# 三元买"八喜"想要的不止是冰淇淋

□孔文燮

三元终于迈出收下"八喜"母公司的 最后一步。10月16日,北京三元食品股 份有限公司(以下简称"三元股份")发布 公告称,拟收购北京艾莱宏达商贸有限 公司(以下简称"艾莱宏达")持有的北京 艾莱发喜食品有限公司(以下简称"艾莱 发喜")剩余5%的股权。收购完成后,艾 莱发喜将成为三元股份的全资子公司。

2023年上半年财报中,艾莱发喜旗 下冰淇淋品牌"八喜"已成为三元股份第 二大营收来源。细看三元股份的收购之 路,从SPV(卢森堡)、首农畜牧、太子奶 到呼三元,多次资产重组消耗了其大量 资金,也分散了主业精力。报告期内,三 元股份宣布SPV(卢森堡)、首农畜牧不 再并表后,实现营收微增、净利大增,多 项指标明显改善。全资收购"八喜"后, 三元股份如何协调业务和拓展市场,或 将面临新的考验。

### 全资纳入"八喜"

10月16日,三元股份发布的公告显 示,艾莱发喜因未达到三年前的利润承 诺,需要对三元股份进行利润补偿,三元 股份则选择再加点钱,直接将它完全收 入麾下。

艾莱发喜成立于1990年,成立之初 就将源于美国旧金山的BUDS品牌(中 文商标为"八喜")冰淇淋技术和配方引 进到中国,开创了国内生产"真正不加水 冰淇淋"的先河,冰淇淋是艾莱发喜最主 要的业务。

其实艾莱发喜已经是三元股份商业 版图中的一员。早在2016年,三元股份 就以13.05亿元收购艾莱发喜90%股 权。2020年,三元股份收购艾莱宏达持

有的艾莱发喜5%股权,交易对价为 10020万元,同时双方签署《利润承诺及 补偿协议》,艾莱宏达承诺艾莱发喜 2020—2022年扣除非经常性损益后的 累计净利润为41649.66万元,否则将就 差额部分进行现金补偿。

艾莱发喜未完成利润承诺,或是导 致这笔收购的直接原因。2020—2022 年,艾莱发喜实际实现的扣非后累计净 利润为27489.44万元,差额为14160.22 万元,艾莱宏达需补偿三元股份约 3406.64 万元。

三元股份在公告中称,"艾莱发喜业 务增长稳定,市场空间大,为进一步加强 对艾莱发喜的管理权和控制权,促进艾 莱发喜长远发展,同时一揽子实现艾莱 宏达对公司的利润补偿,经双方协商,拟 将艾莱宏达持有的艾莱发喜剩余5%股 权全部减资退出,减资价格依据评估值 确定。艾莱发喜需支付给艾莱宏达的减 资价款,其中相应金额用于艾莱宏达向 公司全额支付前述利润补偿款"

三元股份并未在公告中透露具体减 资价格,但通过此前收购价格或许能大 致估算。2020年,在艾莱宏达向三元股 份出售所持艾莱发喜5%股权时,艾莱发 喜截至2019年6月30日的净资产为 7.81亿元,评估值为20.04亿元,其5%股 权的交易价格为1亿元。扣减3406.64 万元业绩补偿后,三元股份仍需付出 6593.36万元,才能拿下艾莱发喜全部股

10月17日,就减资价格等问题,记者 分别通过邮件向三元股份、艾莱发喜发 出采访函,截至发稿前未收到回复。

资产腾挪有术

将旗下资产闪转腾挪,已成为三元

股份的常规操作。

2023年上半年报告期内,三元股份 营收42.56亿元,与去年同期相比基本持 平,主要原因是自2022年5月起,SPV (卢森堡)不再纳入公司合并范围;自 2023年5月起,首农畜牧不再纳入公司 合并范围;同时主营业务(乳制品及冰淇 淋业务)收入同比增长10.7%。

同期三元股份实现归属于母公司所 有者的净利润为2.15亿元,同比增长约 131.22%。净利大增的原因是三元股份 于2023年5月转让首农畜牧部分股权, 取得股权转让收益1.92亿元。若抛开这 部分收入及其他因素,报告期内三元股 份扣非净利润只有1696.7万元,同比下 降81.16%。

