



业绩增速放缓、董事长辞职 南方乳业上市之路再遇考

□孔文燮

近日,贵州南方乳业股份有限公司(以下简称“南方乳业”)董事长王黔生递交了辞职报告,给出的理由是其已到法定退休年龄,之后不再担任公司任何职务。翻开王黔生在南方乳业的履历,其2019年担任公司执行董事,2020年上任公司董事长,任期未满5年。王黔生的突然辞职,给南方乳业的上市之路留下阴霾。

根据南方乳业发布的公告,公司自2024年4月18日起调入新三板创新层,距离上市更进一步。不过,去年南方乳业的营收和净利润明显放缓,并且有两次产品抽检不合格的记录。新任董事长之职还未确定,南方乳业冲击北交所仍有诸多变数。

业绩增速放缓

根据南方乳业发布的挂牌新三板以来首份年报,2023年实现营业收入18.05亿元,同比增长14.6%;实现归母净利润2.03亿元,同比增长18.34%。不过与2022年相比,增速有所放缓。

2021—2023年,南方乳业实现营收分别为13.26亿元、15.75亿元、18.05亿元,实现归母净利润分别为1.42亿元、1.71亿元、2.03亿元。

2023年度内,南方乳业的毛利率同比有所下滑。按产品分类,其他乳品报告期内营业收入397.7万元,同比减少

228.34万元,下降36.47%,主要系其他乳品的销量减少影响;毛利率较上年减少31.48%,主要系报告期内其他乳品价格下降影响。如果按地区分类,其他业务毛利率较上年减少32.03%,主要系报告期内小牛价格下降,导致其他业务收入和毛利率下降。

南方乳业属贵阳市农业农垦投资发展集团有限公司控股子公司。2020年6月,经贵阳市农业农垦投资发展集团有限公司批准,原贵阳三联乳业有限公司(以下简称“三联乳业”)涉及乳业生产经营性资产划转入南方乳业,南方乳业将承接三联乳业中乳业板块的主营业务,包含奶牛养殖、乳品加工及销售等。

一年两次抽检不合格

作为有着近70年历史的老牌贵州乳品企业,南方乳业官网宣称利用信息化手段实现产业链全流程可监控、可追溯,强化技术检测手段、全过程控制乳制品质量安全,却在多次抽检中被检出产品不合格。

2023年3月31日,广州市市场监督管理局发布通告称,近期对市内生产经营的12大类食品进行监督抽检,根据食品安全国家标准,在2587批次抽检实物中,有37批次样品不合格。不合格产品信息显示,1批次标称“贵州南方乳业有限公司”生产的娟姗鲜牛奶被抽检出菌落总数不合格,该批次产品商标为“娟

王子”,规格型号为“258mL瓶”,生产日期为“2022/07/25”,第三方企业为“悦淳(广州)生物科技有限公司”。

值得注意的是,不合格产品信息显示,经贵州省市场监督管理局核查,不合格原因系委托方悦淳(广州)生物科技有限公司在二次运输到终端卖场过程中,未采用冷链配送车辆进行配送,导致产品脱冷所致。

据介绍,菌落总数是指示性微生物指标,并非致病菌指标。主要用来评价食品清洁度,反映食品在生产过程中是否符合卫生要求。菌落总数超标说明个别企业可能未按要求严格控制生产加工过程的卫生条件,或者包装容器清洗消毒不到位,还有可能与产品包装密封不严、储运条件控制不当等有关。

此前,南方乳业还有一次抽检不合格。2023年1月6日,清镇市市场监督管理局发布一则关于不合格食品核查处置情况的通告称,广州于2022年9月20日对南方乳业生产的娟姗鲜牛奶、有机鲜奶进行安全抽样检验,这两批次产品规格型号均为“258mL瓶”,生产日期均为“2022年9月15日”,结果显示,这2批次产品的菌落总数和大肠菌群项目均不合格。经过原因排查,南方乳业受广州企业委托生产在广州区域销售的娟姗鲜牛奶、有机鲜奶,委托方(南方乳业)在物流运输以及二次运输到终端卖场过程中,未严格按照冷链配送要求进行配送

