之日起12个月内有效。

此次,骑士乳业在北交所注册申请获批,将进入发行环节,有望成为率先在北交所上市的乳企,首发拟募集资金2.61亿元,计划用于骑士乳业奶牛养殖项目。

招股说明书(注册稿)中透露,该项目牧场建设地点位于鄂尔多斯市,拟购置并养殖泌乳牛3500头,项目建成后实现年新增鲜奶产能40000吨,实现年新增销售收入约2.13亿元。

骑士乳业认为,该项目的实施,有助于公司发展规模化养殖,保障奶源供应安全,同时发挥农牧业协同效应,提升市场竞争力,能够帮助农民增加收入,促进地方经济发展。

数据显示,2020年—2022年,骑士乳业实现营业收入分别约为7.07

亿元、8.76亿元、9.48亿元,归母净利润分别为2288.15万元、5572.72万元、7162.39万元。

2023年上半年,骑士乳业实现营业收入约4.95亿元,同比增长33.74%;实现净利润约4192.53万元,同比下降19.19%。

营业收入增加主要有以下几方面原因:一是有机生鲜乳产能增加、销量随之增加;二是乳制品销售收入增长;三是代加工业务量增长;四是售牛收入增加所致。

此外,根据骑士乳业披露,公司主营业务收入主要来自于内蒙古自治区,2020年度、2021年度以及2022年度,该区域主营业务收入占公司全部主营业务收入的比例分别为65.04%、69.44%和74.47%,公司的生鲜乳及乳制品产品较少涉足较发达的中、东部地区。骑士乳业表示,公司能否实