



茉酸奶获君乐宝入股——

现制酸奶品牌为何屡屡联姻传统乳企?

□郭铁

现制酸奶赛道成为传统乳企聚焦点之一。

君乐宝入股茉酸奶,让今年大热的现制酸奶赛道再次受到关注。

11月8日,君乐宝与茉酸奶举行战略合作签约仪式,计划入股茉酸奶并持股30%。而早在2021年,新希望乳业就以2.31亿元的价格拿到“一只酸奶牛”控股权。

同为千店规模的两大现制酸奶品牌,相继与头部传统乳企深度捆绑,被业内视为一种发展趋势。一方面,现制酸奶品牌依靠传统乳企,可以解决全国布局面临的供应链成本和稳定性问题;另一方面,近几年低温酸奶销量持续下滑,传统乳企可以借助现制酸奶渠道消化奶源,向年轻消费群体渗透自有品牌。

首次股权投资

茉酸奶是目前国内最大的现制酸奶连锁品牌,君乐宝是国内领先的综合性乳制品企业。此次签约君乐宝,是茉酸奶首次对外进行股权投资。

乳制品原料供应和科研支持是双方此次合作的重要内容。君乐宝在河北张家口坝上草原有38万亩牧场,并将在此设立茉酸奶专属牧场。依托君乐宝的研发平台,茉酸奶未来产品升级迭代将得到更优质的解决方案。

君乐宝乳业集团董事长兼总裁魏立华在签约仪式上表示,与茉酸奶的合作,对进一步做大做强低温酸奶具有重要意义,双方将在原料、产品、研发、渠道等领域加强资源协同与合作,有助于君乐宝更好发挥供应链实力。茉酸奶总经理顾

豪表示,优质原材料是茉酸奶品质的保证,也是消费者的首要考虑因素,合作将全线加速茉酸奶产品迭代升级。

茉酸奶方面11月9日回应记者称,这次合作是基于双方对行业未来发展的洞察和共识。在当下消费者需求升级的大背景下,茉酸奶与君乐宝都看到了通过战略合作来提升产品力、品牌力、研发力的重要性,对双方产业链布局等方面实现实质性的提升。

此次签约,君乐宝与茉酸奶未对外透露股权交易具体金额和茉酸奶新的股权结构。天眼查信息显示,茉酸奶品牌方上海伯邑餐饮管理有限公司(简称“上海伯邑”)尚未发生股权变更,目前仍分别由创始人赵伯华、总经理顾豪持股55%、45%。

据知情人士向记者透露,君乐宝与茉酸奶方面此前大约经历了近半年的商讨,目前合作刚刚落到签约层面,上海伯邑还未进行工商变更,签约现场是君乐宝、赵伯华、顾豪三方共同签署完成的,未来各方持股比例暂且不详。

与传统乳企“联姻”

早在今年7月,茉酸奶就因筹备的猫山王榴莲新品定价过高而登上热搜,现制酸奶赛道也因此再度受到业内关注。

资料显示,茉酸奶创立于2014年,2019年开始进驻一线城市,2020年进行供应链、财务等体系升级,2021年开放全国品牌加盟。2022年,茉酸奶进入快速扩张期,门店增长至500余家,覆盖全国70多座城市。目前茉酸奶被视为国内最大的现制酸奶连锁企业,有超过1600家门店,其中2/3的门店分布在一、

二线城市。

同样实现千店规模的还有一只酸奶牛,该品牌更早受到产业资本关注。2021年1月,新希望乳业宣布以2.31亿元收购重庆新牛瀚虹实业有限公司60%股权,进而将一只酸奶牛纳入麾下。2019年,一只酸奶牛营业收入约2.4亿元,2020年合并营收、净利润分别为2.2亿元、3160万元。

除上述两大品牌外,其他现制酸奶企业也在加快跑马圈地。起源于北京的现制酸奶品牌兰熊鲜奶,2020年拿到IDG资本的A轮融资。有“酸奶界爱马仕”之称的Blueglass,在全国开出近百家门店,2021年获得超2亿元B轮融资。2022年成立的王子森林,2023年3月完成千万级战略融资。主打低脂低卡概念的丽茉酸奶,2023年7月宣布获得5000万元A轮融资。