剔除SPV(卢森堡)、首农畜牧,与其 说三元股份处理得游刃有余,不如说忍 痛割爱。2017年,三元股份与上海复星 斥巨资49.77亿元,共同收购拥有113年 历史的法国健康食品公司圣悠活(St Hubert),设立SPV(卢森堡)公司,彼时 三元股份顶着业绩压力和反垄断风险 "出海",谋求丰富产品线,打造高端品牌 形象;2021年底,三元股份从关联方三 元种业、星实投资手中将首农畜牧部分 股权接下,看中的是后者优质的奶源资 产以及完善的产业链布局。

如今看来,这两次出手都难言成 功。国际、国内两条腿走路后,三元股份 试图将圣悠活(St Hubert)引入中国,或 许由于国内外乳制品厮杀过于激烈,圣 悠活(St Hubert)入华的反响并不热烈, 其国内成立的中国全资子公司上海圣尤 蓓商贸有限公司也于2023年9月26日 被注销;首农畜牧则被三元股份于2023 年5月转手还给三元种业。

一进一出,对三元股份营收产生影

响,但多项指标得到改善。2023年上半 年,三元股份的管理费用同比下降 20.07%, 财务费用同比下降68.61%, 投 资活动产生的现金流量净额由负转正, 存货、短期借款、长期借款、租赁负债等 较期初均有大幅减少,变动主要原因均

与剔除首农畜牧相关。

的股权,至此呼三元成为三元股份全资子公司

三元股份与上海复星斥资49.77亿元,共同收购法国圣悠活

三元股份从关联方三元种业、星实投资手中将首

公司持有的呼伦贝尔三元乳业有限责任公司24.66% 2023年4月

(St Hubert),设立SPV(卢森堡)公司

农畜牧部分股权接下

三元股份发布公告称,以7005.404万元拿下新华联

持有的40%股权,这意味着三元股份全资持有太子奶

三元股份宣布拟以现金1元收购关联方北京市双桥农场有限

传播星球App联合创始人由曦向记 者表示,"收购之路并不总是一帆风顺 的,以往的资产重组案例表明,投资重组 可能会消耗大量的资金和精力,而且未 必能达到预期的效果。从长远来看,收 购艾莱发喜这个决定能否带来真正的良 好回报,将取决于执行后的经营现状和 市场反应"。

### 多元拓展提速

以奶业为主的三元股份,在重组并 购的路上越走越远,其很大一部分净利 润依赖收购而来的子公司以及联营公

2023年上半年财报显示,三元股份 主要有12家控股参股子公司,有4家净 利润为负、8家实现盈利。其中艾莱发 喜的净利润最高,其主要负责"八喜"品 牌冰淇淋业务净利润1.18亿元。净利排 在第二的是上海三元,仅为0.36亿元。

2017年

2021年底

被三元股份收入麾下的艾莱发喜, 已成其第二大营收来源。2023年上半 年报告期内,三元股份营收、净利润和扣 非净利润分别为42.56亿元、2.15亿元和 1696.7万元。同期艾莱发喜营收、净利 润、扣非后净利润分别为10.85亿元、 1.18亿元、1.18亿元,三项数据分别约为 三元股份的25%、55%、695%。冰淇淋 及其他业务的营收贡献仅次于液态奶业

此外,三元股份的对外投资名单中 还曾有太子奶、北京麦当劳、呼三元等企

独立乳业分析师宋亮认为,"现在乳 制品市场竞争非常激烈,三元进一步加 码冰淇淋相关业务,是其在北京市场的 一个主要发力点"。

近期,古井贡酒联名八喜冰淇淋, 舍得酒业与圣悠活(St Hubert)推出联 名冰淇淋,三元股份试图通过"+白酒" 打破边界。但归根结底,三元股份的优 势战略产品始终是低温巴氏鲜牛奶,这 部分产品受物流限制,很难走向全国市

中国食品产业分析师朱丹蓬认为, "可以看到,三元在整个冷链板块做得还 可以,但是整个品牌效应、规模效应还不 能够凸显。在蒙牛、伊利的力压之下,三 元的整体表现难以圆满,在这样的情况 下,多品牌、多品类、多场景、多渠道、多 消费人群的五多战略必须得提速"。

从财报来看,2023年上半年,三元 股份来自北京地区的主营业务收入为 27亿元,占比64.27%,去年底该指标为 61.37%,集中度进一步提升;北京地区 以外的收入15.01亿元,占比35.73%。

