骏华农牧被申请预重整,距北交所上市目标渐行渐远

□郭铁

近日,新三板挂牌奶企宁夏骏华月牙湖农牧科技股份有限公司(简称"骏华农牧")被第三方申请进行预重整,法院已决定受理。近几年,骏华农牧受奶价下行环境影响业绩连续亏损,眼下正陷入诉讼赔偿、负债率走高、挂牌层级下调等麻烦当中,距北交所上市目标越来越远。

法院受理预重整申请

据骏华农牧公告,2025年1月2日,申请人温海生向银川市中级人民法院提出对骏华农牧进行预重整申请。经审查,骏华农牧具有一定重整价值,符合预重整审理相关法律规定。为准确识别骏华农牧重整可能性,降低重整成本,提高重整质效,法院决定受理温海生提出的预重整申请,并指定国浩律师(银川)事务所担任预重整管理人。

骏华农牧称,本次启动预重整程序不代表法院最终受理申请人对公司提出的重整申请,不代表公司正式进入重整程序,公司是否进入重整程序尚存在不确定性。如果预重整成功,将有利于优化公司资产负债结构,提升持续经营能力;如果法院裁定受理对公司的重整申请,公司存在因重整失败而被法院宣告破产的风险。

香颂资本执行董事沈萌分析称,重整是在法定程序下进行债务重组,而预重整是在正式进入法定程序前,债权人与债务人之间进行直接协商。预重整同样是一种债务重组方式,只是缺少法定程序的强制性和第三方参与。重整和预重整的触发条件都是债务违约,不一定是资不抵债。

骏华农牧麻烦缠身

资料显示,骏华农牧成立于2011年5月,是集饲草种植、奶牛养殖、生鲜乳生产与销售、畜禽粪污资源综合利用的农牧科技企业,2014年7月挂牌新三板。眼下,骏华农牧可谓麻烦不断。

2024年半年报显示,骏华农牧作为被告或被执行人,涉诉累计金额接近3087.3万元,占期末净资产比例为25.75%。两起重大诉讼或仲裁事项涉及建设工程施工合同纠纷、买卖合同纠纷,涉案金额分别约为2139.54万元、763.74万元,其中一起诉讼纠纷源于骏华农牧拖欠中国百货纺织品有限公司玉米青贮饲料款。

截至2024年6月底,骏华农牧因诉讼原因,基本存款账户被冻结43855.68元,公司其他3个一般存款账户合计被冻结25947.38元;合并资产负债率达到82.86%;公司抵押的资产账面价值累计总额占总资产的27.77%。

受消费市场低迷、生鲜乳价格下降、生物性资产销售价格下降等影响,骏华农牧2024年上半年收入、利润双降,期末未分配利润累计余额接近-1.2亿元,未弥补亏损超过实收股本总额的三分之一。

2024年12月11日,因连续60个交易日股票每日收盘价低于每股面值,全国中小企业股份转让系统有限责任公司决定将骏华农牧从创新层调整至基础层。

难以迈进北交所

与如今的境况相比,骏华农牧也有过"高光时刻"。

2019年10月,骏华农牧宣布与蒙牛乳业、中粮糖业签订三方合作协议。蒙牛乳业或以债转股或参股等形式收购骏华农牧股份,骏华农牧拟收购中粮糖业全资子公司中粮屯河惠农番茄制品有限公司全部股权。

在奶源合作方面,骏华农牧与蒙牛乳业拟在生鲜乳购销方面深度合作,蒙牛乳业将提供累计不超过1亿元的扶持资金,支持骏华农牧扩大规模。在项目合作方面,蒙牛乳业拟以债转股或参股等形式收购骏华农牧股份,整合双方平台、技术、品牌等方面资源。受相关消息影响,骏华农牧股价一度暴涨。不过从后期公告来看,该协议最终未能达成。