一只酸奶牛总经理刘丹此前接受记者采访时表示,2021年新茶饮赛道进行高速融资时,就有很多投资者关注到现制酸奶这一细分高成长领域,在南北方市场相继出现一些品牌。现制酸奶现阶段在开店和选址方面更贴近新茶饮,但覆盖的年龄群体更广,整体还处于增量市场,远没有到存量绞杀阶段。

随着新希望乳业、君乐宝纷纷下场入股现制酸奶头部品牌,与传统乳企合作被看作现制酸奶品牌的一个趋势。茉酸奶认为,携手乳业巨头的优质资源,将给现制酸奶赛道注入更强大的动力,推动整个行业在原料、研发、品质、效率等方面进一步提升。

独立乳业分析师宋亮认为,近几年低温酸奶销量下滑,而现制酸奶发展向好,对于传统乳企来说,与下游渠道合作

或通过收购实现业务结构调整已经成为趋势,可以借助现制酸奶渠道消化奶源,展示品牌。另一方面,现制酸奶品牌通过这种股权合作获得更低价的原料供应,如果合作乳企未来上市,对现制酸奶企业也是品牌背书。

解决供应链难题

记者走访市场了解到,各大现制酸奶品牌中,兰熊鲜奶乳基来自新希望乳业,Blueglass合作方是本地牧场。新希望乳业入股前,一只酸奶牛向皇氏集团来思尔乳业定制酸奶基料,收购完成后,酸奶基料已转由新希望乳业旗下四川新华西乳业、湖南南山乳业、河北天香乳业、苏州双喜乳业、昆明雪兰等子公司供应。

在与君乐宝合作前,茉酸奶乳基原料合作方是兰格格乳业。公开资料显示,兰格格乳业成立于2000年,注册资本约1亿元,产能集中在内蒙古,是一家典型的区域性乳企,在官网上提出“打造内蒙古第三大乳制品生产企业”以及上市等目标。

相比之下,君乐宝在全国有25个生产工厂、25个现代化大型牧场,旗下品牌低温酸奶市场占有率全国第一。2022年7月,君乐宝乳业集团副总裁仲岩接受石家庄日报采访时透露,君乐宝2021年销售收入203亿元,位列中国乳业四强。2022年上半年,君乐宝销售保持双位数增长,2025年力争销售额达到500亿元,“我们已经正式启动IPO上市项目,争取在2025年完成上市。”不过,该上市说法并未得到君乐宝方面的官方确认。

从战略版图来看,新希望乳业自2002年起通过3轮并购,外延至华东、华



资料图

中、华北、西北等区域,目前旗下共有15个主要乳制品品牌、16家乳制品加工厂、13个自有牧场。君乐宝乳业也加快了并购步伐,继今年5月完成控股云南来思尔乳业后,7月再次拿到西安银桥乳业科技有限公司80%股份。

在业内看来,君乐宝乳业和新希望乳业在全国产业链的布局,将为茉酸奶、一只酸奶牛全国业务扩张提供稳定的供应链支持。

一位不愿具名的业内人士表示,与现制茶饮相似,现制酸奶品牌发展到一定规模后,也要面对供应链建设问题。不同的是,现制酸奶供应链投资较现制

茶饮更重,尤其是牧场、工厂、冷链物流建设,以千店规模的资金实力而言,很难做到在全国范围自建供应链体系。相比乳基原料代工,与具有供应链实力的传统乳企进行股权深度捆绑,现制酸奶品牌可以降低供应链成本,也能提高合作效率。

茉酸奶回复记者称,茉酸奶开始重视供应链建设,这关系到原料和产品质量。君乐宝有着优质原料供应系统和检测手段,这次战略合作将结合双方在不同领域的优势,包括乳制品原料供应、新品研发、食品安全和经营管理等进行深度合作。

