南方乳业扣响新三板,图谋北交所上市没那么容易

□郭铁

南方乳业的真正意图是实现北交所上市。

近日,贵州省区域乳企南方乳业向全国股份转让系统申请挂牌并获受理,让沉寂两年之久的新三板乳业板块有了一丝涟漪。

2015年前后,地方乳企密集挂牌新三板,但此后等来的却是红星美羚、熊猫乳品、广西百菲(百菲乳业)、桂牛乳业、金河科技、骑士乳业终止挂牌的消息。摘牌企业中,熊猫乳品已实现A股上市,骑士乳业成为"北交所乳业第一股",百菲乳业则于今年6月向广西证监局申请上市辅导备案。而在挂牌乳企中,牧同科技达诺乳业、骏华农牧均有意冲刺北交所,就连刚刚提请挂牌新三板的南方乳业,真正意图也是北交所上市。

分析认为,从密集挂牌新三板,到意图冲刺主板上市,再到转战北交所,反映出乳企上市难度加大,尤其在股票发行注册制全面实施以后。一些人将北交所看作乳企上市的另一种选择,但如果不能突出专精特新特点,北交所上市空间仍然有限。

申请挂牌新三板

公开资料显示,此次申请挂牌新三板的贵州南方乳业股份有限公司(简称"南方乳业")为贵阳市农业农垦投资发展集团有限公司(简称"贵阳农投")控股子公司,前身是1953年成立的"花溪奶牛场"。

2017年11月,贵阳农投批准贵阳三联乳业有限公司(简称"三联乳业")设立南方乳业。为更好地推进贵阳农投集团乳业板块发展和上市,解决同业竞争问题,2019年12月,三联乳业将南方乳业100%股权转让给贵阳农投,并在次年将乳业核心资产无偿划转给南方乳业。

目前,南方乳业拥有8个规模化牧场以及"山花""花都牧场""花溪老酸奶""贵草"等品牌,由贵阳农投持股51%。2021年、2022年、2023年上半年,南方乳业营收分别为13.26亿元、15.75亿元、8.63亿元,净利润分别为1.42亿元、1.71亿元、0.99亿元。

以2022年营收规模计算,南方乳业在同期36家上市、挂牌乳企中排在第22位,位于三元股份、皇氏集团、一鸣食品、天润乳业、燕塘乳业之后,但已超过阳光乳业、骑士乳业、麦趣尔、庄园牧场、西部牧业等其他区域上市乳企,处于行业中上水平。

不过与多数区域性乳企一样,南方乳业对本土市场较为倚重。按2021年贵州省常住人口及人均奶类消费品测算,南方乳业在贵州省市场占有率约为51.36%。虽然近年来南方乳业产品已推广至湖南、四川、重庆、广西、云南、广东等周边市场,但贵州省内主营业务收入占比仍超过90%,存在销售区域过于集中的风险。

值得注意的是,2020年,南方乳业曾就IPO(首次公开募股)券商服务项目进行公开招标。中信证券今年1月发布的上市辅导备案报告中,南方乳业也赫然在列。相比挂牌新三板,A股或许才是南方乳业理想的上市融资平台。早在2015年,南方乳业关联方三联乳业"险些"被伊利收购,这也是其距离A股最近的一次。

图谋北交所上市

南方乳业提交申请之前,新三板乳业板块已两年未有挂牌消息传出,且不少挂牌乳企转而冲刺北交所或主板上市。

记者梳理新三板挂牌乳企信息发现,2015年前后是地方乳企扎堆挂牌新三板的关键一年,骑士乳业、桂牛乳业、赛科星、中鼎牧业、红星美羚均在这一年挂牌,2018年以后新挂牌乳企数量逐年减少。2016年—2021年,每年新挂牌乳企数量分别为3家、1家、1家、0家、1家、1家。在此期间,红星美羚、广西百菲(百菲乳业)、桂牛乳业、金河科技相继摘牌,熊猫乳品2020年成功转战A股上市,骑士乳业于今年10月登陆北交所,新三板挂牌乳企数量已从2020年的10家缩减至目前的7家。

而在剩余7家挂牌乳企中,牧同科技已于2022年12月与中德证券签订了北交所上市辅导协议。达诺乳业向安徽证监局报送北交所上市辅导备案申请材料并获受理,辅导机构为国元证券。同样冲刺北交所但暂不符合上市财务条件的,还有骏华农牧。南方乳业也在公开转让说明书中明确提出,公司已与中信证券、大华会计师和德恒律师签订北交所发行上市服务协议,拟于挂牌后18个月内向北交所提交发行上市申请文件。