所致。南方乳业上述行为涉嫌违反了《中华人民共和国食品安全法》第三十四条第一款的规定,依法按程序调查清楚后,清镇市市场监督管理局根据《市场监督管理行政处罚程序规定》第四十七条规定,终止案件调查。

转道冲击北交所

2024年1月22日,南方乳业更新上市进程。公告显示,南方乳业已将上市辅导备案板块由上交所主板变更为北交所,辅导备案证监局仍为贵州证监局,辅导机构仍为中信证券。

关于更换原因,南方乳业方面曾表示,根据公司自身经营情况、业务特点以及未来发展规划,公司于2024年1月19日将上市辅导备案板块由上交所主板变更为北交所,辅导机构不变,同日公司与证券公司签署了上市辅导协议。

独立乳业分析师宋亮表示,“对于企业来说,现在最大的问题是融资难、融资渠道单一,所以不得不通过上市来增加融资途径。不过传统食品企业冲击北交所难度越来越大,这种情况下必须要有真正可持续发展的能力。南方乳业的主业如果在未来五年能够保持业绩持续增长,就有机会冲击北交所”。

知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪表示,“从南方乳业2023业绩放缓来看,说明公司在经营中确实面临压力,冲击北交所也有难度。首先,公司营收放缓是一个不容忽视的问题。近年来,南方乳业的营收增长速度明显放缓,这可能与市场竞争的加剧、消费者需求的变化以及公司自身经营策略的调整有关。营收放缓不仅会影响公司的盈利能力,还可能影响其在资本市场的表现,从而增加冲击北交所的难度”。



■资料图片

2024年4月19日,南方乳业更新上市进程。公告显示,南方乳业已将上市辅导备案板块由上交所主板变更为北交所,辅导机构不变,同日公司与证券公司签署了上市辅导协议。

宋亮表示,“贵州市场比较多元化,南方乳业作为本土企业,整体盈利还是不错的。在消费降级,同时龙头企业加速全国布局的情况下,南方乳业需要做好当地市场,做精做细,发挥小企业的灵活性,产品也要做扎实。对于一些企业来说,不一定做大,但一定要在当地市场做强”。

对于业绩增速放缓,转战北交所的难度等问题,记者通过邮件向南方乳业发出采访函,截至发稿前未收到回复。



麦趣尔2023年减亏七成

麦趣尔日前发布2023年财报显示,其营收为7.09亿元,同比减少28.32%;净利润为-9709.85万元,同比减亏72.32%。按产品分,麦趣尔的乳制品营收为2.72亿元,同比下降50.51%;烘焙食品营收为2.96亿元,同比下降0.13%;节日产品营收为4197.43万元,同比下降5.48%;其他营业收入9953.76万元,同比增长0.18%。按地区分,其新疆以内市场营收为2.54亿元,同比下降7.44%;新疆以外市场营收为4.55亿元,同比下降36.34%。截至2023年年底,麦趣尔共拥有227家烘焙连锁门店,其中浙江地区186家,新疆地区41家。

麦趣尔在此前业绩预告中解释称,2023年公司部分主营产品销量有所减少,收入下降;公司重新进行产品结构、渠道建设、品牌营销等方面的调整,加大多渠道建设和品牌营销宣传,导致相关费用投入有所增加。同时,麦趣尔披露2024年一季度报告显示,其营收为1.54亿元,同比下降12.27%;净利润亏损3196.12万元,同比减亏294.62%。

从财报可以看出,麦趣尔尚未走出丙二醇阴影。2022年6月27日,新疆昌吉市市场监督管理局收到国家食品安全抽检信息系统平台推送的浙江丽水市庆元县市场监管局检验报告,发现麦趣尔2批次纯牛奶含有食品添加剂丙二醇。受相关事件影响,麦趣尔2022年亏损3.51亿元。与此同时,麦趣尔控股股东麦趣尔集团所持上市公司流通股份被冻结,且多次被司法拍卖。(郭铁)