# 伊利代表当选国际乳联董事,成为唯一来自中国的董事成员

□王佳

美国芝加哥当地时间10月15 日,国际乳联(International Dairy Federation, 简称IDF)董事会在"2023 世界乳业峰会"前夕召开。现场来 自全球三十多个国家的代表,经过 全体投票,一致讨论决议,宣布来自 亚洲第一乳企的代表伊利集团副总 裁云战友博士当选为国际乳联董 事,成为国际乳联董事会唯一来自 中国的董事成员。未来,伊利将代 表中国及新兴国家乳业深度参与全 球行业治理体系,推动全球行业政 策制定,促进行业合作共赢与可持 续发展,开启中国乳业与全球行业 对话合作的新篇章。

对于伊利代表当选国际乳联董

事,国际乳联主席皮克里斯蒂亚诺·布 拉扎莱表示:"我们欢迎伊利代表正式 加入国际乳联董事会,这是一个非常 重要的时刻。伊利是中国乳业领军 者,拥有卓越的创新能力和技术水 平。伊利代表的加入,将为国际乳联 在全球各地开展工作发挥积极作用。 未来,我们将携手努力,推动中国和全 球乳业的品质提升与创新突破。"

当前,世界宏观环境深刻变化, 行业发展加速迭代,在这一变革的 关键时刻,世界更加关注中国方案、 中国智慧。中国乳制品工业协会理 事长、国际乳联中国国家委员会主 席吴秋林认为:"中国伊利集团的代 表成为国际乳联董事,这是全球行 业对中国乳业发展和伊利集团综合 实力的高度认可。我们期待伊利集

团继续为中国乳业与全球乳业的交 流合作发挥桥梁纽带作用,向世界 讲好新时代中国乳业故事,为推动 中国乳业乃至全球乳业高质量发展 贡献更大力量。"

伊利集团副总裁云战友表示: "作为伊利代表,很荣幸成为国际乳 联董事会成员,这是伊利集团积极 参与全球行业治理,深化国际合作 的重要举措。未来,伊利将充分发 挥自身优势和影响力,与国际乳联 紧密合作,搭建中国乳业与世界交 业传递更多中国声音。"

国际乳联是国际性乳业协会, 在1903年第一届国际乳业大会上成 立,服务全球乳业已有百余年历 史。目前,国际乳联拥有39个成员

国,其成员国牛奶产量占全球牛奶 总产量的74%。国际乳联董事会由 9名来自国际乳联、会员国行业协 会、全球乳企的代表组成,其中企业 代表仅有2-3个席位,是全球乳业 重要的研究、决策与协调机构。当 选后,伊利将代表中国乳业深度融 入全球行业治理体系,在技术创新、 政策制定、国际合作等全球行业发 展重要议题上,分享中国乳企在创 新研发、数智化、可持续发展等方面 的探索经验,为推动全球乳业高质 量发展做出积极贡献。

多年来,伊利与国际乳联已经 建立了紧密的合作关系,全面参与 到国际乳联相关工作,伊利代表已 在国际乳联多个工作委员会任职, 包括乳品科学与技术工作委员会、 成分分析方法工作委员会、添加剂 和污染委员会、微生物分析方法工 作委员会、乳业经济与政策工作委 员会,务实高效的工作受到国际乳 联、国际乳联中国国家委员会的高 度认可。发挥伊利全球创新中心、 国家乳业技术创新中心、创新生态 圈的协同效应,伊利将与国际乳联 加强合作,推动全球奶业创新突破, 引领行业发展方向。

面对当前全球乳业一体化、低碳 化、数字化趋势,乳业正迈入高质量 发展的新阶段。国际乳联成立120 周年之际,伊利代表获任国际乳联董 事,将进一步促进中国乳业与世界的 互联互通,推动中国及新兴国家乳业 加快发展,优化和完善行业治理,实 现全球行业的一体化高质量发展。

## 科迪乳业拟与龙王豆浆粉 关联方合资成立公司

10月11日记者了解到,科迪乳业公告称因 经营发展需要,拟对外投资设立公司,主营豆奶 制品业务。其中,科迪乳业出资400万元,认购 新公司40%的股份。公告显示,科迪乳业此次投 资的新公司注册资本1000万元,科迪乳业、龙王 时代(北京)商业有限公司、商丘泰坤控股有限公 司分别认缴出资总额的40%、34%、26%。科迪 乳业称,此次对外投资是为拓展公司市场范围, 有利增强公司市场竞争力,实现经营目标。