从公开信息可以看到,冲刺北交所并非这些挂牌乳企最初规划的上市路径。早在2020年10月,骑士乳业就向内蒙古证监局报送了上市辅导材料,直至2022年1月才变更为北交所上市。同在2020年10月,骏华农牧向宁夏证监局报送"向不特定合格投资者公开发行股票并在精选层挂牌"的辅导备案资料,而据证监会指导意见,挂牌满一年的精选层企业,且符合上市条件的新三板企业,可直接申请赴上交所科创板或深交所创业板上市。

除中途转战北交所几家挂牌乳企外,其他新三板摘牌乳企的主板上市意图更加明显。2018年退出新三板的红星美羚于两年后启动上市辅导,最终因管理层向经销商居间协调借款等问题,不符合首发上市规定,被深交所创业板终止上市审核。与红星美羚同一年摘牌的百菲乳业,今年6月向广西证监局申请上市辅导备案,拟向上交所主板发起冲刺。2021年9月摘牌的金河科技,其关联方塞尚乳业董事长闫建国也曾在2018年提出上市目标。

乳企上市难度加大

从冲刺主板到转战北交所,反映出乳企上市难度加大。

今年2月,股票发行注册制全面实施,要求主板要突出大盘蓝筹特色。所谓"大盘蓝筹",是指上市公司在市场中有一定垄断性的市场潜力,有较好的盈利能力,且有一定的市场前景。

独立乳业分析师宋亮此前接受记者采访时认为,注册制实施后,对上市主体要求会更严。传统食品企业主板上市可能会受限,除非有很好的商业模式且能够保持稳定增长。整体而言,目前乳业产能过剩,如果上市融资可能进一步加重产能过剩。如果乳企附带农牧业,带动上游经济发展,通过主板上市审核的可能性相对更大。

记者注意到,乳企的上市进程并不顺利。由于"上市进程发生变化",完达山乳业今年6月宣布其IPO辅导及保荐服务项目终止。三战深交所主板的菊乐食品,新一轮上市申请在今年3月获得受理后,由于财务资料已过有效期需要补充提交,审核状态变为"中止",9月因同样原因审核再次中止。

从财务表现来看,"北交所乳业第一股"骑士乳业2020年—2022年营收分别为7.07亿元、8.76亿元、9.48亿元,净利润分别为2288.15万元、5572.72万元、7162.39万元。2022年营收规模在36家上市、挂牌乳企中位列第28位,净利润水平位列第20位。2022年登陆A股的四川区域乳企阳光乳业,2022年营收仅为5.7亿元,位于36家上市、挂牌乳企第30位,净利润水平位列第17位。

目前的7家新三板挂牌乳企中,除赛科星营收规模超过40亿元外,牧同科技、骏华农牧、一景乳业、达诺乳业、沃野牧丰营收规模均未超过4亿元,在所有上市、挂牌乳企中排名垫底,距"大盘蓝筹"要求差距较大。

在香颂资本董事沈萌看来,乳企即便转战北交所,上市难度依然存在。目前北交所还未开放直接挂牌申请的机制,因此企业需要按照原有规则,先进入新三板挂牌一年且满足相应条件后,才能申请进入北交所。"虽然北交所近期在部分政策刺激下交易火爆,但对乳业这类传统企业仍有很大的资质障碍。如果不能突出专精特新特点,北交所上市空间仍然很小。"

国家乳业技术创新中心投入实体化运营

□王佳

12月17日,国家乳业技术创新中心正式投入实体化运营。

启动仪式上,中国工程院院士任发政、庞国芳、姚斌等受聘成为国家乳业技术创新中心技术咨询委员会专家。呼和浩特市、内蒙古农业大学和伊利集团签署共创乳业实践基地战略合作协议。中国—新西兰乳业发展中心同时成立。

作为全国唯一的国家级乳业技术创新中心,国家乳业技术创新中心聚焦国家战略需求和产业发展,以建设具有全球影响力的乳业科技创新中枢为目标,聚合国内外创新资源,牵头实施协同创新项目,旨在解决我国乳业"卡脖子"问题,开发前沿引领技术。

此次国家乳业技术创新中心正式启动实体化运营,是中国乳业科技创新迈出的关键一步,为呼和浩特打造"世界乳业科技之都"再添光辉,在内蒙古自治区和中国乳业发展进程中具有重要里程碑意义,更是向世界展示了乳业高质量发展的中国方案、中国力量。