三元股份去年营收超78亿元 液态奶毛利率为22.44%

4月20日,三元股份的2023年年度报告已出炉。2023年,三元股份实现营业收入约78.41亿元,同比下滑1.38%;归属于上市公司股东的净利润约2.43亿元,同比增长502.39%。

三元股份表示: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,北京首农畜牧发展有限公司不再纳入公司合并范围;上述因素导致公司2023年收入同比略有下降。剔除上述因素影响,公司2023年收入同比增长9.34%。财报显示,乳制品行业在宏观经济复苏下需求增长不足,原奶供需失衡。乳制品各品类发展分化,常温白奶作为基本盘呈现复苏增长;巴氏奶增长潜力较大,企业加速布局;酸奶产品整体增长面临压力;婴幼儿配方奶粉在新生儿数量减少的挑战下,进入挤压式发展阶段。

2023年,三元股份的液态奶实现营业收入约48.42亿元,同比增长3.91%,产品毛利率为22.44%,同比下滑4.78%。

三元股份2023年度利润分配预案是:拟以实施权益分派股权登记日总股本为基数,向全体股东每10股派发现金红利0.49元(含税),合计拟派发现金红利约7394.96万元(含税),约占2023年合并报表归属于母公司所有者的净利润的30.47%。

2024年,三元股份的经营目标为:力争在2023年营业收入基础上同口径实现双位数增长,且扣非后归母净利润大幅改善(该经营目标受未来经营环境影响,存在一定不确定性,不构成对投资者的业绩承诺)。(阎侠)

“不跑不怂不赖”,钟薛高还能把债还上吗?

在被限高一个月后,钟薛高创始人林盛首次公开回应,表示“不跑不赖不怂”。

如多数崛起于网红时代的品牌一样,钟薛高步子迈得太大,犯了致命错误,最终被流量反噬。林盛曾表示,“成本摆在那里,就是这个价,爱买不买”,也在被限高后承诺“卖红薯也要把债还上”。但深陷欠薪、停产、限高旋涡之下,钟薛高还能否把债还上,需要打个大大的问号。

限高后林盛首次发声

钟薛高正经历“至暗时刻”。

4月22日晚间,林盛罕见地在微博发声称:虽然限高,还是不惧坐一晚上绿皮火车到北京。我就是卖红薯也要把债还上。我要代表所有遭遇困难的民营创业者说一句:“不跑不赖不怂。”这就是我们中国民营企业的底色。

“钟薛高创始人称卖红薯也要把债还上”话题冲上热搜第一位。之后,林盛又发文称:虽然钟薛高目前面临诸多困难,但我们努力改变负起责任的决心没有改变。励精图治,肩负起对员工、伙伴和社会的责任。

只不过,“被刺”过一回的网友们大多并不买账,纷纷留言称“欠债还钱天经地义”“请不要把烤地瓜搞成钟薛高”。

从去年开始,裁员、欠薪、退租等话题就围绕着钟薛高。根据中国执行信息公开网,2024年3月11

日,上海市嘉定区人民法院发布限制消费令,对钟薛高和林盛采取限制消费措施,钟薛高被执行总金额81.81万元。而钟薛高的实缴资本只有81.9406万元。

根据国家企业信用信息公示系统,从去年12月至今,钟薛高被冻结的股权超过3500万元。目前,林盛名下关联企业共有14家,其中6家为存续状态,包括钟薛高食品(上海)有限公司、钟茂(上海)食品科技有限公司、象日葵食品(北京)有限公司等,业务范围涉及食品、广告等。其中,钟薛高食品(上海)有限公司成立于2018年3月,对外投资企业14家,均为100%持股,目前存续8家。值得一提的是,该公司旗下21家分支机构均已注销。