2020年10月,骏华农牧与天风证券签订辅导协议,并向宁夏证监局报送"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"。骏华农牧当时公告称,公司符合进入精选层的财务条件。

根据2020年6月证监会发布的《关于全国中小企业股份转让系统挂牌公司转板上市的指导意见》,只要是挂牌满一年的精选层企业,且符合上市条件的新三板企业,将可直接申请赴上交所科创板或深交所创业板上市。

然而据骏华农牧2022年4月发布的北交所上市辅导提示性公告,2020年度、2021年度,骏华农牧经审计营业收入分别约为2.05亿元、2.11亿元,分别增长35.69%、2.8%;归属于挂牌公司净利润(以扣除非经常性损益后孰低为依据)分别约为1280.04万元、160.5万元,加权平均净资产收益率(以扣除非经常性损益后孰低为依据)分别为5.13%、0.62%,未达到北交所上市的财务条件。

如今,伴随公司从创新层降至基础层,加之北交所定位专精特新、监管政策收紧,骏华农牧距上市又远了一步。

业绩受奶价下行影响

从业绩表现来看,骏华农牧受奶价波动影响较大,且对大客户蒙牛较为依赖。

受国内奶源过剩、库存压力大、进口大包粉冲击等影响,我国奶牛养殖行业在2016年—2018年身处下行周期,骏华农牧同期净利润连续下滑。此后,我国奶牛养殖业触底反弹,奶价上行周期一直持续到2021年。受此影响,骏华农牧2019年实现扭亏,2020年营收增长35.69%至2.05亿元,净利润大增2348.42%至1280.04万元。

然而好景不长,由于此轮奶价上行给奶牛养殖企业带来乐观的长期前景,导致2020年至2022年大型牧场集中建设浪潮出现。据奶业专业杂志《荷斯坦》不完全统计,2021年全国新扩建牧场项目166个,涉及存栏98万头;2022年约148个,涉及存栏超100万头。2023年,随着越来越多的牧场投产,奶源供给过剩情况愈发严重,加之乳制品市场消费不容乐观,我国奶价、牛价持续走低。

在此背景下,2021年—2023年,骏华农牧营收分别为2.11亿元、2.52亿元、2.04亿元,净利润分别160.5万元、-954.24万元、-7463.8万元,亏损加剧。

■资料图片

与此同时,公司资产负债率也从2019年的51.49%增长至2023年的78.21%。截至2023年末,骏华农牧未弥补亏损超过实收股本总额三分之一。

另一方面,骏华农牧对大客户蒙牛的依赖,也反映出其抗风险能力薄弱。财报显示,骏华农牧近年来向蒙牛集团及其下属公司合计销售额占公司同期年营业总收入的八成以上,2023年相关占比为88.28%。骏华农牧在年报中提醒,公司客户相对集中,一旦蒙牛集团主要采购计划发生变动或生产经营状况发生不利变化,短期内将对公司经营产生不利影响。

骏华农牧只是中小牧场的一个缩影。据中国奶业协会副会长、中国农业大学教授李胜利预计,在调整期,小牛场将出现30%以上的退出,部分大型牧场发生重组和并购。适当出清和压缩产能有利于缓解生鲜乳供给过剩。出售部分中低产牛甚至后备牛,保障现金流安全,是牧场第一要务,部分牛场已有抄底者考察后备牛。

骏华农牧曾在2024年4月公告中表示,将依托与蒙牛签署的10年生鲜乳收购协议,通过托管、代养、场地租赁等合作方式来吸收无法继续经营的中小牧场优质泌乳牛进行饲养,使现有养殖区域逐步达到满园状态,从而快速增加公司经营收入,同时从养殖规模、优化成本控制、提高奶牛产奶量、拓展销售渠道等方面实现扭亏。

a2牛奶公司2025财年上半年营收实现双位数增长

□本报记者 封斌

2月17日,新西兰a2牛奶公司(以下简称"a2牛奶公司")发布2025财年上半年财报(截至2024年12月31日)。

报告期内,a2牛奶公司持续推行增长战略,专注于在中国及更广泛的市场中最大化发展机遇,并在品牌投资、产品创新和供应链转型的支撑下,取得强劲增长。公司实现营收同比增长10.1%,至8.938亿新西兰元,税后净利润(NPAT)增长7.6%至9170万新西兰元。