聚贤引智,打造战略科技力量

产业的蓬勃发展离不开人才的集聚。在此次大会上,任发政院士、庞国芳院士、姚斌院士与马维野、严卫星、姜毓君、齐景伟、李喜和、陈历俊、宁一冰等专家代表接过国家乳业技术创新中心聘书,他们将持续发挥专业的力量,为破解乳业前沿技术难题群策群力。

国家乳业技术创新中心由国家科技部批准建设,总部落户于呼和浩特市伊利现代智慧健康谷。该中心整合了超过100家成员单位的优势资源,集聚了10名院士、100多名高级行业专家、20多名海外专家、1000多名核心科研人员和超过5000人的全产业链创新队伍,组建了中国规模最大的乳业顶尖智库,开展高水平协同创新,逐步实现了科技力量和创新资源的组网,为乳业高质量发展提供了强大的科技支撑。

在中国乳业高质量发展的战略机遇期和关键窗口期,汇聚全球力量,深化科技创新,才能更好地推动乳业发展。此次大会上,国家乳业技术创新中心与新西兰农科院共同成立了中新乳业发展中心,双方将在人才、资源等方面进一步深化合作,加快形成强劲活跃的"乳业新质生产力"。此前,国家乳业技术创新中心还与法国国家农业科学研究院、荷兰瓦赫宁根大学、英国剑桥大学等国外知名科研机构和高校建立了产学研合作关系,不断拓宽国际创新合作,为攻克乳业"卡脖子"技术瓶颈问题与前沿研究提供攻坚力量,为世界乳业高质量发展提供有力契机。

技术攻关,科学赋能全产业链

解决行业发展痛点问题,关键核心技术攻关是重中之重。国家乳业技术创新中心围绕全产业链进行创新链布局,形成了覆盖乳业全产业链的创新实体网络,为行业企业提供全方位、多元化的技术创新服务和系统化解决方案,为技术成果转化和应用提供支撑。国家乳业技术创新中心总经理何剑介绍说,"在过去四年里,国家乳业技术创新中心在呼和浩特、北京、上海、哈尔滨,共部署建立了四大研发中心;同时也建设了三大支持平台,为新技术孵化保驾护航。"基于"一网络、四中心、三平台"的协同配合,国家乳业技术创新中心全产业链各个领域都取得了一批达到国际领先水平乃至全球首创的科研成果。

会上,国家乳业技术创新中心重磅发布了10项领先科技成果:创新集成高产奶牛性别控制胚胎生产关键技术,推动我国奶牛良种性能快速达到国际先进水平;创新开发"高产奶牛精准营养调控技术",实现泌乳奶牛平均日单产41公斤以上,达到国内领先、国际高水平;打造行业首个婴配粉母乳化程度数字评价体系,高效识别婴配粉产品与母乳之间的差异,指明婴配奶粉创新方向;首创生物转化营养乳品技术体系,开发出高稳态、高活性、高吸收率的原生DHA纯牛奶,助力推动高端营养健康乳品的发展;建立益生菌菌株研究及高效筛选平台,开启"中国菌株"资源快速筛选及应用新篇章;全球首创常温活菌包埋技术,首次实现活菌在高水活度常温产品中稳定存活;全球首创易吸收乳化包埋稳态钙技术,大大提升乳品中钙的含量和吸收率;以及达到国际先进水平的乳铁蛋白高效分离制备技术、解决了热敏性物质需要冷链运输难题的锁鲜包装技术、国际一流的基于全链条管理的食品安全风险分析体系。

国家乳业技术创新中心的丰硕成果得到了参会嘉宾的高度评价与充分肯定,这是政府、企业、高校、科研院所精诚合作、携手推动的结果。为进一步深化政校企合作,集聚各方力量打造创新平台,呼和浩特市政府、伊利、内蒙古农业大学在会上共同签署了共创乳业实践基地战略合作协议,未来将在前瞻性技术研究、产业关键共性技术攻关、高层次人才引进与培养等方面进一步展开深入交流与合作。中国乳业龙头伊利作为国家乳业技术创新中心的牵头单位和重要合作方,在加速科技创新成果优势转化为产业优势的过程中发挥了不可忽视的重要作用。伊利始终坚持创新战略,持续开展全产业链上、中、下游核心技术攻关,整合海内外研发资源构建"全球智慧链",不断强化全产业链的韧性,完善"从一棵草到一杯奶"的产业生态圈,为国家乳业技术创新中心提供人、财、物等全方位支持,助力中国乳业高质量发展。