天眼查信息显示,龙王时代(北京)商业有限 公司成立于2014年,主营食品销售等,法定代表 人为李奕迅。李奕迅还是黑龙江省农垦龙王食 品有限责任公司董事兼总经理,直接持股比例为 1.2%,该公司主营产品为龙王豆浆粉。

## 李子园前三季度 净利润增长两成

李子园10月16日发布2023年三季报显 示,其1月—9月营收为10.69亿元,同比增长 0.72%; 净利润为1.89亿元, 同比增长21.87%。 其中,第三季度营收为3.68亿元,同比增长 1.99%;净利润为5453.06万元,同比增长4.7%。

前三季度,李子园含乳饮料营收为10.49 亿元,同比增长2.02%;其他产品营收为 1385.27万元,同比减少51.58%。分区域看,其 华东大本营营收为5.33亿元,同比减少4.48%; 营收增速最高的为华南市场,同比增长26.53% 至6312.21万元;东北、西北市场及电子商务渠 道营收均有所下降,降幅分别为36.14%、 14.47%、2.31%。 (据《新京报》)

# 飞鹤启动"脑发育战略"

10月17日,中国飞鹤正式宣布启动脑发 育战略。中国飞鹤首席科学顾问迈克尔·莱维 特表示,飞鹤长期致力于基础研究,在生命早 期大脑发育的营养支撑上取得了许多前沿和 高水平的研究成果,很好地推动了科学研究的 发展,助力改善人类健康,希望通过共同努力, 在神经科学等研究领域取得新突破。

飞鹤在生命早期的脑部营养研究领域已深 耕多年。今年,飞鹤更是动作频频,4个月内相 继和国内外顶尖科研平台建立合作。飞鹤表 示,未来将基于平台合作进一步打造立体科研 体系,持续深化脑发育研究。(赵学毅 梁傲男)

# 勇担乳业国家队 加速犇向"世界牛"——

# 蒙牛全面打造"一带一路"乳业标杆

□蒙宣

今年是共建"一带一路"倡议十 周年。十年来,在各方共同努力下, 共建"一带一路"从中国倡议走向国 际实践。作为中国乳业"国家队"。 蒙牛集团深入践行"一带一路"倡 议,加速国际化发展步伐,与全球乳 业同行携手打造协同发展、互利共 嬴的全球乳业合作发展新格局。

### 国际化布局 筑牢"走出去"发展根基

蒙牛集团积极响应共建"一带 一路"倡议,加快"走出去"步伐, 通过开拓海外市场、建设海外工 厂以及开展海外并购等多种方 式,成为中国第一家将乳品销售 到国外的乳企、第一家在海外开 展全产业链布局的乳企、中国国 际化程度最高的乳企,并通过多 元并购形成海外协同发展效应, 加速实现"Global for Global"共建 共贏共享,持续满足全球消费者 对健康的不懈需求。

早在2013年,蒙牛就来到新西 兰怀卡托牧区,用13780封信件的诚 意接续,成功开启国际化第一站。 作为100%自主建设的海外奶粉生 产基地,雅士利新西兰工厂为全球 亿万宝宝提供了世界级品质的婴幼 儿配方奶粉。

随着"一带一路"倡议不断深 化,蒙牛积极主动响应相关国家政 策,不断扩展海外布局,全面扎根东 南亚。第二届"一带一路"国际合作 高峰论坛举办期间,蒙牛乳业与中 国·印尼经贸合作区有限公司签署 建设印尼乳品工厂合作协议。作为 中国企业在东南亚布局的首个乳制 品生产基地,蒙牛印尼工厂占地面 积1.5万平方米,年产值1.6亿美元, 采用国际领先的生产技术与质量管 理体系,实现了"海外奶源——海外 加工——海外销售"完整链条深深 扎根于海外市场的愿景,还为本地 提供千余个就业机会,带动当地乳 企产业升级。

此外,作为蒙牛在东南亚重要 布局,旗下艾雪集团自2015年进入 东南亚市场以来,年销售额突破20 亿元,在印尼建有3家工厂,是印尼 市场份额第一、菲律宾第二的冰淇 淋品牌,在促进东南亚各国人口就 业、技术输出、膳食改善等方面实现 了互利共赢。