记者搜索电商平台发现,不少商铺的钟薛高也正降价销售。如“米兔冷饮批发”,10支钟薛高售价100元,还特意标注了“新品”。客服向记者表示,“不是临期,全部是2024年日期,批次很多,随机发货”。同时,钟薛高的产能也似乎出现问题,其旗舰店内多款主打产品缺货,客服表示,“还没生产,仓库在调整中,需要等一段时间才能发货”。

钟薛高跌落至此,林盛不是没有责任。2022年,林盛面对消费者高价雪糕的质疑,回应是“成本摆在那里,就是这个价,爱买不买”。连创始人都如此“傲慢”,钟薛高在消费者心中的印象分大大降低。

雪糕并非真正的奢侈品,即便是被誉为“雪糕界爱马仕”的钟薛高,也不过是价格贵的快消品。卖得贵,是因为产品的特殊性,钟薛高从一开始就选择了短、少、精的产品路线,通过少量SKU策略布局产品结构,改变了雪糕季节性、随机性特点,拉长了消费时间,但除了巧克力口味原料的特殊性外,钟薛高与其

他品牌相比并无大的差异;能卖贵,是抓住了消费者的猎奇心理,但毕竟雪糕是季节性的商品,消费者在一段体验过后,很快产生审美疲劳与价值怀疑。

产业时评人张书乐表示,“钟薛高今天的今天,其实是掉入了自己初创时期的坑。雪糕高溢价背后是一个雪糕版的口红效应,即爱马仕太贵,买不起;雪糕界的爱马仕,咬咬牙,也能吃。这种口红效应有着快速迭代和审美疲劳的特征,即有了新崛起品牌(未必是雪糕),就可能继承衣钵,而老品牌一旦不再新鲜,不再具备社交属性,就会逐渐衰落”。

东山再起?

林盛公开回应会努力改变并负起责任,这表明钟薛高有意愿解决当前的问题。“然而,解决债务问题并不仅仅是公司一方的责任,还需要债权人的配合,以及公司是否有足够的资产和现金流来偿还债务。”

东华大学客座教授、全球商品战略高级顾问总监潘俊表示,“钟薛高能否将债务还上,甚至能否东山再起,取决于许多因素,包括公司的财务状况、经营能力、市场状况以及政策环境等。目前钟薛高面临着一些困难和挑战,包括执行金额较高、被冻结的股权超过3500万元等。”

在君智行业部总经理陈方超看来,从品牌角度看,钟薛高难有翻盘机会,“主要是其‘雪糕刺客’的认知

一旦建立,顾客在心智中就会将这个品牌放进‘小黑盒’,在冷饮购买决策时不再考虑。钟薛高早期以高端切入市场,后续价格一度降至个位数,且频繁出现于街边小店。这些错误动作让顾客感知其高端不实,品牌信任度及美誉度已被消耗殆尽”。

知名品牌定位与危机公关专家詹军豪表示,钟薛高能否东山再起,主要取决于品牌是否能够真正认识到自己的问题,并采取有效的措施进行改进。首先,品牌需要加强网络舆情管理,积极回应消费者的质疑和批评,化解危机,重建信任;其次,品牌需要重新审视自己的定位,找到更加符合市场需求和消费者心理的定位;此外,品牌还需要注重产品创新和质量提升,满足消费者的新的需求,提升消费者的满意度和忠诚度。

独立乳业分析师宋亮也表示,“商战深如海,任何一个企业在行业好的时候,无论怎么做都可以,在行业艰难的时候,任何企业都不能犯任何错误。钟薛高的事件给大家上了一课,在今天的中国消费市场,任何一件产品都要精打细琢,经得起推敲,不能忽悠消费者,要用诚意赢得消费者的尊重”。

对于有何还债计划、产能情况、融资情况等问题,记者通过邮件向钟薛高发出采访函,截至发稿未收到回复。

(据《北京商报》)