随着国家乳业技术创新中心的实体化运营正式启动,乳业迈向全新的发展阶段。未来,国家乳业技术创新中心将进一步强化科技创新引领,联合伊利等行业企业,以及高校、科研院所等优势资源,持续发力、共建共享,推动实现乳业科技自强自立,推动中国乳业引领世界行业发展。

专利许可使用悬而未决 承德露露进退维谷

□孔文燮

拉扯多年的官司纠纷,依然在给承德露露添堵。12月18日,承德露露发布公告称,近日收到河北省高级人民法院(以下简称"河北高院")的《民事判决书》,上诉请求被驳回,需支付上诉费超58万元。

近年来,承德露露的处境进退维谷。一方面,营收常年维持在20多亿元,增长乏力;另一方面,其主要市场在长江以北,与南方露露形成隔江对立格局,产品推广困难重重。更重要的是,对于承德露露商标、专利许可使用权等问题,依然悬而未决。

驳回上诉

在12月18日发布的公告中,承德露露称近日收到河北高院《民事判决书》冀民终226号,河北高院对原告承德露露起诉王宝林、王秋敏与公司关联交易损害责任纠纷一案二审出具了驳回上诉、维持原判的判决。

根据公告,承德露露此次诉讼的对象,是其前董事长王宝林和前副董事长王秋敏。承德露露表示,"二人于2001年12月至2006年6月间,以承德露露的名义,私下与关联企业露露集团有限责任公司(后更名为霖霖集团有限责任公司,以下简称'露露集团公司')、汕头市高新区露露南方有限公司及香港飞达企业公司签订《备忘录》《补充备忘录》等关联交易合同"。

此前,汕头市中级人民法院一审以"万向三农集团有限公司请求确认《备忘录》《补充备忘录》构成损害公司利益的关联交易行为,依据不足,理由不充分,不予支持。该案证据不足以认定露露集团公司、承德露露股份公司、露露南方公司、香港飞达企业公司四方共同签订的《备忘录》《补充备忘录》损害了承德露露股份公司的利益,故不存在关联交易损害赔偿的问题"。

河北高院的判决结果显示,驳回承德露露股份公司的股东万向三农集团有限公司提起的公司关联交易损害赔偿责任案诉讼请求。本案审理中,承德露露股份公司亦未脱离前述《备忘录》与《补充备忘录》进行相关损害赔偿主张。在生效判决已作出不存在损害公司利益的关联交易行为认定的情形下,承德露露股份公司主张王秋敏、王宝林利用关联交易损害公司利益应承担赔偿责任,缺乏事实和法律依据。

由于河北高院驳回了上诉,维持原判,承德露露需承担二审案件受理费583401.5元,并且本判决为终审判决。

承德露露于1997年底在深交所上市,成为国内饮料行业首批上市公司之一,现为万向三农集团有限公司控股的上市公司,主要产品为"露露"杏仁露,包括原味、无糖、浓情款、小露露、经典低糖等,此外还推出了果仁核桃系列、杏仁奶系列等产品。

值得注意的是,天眼查显示,承德露露持有霖霖集团有限责任公司30%股份,是其最大股东。

商标权之争

上诉被驳回,让本就受困于商标权争议的承德露露处境变得不利。

承德露露认为,《备忘录》和《补充备忘录》的签订,直接损害公司及广大投资人的利益。因此,该公司在2020年起诉两名被告,要求对方赔偿关联交易给公司造成的直接经济损失1.08亿元。

2020年4月1日,承德露露曾提出诉讼请求,"确认二被告以公司名义秘密签订关联交易合同、处置公司股权、处置知识产权、分割市场、限制公司产品生产和销售渠道的行为,构成公司董事实施的损害公司利益的关联交易;判令二被告共同连带赔偿关联交易给原告造成的直接经济损失1.08亿元(商标侵权损失截止日为2019年12月31日,2020年后的商标侵权损失另行计算);本案诉讼费由二被告承担"。

根据2006年12月30日中国证监会以证监公司字【2006】306号文件批准同意的和2007年1月26日召开的公司2007年第一次临时股东大会通过的《购买商标、专利等无形资产议案》,公司以3.01亿受让露露集团公司的商标、专利等无形资产,具体包括:露露系列商标共127件;专利73项;各类域名共74个;企业及商品条形码205种。根据北京中证评估有限责任公司中证评报字【2006】第056号评估报告及补充说明,受让之露露系列商标权评估价值为1.99亿元。上述无形资产已于2008年3月10日办理转让过户的全部手续。