聚焦于中国及其他亚洲地区表现来看,财报显示,2025财年上半年时值龙年,受到生育需求释放的影响,中国婴幼儿配方奶粉市场有所改善,市场总值下降幅度收窄。在2025财年上半年,a2牛奶公司中国及其他亚洲地区的营收增长11.8%,至6.142亿新西兰元。中国及其他亚洲地区的EBITDA(税息折旧及摊销前利润)为1.48亿新西兰元,同比增长8.9%。区域内,中文标签婴幼儿配方奶粉增长2.0%至3.05亿新西兰元;英文标签婴幼儿配方奶粉增长22.7%至2.584亿新西兰元;新国标中文标签产品"a2至初"婴配市场份额增至5.3%。而得益于a2牛奶公司创新计划和执行力,报告期内,中国及其他亚洲地区的其他营养产品(包括非婴配产品,以及液态奶在内)销售额同比增长27.3%,达5080万新西兰元。

报告期内,a2牛奶公司与中国农垦集团签署协议,将在中国合作建立全球研发中心,首次在中国本土实现以a2源乳为核心的功能性营养品生产,并推进供应链转型举措。

a2牛奶公司总经理兼首席执行官David Bortolussi表示,鉴于上半财年业绩表现及下半年增长势头,a2牛奶公司2025财年营收增长预期从中高个位数上调至低到中位数的两位数百分比,EBITDA利润率(占营收百分比)预计将略有上升。"未来,推进并获得更多中文标签婴配粉注册机会,发展自有生产,是公司供应链转型的战略重点。"

可口可乐进军高端牛奶市场

随着消费者对含糖饮料的需求下降,促使饮料巨头可口可乐寻找新的增长点。

2020年,可口可乐以9.8亿美元收购了乳业品牌Fairlife的全部股权。随着健康饮品市场的增长,Fairlife迅速成为可口可乐除碳酸饮料外的重要业务板块之一。2022年,Fairlife的年销售额突破10亿美元。

金融公司Jefferies分析师Kaumil Gajrawala指出,"最初没人预料到Fairlife会取得如此成功,甚至连可口可乐自己都没有想到。"

目前,可口可乐公司正在纽约州建设新的生产基地,以扩大产能并满足市场需求。

尽管表现强劲,但可口可乐预计Fairlife增长将在2025年放缓。

据悉,Fairlife创立于2012年,是可口可乐与乳制品批发商Select Milk Producers的合资企业。其产品采用超滤技术去除乳糖和糖分,同时将蛋白质含量提高至普通牛奶的两倍,迎合了消费者对健康食品的需求。

在TikTok上,许多北美用户分享上传了饮用Core Power蛋白饮料(Fairlife核心产品)的体验,或用Fairlife牛奶制作冰咖啡的步骤,进一步推动了品牌的热度。可口可乐也通过其强大的分销网络为Fairlife的市场拓展提供强劲支持,使其迅速进入更多零售渠道,并凭借高端品牌形象吸引消费者。

成功背后,是蛋白饮料市场的快速增长。据Beverage Digest统计,该行业的市场规模已达到60亿美元。

据悉,可口可乐对Fairlife的收购采用了"分阶段支付"模式,最终支付金额依据品牌的业绩表现而定。预计对Fairlife的收购总额将达到62亿美元,将使其成为可口可乐历史上最昂贵的收购之一。不过,该标的并非完美无缺。2022年,Fairlife曾因涉及虚假宣传奶牛饲养环境遭遇集体诉讼,与可口可乐共同支付2100万美元达成和解。