### 积极海外履责 彰显大国乳企风采

蒙牛集团主动履行海外社会责 任,不断增进当地民生福祉,彰显大

国乳企风采。 蒙牛坚持本地化雇佣,聘用优 秀当地员工,加强培训提升员工职

业素养,实现海外业务共治发展。 蒙牛印尼工厂本地员工占比达 73%,并选择了"本地化培养",开设 有"YoyiC印尼培训学院",通过订单 式人才培训,帮助大量印尼本地乳 业人才快速成长发展,助力实现员 工相互融合,不断提升团队合作水 平和公司管理效能。此外,蒙牛印 尼工厂还积极在当地开展本地供应 商共建活动,主动前往厂家进行现 场沟通和培训,帮助供应商大幅提 升产品合格率,助力当地建设高质 量、全方位的供应体系。

与此同时,蒙牛积极与当地政 府合作,开展消费者振兴计划、提供 工业现场参观游学服务以及慈善捐 赠。在新西兰,蒙牛雅士利为当地 小镇资助建设学校、图书馆、医疗中 心,举办主题慈善义卖筹款活动,帮 助当地救助先天性心脏病儿童的慈 善机构募集善款。在印尼,蒙牛充 分尊重本地员工的宗教信仰和风俗 习惯,在工厂中设置了祷告室和清 真食堂。加强开展员工关爱,增进 文化交流和融合。

值得一提的是,蒙牛在加速海 外布局的同时,积极参与全球乳业 治理,2017年提出"全球乳业共同 体"的战略构想,让全球乳业产业链 共享发展红利,携手全球伙伴共同 推动乳业高质量发展。

目前,蒙牛已成为国际乳品联

合会(IDF)、全球乳业论坛(GDP)、 消费品论坛(CGF)、世界经济论坛 (WEF)工商理事会四个权威国际组 织中的唯一来自中国乳业的高级别 成员,蒙牛还成为首批加入由联合 国粮农组织等联合发起的全球"乳 业净零之路"气候倡议的唯一中国 乳品企业。借助这些世界舞台,蒙 牛代表中国企业,不断发出中国声

### 坚持绿色低碳 树立可持续国际标杆

作为国内领先的乳制品企业和 负责任的企业公民,为人类生产更 营养的产品、引领更健康的生活方 式、打造可持续的地球业已成为蒙 牛的可持续发展目标与承诺。蒙牛 对标联合国2030可持续发展目标, 持续践行GREEN可持续发展战略, 提出"绿色领先"目标,不断完善海 外运营环境管理,布局生态牧场,建 设绿色工厂,与全球合作伙伴共同 守护绿色地球。

在牧场端,蒙牛着力在全球范 围布局优质奶源基地,推进生态牧 场建设。蒙牛选定新西兰怀卡托地 区打造生态牧场,实现品质和环境 共赢;布局澳大利亚塔斯马尼亚岛 等地的贝拉米有机产品生产基地, 推动有机农场和牧场建设。

在生产端,蒙牛着力打造绿色

节能工厂,实施节能减排降碳,降低 生产经营对环境的影响,积极应对 气候变化,共同守护绿色家园。蒙 牛印尼工厂以清洁能源天然气代替 石油液化气,并在印尼投资建设污 水处理厂,日处理污水1300吨,成为 当地节能减排的表率。雅士利新西 兰工厂严格遵守中新政府的双重监 管要求,并采用最先进的臭氧净水 技术,节约用水的同时保护当地环

基于在 ESG 方面的优异表现, 2023年9月,蒙牛MSCI ESG 评级跃 升至"AA",成为行业最高等级,处 于全球77家参评企业的ESG领导 者之列,获得国际权威机构高度认 可。

随着"一带一路"倡议走深走 实,"全球乳业共同体"将具有更广 阔的发展空间。肩负着中国乳业 "走出去"的时代使命,蒙牛将不断 深化国际化发展战略,拓展更广泛 的国际乳业合作新空间,巩固全球 布局的生产、销售及供应链基础, 推进乳业科技的全球研发与产品 创新进程,加强海外履职与促进当 地民生福祉,持续深化高质量共建 "一带一路"的乳业探索实践。从 "草原牛"加速犇向"世界牛",打造 全球至爱的乳业品牌,推进负责任 的可持续发展,守护人类和地球共

同健康。