对于诉讼对公司本期利润或期后利润的可能影响,承德露露表示,"王宝林、王秋敏规避上市公司董事会、股东大会对关联交易合同的审议与批准,秘密签订《备忘录》及《补充备忘录》的行为严重违背了对上市公司的忠实义务,严重影响了公司商标的统一及市场的完整,干扰公司的生产经营,影响公司长远发展,但暂无法准确估算对公司本期利润及期后利润的具体影响。该诉讼案件如有后续进展,公司将及时履行信息披露义务"。

福建华策品牌定位咨询创始人、福建省同心民族品牌发展研究院高级顾问詹军豪在接受记者采访时表示,"承德露露与原高管的商标纠纷对其经营和市场拓展确实产生了影响。在此次判决中,高院驳回承德露露关于商标的相关诉求,意味着企业在短期内无法解决这个问题"。

难觅新增长

上世纪90年代,承德露露便因天然独特的口感、健康营养的属性火遍了大江南北,但承德露露并未能延续高增长势头。

财报显示,2018—2022年及2023年前三季度,承德露露的营收分别约为21.22亿元、22.55亿元、18.61亿元、25.24亿元、26.92亿元及20.35亿元,增长十分乏力。从毛利率来看,2018—2022年及2023年前三季度,承德露露毛利率分别为50.76%、52.62%、50.13%、46.79%、44.85%及43.15%,除2019年毛利率有所增长以外,连续三年出现了毛利率下降的情况。

中国食品产业分析师朱丹蓬认为,承德露露产品单一且老化、创新不足,并受困于山寨产品、品牌纠纷以及竞争激烈、市场区域发展不均衡多个问题,"近年来,其主营业务仍是植物蛋白饮料的生产和销售,主要产品有且只有'露露'杏仁露,虽包括原味、无糖、浓情款、小露露、经典低糖等,但味道和口感基本没变"。

詹军豪也表示,承德露露过于依赖杏仁露这一大单品,确实是营收增长受限的原因之一,"在如今饮料市场竞争格局下,单一产品的风险较大,一旦市场环境发生变化,或者消费者需求下滑,对公司业绩的影响将会非常大。但是盲目地进行品类延伸,不但无法保证业绩增长,还可能影响公司整体业绩下滑"。

承德露露所处的植物蛋白饮料行业,目前形成了"东银鹭,西唯怡,南椰树,北露露"的区域割据式竞争格局。但事实上,银鹭巅峰时期营收超过50亿元;唯怡豆奶依靠打开餐饮场景,年营收超过40亿元;椰树凭借旗下"椰汁"已经贯通南北,年营收超过40亿元;就连六个核桃都后来居上,最高时期年营收接近100亿元,近两年有所下滑,2022年营收59亿元。相比之下,承德露露常年营收徘徊在20亿—30亿元,并且主要集中在北方市场。

詹军豪表示,"从宏观市场看,植物蛋白饮料品类未来仍存在一定的机会。随着健康理念的普及,消费者对植物蛋白饮料的需求仍在增长"。

公司新闻

君乐宝乳业变更为股份制公司并增资至7.2亿元

12月15日,君乐宝乳业集团有限公司发生多项工商变更,企业名称变更为君乐宝乳业集团股份有限公司,企业类型由其他有限责任公司变更为其他股份有限公司(非上市),注册资本由约6221.6万人民币增至7.2亿人民币,同时经营范围新增特殊医学用途配方食品生产。该公司成立于2000年4月,法定代表人为魏立华,由魏立华、宁波探智企业管理咨询合伙企业(有限合伙)、春华韶景(天津)股权投资合伙企业(有限合伙)等40多位股东共同持股。

2022年7月,君乐宝宣布正式启动IPO,并表示争取在2025年完成上市。 (界面新闻)

大庆老牌冷饮企业星万德福上新17款冰淇淋

黑龙江大庆老牌冷饮企业星万德福食品有限公司近日针对2024年冰淇淋市场发布17款新品。

每年11月到次年2月,冷饮企业进入推新、招商季。有着20年历史的星万德福与沈阳枫可祺冷饮咨询策划公司此次合作推出17款冰淇淋新品,代表性产品有用纯可可脂巧克力代替传统脆筒的"锥巧",跳跳糖雪糕棒且常温静置1小时还能保持完整造型的"小鸡捣蛋",怀旧情怀的"老味道"奶糕等,价格带集中在1元—3元,突出产品创新与高性价比。 (据《新京报》)