光明乳业回应如实酸奶下架:铺货销售情况均正常

□孔文雯

11月14日,针对媒体报道的光明乳业旗下高端酸奶品牌如在部分超市下架,光明乳业相关负责人

向记者回应称,“部分超市下架是正常的商业调整,未来将积极拓展更多商超合作渠道”。

关于媒体报道的OLE及BLT超市搜索不到如实产品,该负责人

表示,这是企业正常的销售调整,这是企业和渠道之间的“双向选择”,对于一些动销情况不太理想的渠道,企业也可以有所选择。该负责人还表示,对于部分媒

体提到的“盒马仅剩一款如实酸奶在售”情况也不属实。目前,如实在上海铺货情况正常,在零售渠道基本销售全覆盖。根据最新统计,如实系列产品在开市客(Costco)、大润

发、盒马、华联吉买盛、乐购、麦德龙、世纪联华、沃尔玛、永辉、奥乐齐、久光超市、城市超市等主要超市卖场中都有销售,而且大部分门店不止一款产品。

乳企紧踩新国标奶粉热点,可持续发展成热词

乳制品企业集体发力新国标奶粉,母乳低聚糖奶粉。

今年的进博会上,食品及农产品展区汇聚全球美食,并继续设立“乳制品专区”,吸引伊利、蒙牛、雀巢、达能等国内外乳业巨头聚首。

记者探访进博会发现,今年婴幼儿奶粉企业紧踩行业热点,进行新国标奶粉、HMO(母乳低聚糖)奶粉首展首发。面对国内出生率下降、市场竞争日趋激烈的现状,内外资奶粉企业集体发力全家营养赛道。此外,可持续发展已成为进博会参展乳业的关键词。

新国标奶粉集体亮相

在本届进博会婴幼儿奶粉展台,新国标产品的首发首展成为最大亮点。伊利、澳优、贝拉米、a2、达能、雀巢、惠氏等品牌,均将新国标奶粉带到进博会现场。新西兰a2牛奶公司大中华区首席执行官黎笑还将将其新国标奶粉发布视为公司20多年发展历程中的里程碑。

今年2月,被称为“史上最严”的婴幼儿配方奶粉新国标正式实施,对婴幼儿配方奶粉中的营养成分含量最小、最大限值进行修订和补充,同时明确限制蔗糖在婴儿和较大婴幼儿配方奶粉中的添加等,为婴幼儿奶粉二次配方注册提供了依据。

我国婴幼儿奶粉实施配方注册制,所谓“二次配方注册”,是指2017年首批通过配方注册的婴幼儿奶粉需在2022年之前重新递交申请。对于进口婴幼儿奶粉来说,能否拿到配方注册资质,决定其能否以一般贸易方式进入中国线下市场,而母婴渠道目前仍被视作奶粉销售的主要推动力。

在进博期间举行的第六届全球乳业合作论坛上,国家市场监督管理总局特殊食品安全监督管理局配注册处处长李晓瑜分享的数据显示,截至目前,共有124家企业的916个

配方拿到新国标注册,其中包括境内100家企业的774个配方、境外24家企业的142个配方。

进口婴幼儿奶粉通过配方注册并非易事。一位奶粉贸易商告诉记者,其早期合作运营的一款澳洲产婴幼儿奶粉主动放弃了二次配方注册申请,原因包括国际关系环境、配方注册对企业综合能力提出更高要求、此前疫情对奶粉工厂现场审查的影响,以及申请配方注册的时间成本和金钱成本相对较高,综合成本在500万元到800万元。

今年5月,新西兰新莱特工厂拿到二次配方注册资质,为a2牛奶公司的中文标签奶粉销售增长提供了后盾。同为此次进博展商的澳洲网红羊奶粉品牌Bubs(巴布斯),配方注册过程并不顺利,甚至影响到其业绩和股价表现。在寻求贝因美、黑龙江“Anjia”乳业帮助申请注册未果后,Bubs正试图以其澳洲Deloraine工厂向市场监管总局重新提交注册申请。

同样看好中国市场并计划申请新国标奶粉注册资质的,还有本届进博会参展商荷仕兰。荷仕兰(中国)乳业有限公司销售部总监廖中林告诉记者,由于没有配方注册资质,过去荷仕兰1段—4段奶粉主要通过跨境电商进入中国市场。目前荷仕兰婴幼儿新国标奶粉已通过工厂现场审查,注册后将布局中国线下母婴渠道。

HMO奶粉进博会抢发

HMO(母乳低聚糖)奶粉是本届进博会奶粉展台的另一大看点。

今年9月,国家卫健委批准两种HMO原料,即2-岩藻糖基乳糖(2'FL)、乳糖-N-新四糖(LNnT)可作为营养强化剂应用于婴幼儿奶粉。 “闸门”刚一开启,伊利、飞鹤、君乐宝、宜品等品牌就宣布推出HMO儿童奶粉新品,蒙牛控股的虹慕生物还成为首批唯一获批的

HMO中国生产企业。

而在此之前,雀巢、惠氏、美赞臣、菲仕兰、雅培等外资巨头,已利用跨境购渠道将HMO奶粉卖到中国,国产奶粉企业则在等待过程中完成技术、研发和产品储备,并在今年陆续落地相关团体标准和行业共识。

本届进博会上,HMO奶粉成为国内外奶粉企业的重点展出品类。目前达能已通过跨境电商渠道为中国消费者提供爱他美、爱他美Essensis奇迹系列、诺优能等品牌的HMO婴幼儿配方奶粉产品,本届进博会上还举行了Essensis“奇迹蓝罐”首发。

展出跨境渠道HMO奶粉的,还有荷仕兰、雅培、惠氏等品牌。早在2019年,惠氏启赋HMO奶粉就已进入中国香港、澳门市场。本届进博会期间,惠氏首次展出并发布国际版启赋HMO婴幼儿奶粉,预计今年12月上市。雅培营养品在2022年12月宣布逐步停止中国市场婴幼儿和儿童营养品的运营和销售,但跨境购电子商务平台不受影响。进博会期间,雅培带来“心美力”跨境版HMO奶粉。

扩容全家营养赛道

受新生儿减少、行业竞争激烈影响,我国婴幼儿奶粉行业进入挤压式竞争阶段。尼尔森数据显示,2023年上半年,中国婴幼儿配方奶粉行业销售额进一步下滑,配方牛奶奶粉、配方羊奶粉分别下滑14%、14.7%。

独立乳业分析师宋亮认为,当前婴幼儿奶粉行业面临的最大挑战,是人口出生率下降造成的市场总体萎缩,另一个挑战是产品、渠道同质化。对企业来说,应加快从传统的营养配方奶粉业务向专业的全家营养精准营养业务转型,服务儿童、成人等特殊消费群体的营养需求。

奶粉企业这一战略转变也在本届进博会上有所体现。“达能旗下产品包括婴幼儿奶粉和辅食、儿科和成人医学营养品、矿泉水、低糖及零糖维生素饮料、电解质水、益生菌产品、中老年奶粉等多个品类,可以说涵盖了消费者从出生到年老整个生命周期。”达能方面告诉记者。

黎笑在进博会上表示,过去3年,a2牛奶公司在中国的全渠道策略取得较好效果,生意规模增长3倍。在新国标奶粉基础上,a2牛奶公司还将深化“全奶战略”,满足全家营养需求视为未来成长战略之一,目前a2鲜牛奶、全脂奶粉等产品在中国市场增长强劲。

廖中林也向记者透露,荷仕兰位于新西兰的新产业园预计2025年投产,届时公司产品线将从婴幼儿奶粉、成人奶粉扩充到液奶等全品类。“近几年全家营养概念兴起,目前成人奶粉占到荷仕兰销售比重的七成。”

布局可持续发展

本届进博会上,“可持续发展”成为中外奶粉企业口中的热词。

数据显示,我国乳业年排放量为6000万吨—7000万吨二氧化碳当量,约占畜牧业总排放的20%,占农业总排放的10%,排放量不容小觑。

在进博会期间举行的第六届全球乳业合作论坛上,蒙牛集团总裁卢敏放表示,未来将推动上游牧场减碳100万吨,改善100万亩土壤健康,2030年前全面转型绿色工厂。在“零毁林”承诺下,蒙牛将联手合作伙伴“保护、恢复和种植一万亿棵树”。蒙牛旗下现代牧业在进博会上还与中粮国际有限公司签订合作备忘录,达成中国乳业首个“零毁林”大豆订单。

同在该论坛上,美赞臣中国首次披露可持续发展战略,并将此视为推动本地化独立运营的又一重

要成果。以“共享健康未来”为愿景,美赞臣确定科研创新、产品质量与发展、责任供应链、能源资源管理等12项可持续发展关键议题,推进30项可持续发展行动计划。在健康领域,引领营养健康研究和创新应用,推进全社会营养改善活动;在共享价值领域,与价值链伙伴合作,共建可持续发展生态圈;在绿色未来领域,到2035年全产业链减少50%的温室气体排放,到2050年实现全产业链碳中和。

不少乳企还将绿色成果“搬进”进博展台。此次伊利旗下大洋洲乳业展台整体突出绿色主题。伊利集团高级执行总裁张剑秋介绍,伊利在上游建设“绿智能牧场”,实现源头减碳,在中游创新资源节约使用和循环利用技术打造5家“零碳工厂”,在下游研发推出5款零碳产品,同时联手利乐、康美、嘉吉、科汉森、罗盖特等43家全球合作伙伴成立“零碳联盟”,预计年度减少碳排放量超5000吨。

达能则在进博会上展示了采用碳捕捉技术生产的“智慧碳瓶”、生物质蒸汽和工业余热利用、废弃物零填埋等一系列“碳中和工厂”技术、脉动、诺优蓓、依云等多款产品均来自“碳中和工厂”。达能中国、北亚及大洋洲总裁谢伟博(Bruno Chevot)表示,“今年年初,达能发布了全新的可持续发展战略,通过食品引领健康、促进绿色发展和社区繁荣。”

可持续发展也是雀巢集团参展的一大亮点。雀巢今年5月与拜耳作物科学、耐特菲姆一起开展水稻再生农业项目;6月与先正达集团中国合作的烟台实验基地收获了第一批低碳小麦;为推进云南普洱咖啡产业的再生农业实践,雀巢将于今年种植培育20万棵荫蔽树;降低碳足迹方面,雀巢发力绿色物流,在多个城市采用电车或氢能源车。

(据《新京报》)

公司新闻

燕塘乳业向广东农垦转让房产交易已完成

近日,燕塘乳业公告,截至公告披露日,广东农垦已根据与公司签订的《物业转让协议》之约定,向公司指定银行账户支付全部交易价款,至此,本次公司向广东农垦转让房产的交易已完成。公司将根据与燕塘物业签订的《物业转让协议》之约定,继续推进落实本次转让广州市天河区燕富路18号房产的相关事宜,并根据交易的进展情况及时履行信息披露义务。(金融界)

皇氏集团提前部分兑付3亿元2020年度第一期债权融资计划

11月7日,皇氏集团发布公告称,近期公司2020年度第一期债权融资计划持有人会议审议通过了《关于皇氏集团股份有限公司提前兑付20桂皇氏集团ZR001债权融资计划的议案》,兑付日期为11月6日,兑付金额为本金3亿元及利息。截至公告披露日,公司提前部分兑付2020年度第一期债权融资计划已完成。(界面新闻)

圣农发展独立董事杜兴强辞职

11月9日,圣农发展发布公告称,杜兴强因个人原因辞去圣农发展第六届董事会独立董事、董事会专门委员会审计委员会主任、薪酬与考核委员会委员职务。目前,杜兴强未持有公司股份,辞去上述职务后,将不再担任圣农发展任何职务。

圣农发展表示,鉴于相关辞职会导致公司独立董事人数低于董事会成员的三分之一,以及独立董事中欠缺会计专业人士,根据有关规定及要求,杜兴强的辞职将在公司股东大会选举产生新的独立董事后生效。圣农发展也将按照有关规定,尽快完成新任独立董事的补选工作。(王易扬)

承德露露今年将开拓杭州、重庆等市场

11月13日,承德露露在互动平台表示,公司今年继续加大力度开拓杭州、重庆市场,并进一步拓展了安徽、江苏、上海、四川等市场,目前市场推广工作正在持续推进。(孔文雯)