与主要竞争对手百事可乐依靠Frito-Lay零食品牌推动增长不同,可口可乐仍然高度依赖碳酸饮料,Fairlife的成功为其在健康饮品市场的布局提供了新思路。

不过,健康潮流瞬息万变,Fairlife能否持续吸引消费者仍然存在不确定性。 (据《国际金融报》)

10家乳企相继披露业绩预告 两家实现盈利

□文/图 本报记者 杨丽霞

截至目前,10家乳企、牧业集团发布2024年业绩预告,这其中,8家净利润皆出现下滑,两家实现盈利。

据记者统计,骑士乳业预计2024年净利润下降九成;麦趣尔预亏1.5亿元—2.2亿元;三元股份预计2024年净利润同比减少74%—78%;西部牧业预亏9000万至1.2亿元;庄园牧场预亏1.45亿元—1.75亿元;天润乳业2024年净利润同比预降64.8%—75.36%;皇氏乳业预亏超6亿元;澳亚集团预亏11.7亿—13.8亿元;妙可蓝多预计2024年净利润9000万元至1.3亿元;品渥食品预计2024年净利润560万元—820万元。

在分析亏损原因时,多家乳企也表示,主要还是受原奶价格下行、淘汰低产牛只、市场需求变化导致销售承压等因素影响。

从骑士乳业发布的年度业绩预告中可以看到,其预计2024年归母净利润为650万元至840万元,较上年同比断崖式下跌93.07%—91.05%,其主要原因之一为终端产品尤其是生鲜乳产品销售价格下降,使公司整体盈利水平受到较大影响。

据了解,自2023年起,原奶价格便开始出现下降,2024年,原奶供应过剩导致奶价持续走低,与此同时,消费需求增长却相对平缓,导致供需失衡,乳企不得不通过降价促销来消化库存。

麦趣尔披露的年度业绩预告显示,2024年归属于上市公司股东的净利润亏损1.5亿元至2.2亿元,比上年同期下降54.48%至126.57%。关于业绩变动的原因,麦趣尔表示,为应对市场激烈竞争,公司乳制品业务持续加大产品促销力度,使营业利润进一步下降,最终导致销售额和毛利率同比下滑。

三元股份披露的业绩预告也显示,预计2024年年度实现归属于母公司所有者的净利润为5220万元到6260万元,与上年同期(法定披露数据)相比,将减少18007万元到19047万元,同比减少74%到78%。这其中,主要原因为市场需求变化,公司销售承压。

西部牧业披露2024年度业绩预告称,预计2024年净亏损9000万元至1.1亿元,上年同期净亏损6424.57万元。业绩变动原因之一在于公司下属乳制品生产企业持续加大产品促销力度,使营业利润进一步下降,导致销售额和毛利率同比出现下滑。

事实上,从2022年开始,乳品企业旗下品牌的低温鲜奶、常温牛奶、酸奶、奶酪产品均有不同力度的折扣。但是乳品价格的下降,并未带来预期消费的大幅增长。

尼尔森数据显示,2021年至2023年,乳制品全渠道收入增速同比分别为7.9%、-6.5%、-2.4%。2024年一到三季度,乳制品零售市场全渠道销售额同比减少1.8%,其中白奶(常温牛奶、低温鲜奶)产品销售同比下滑3.5%。

独立乳业分析师宋亮曾指出,一二线市场消费已趋于饱和,而三四线市场虽然潜力巨大,但消费习惯的培养需要时间。这种结构性变化要求乳企必须调整战略,加大对三四线市场的开拓力度。同时,消费者对乳制品的需求也呈现个性化、多元化趋势。为应对这一变化,各大乳企纷纷扩展产品线,推出新品。

新市场、新产品的拓展也使乳品企业的经营成本加剧。

庄园牧场披露的2024年度业绩预告显示,预计实现归属于上市公司股东的净利润亏损1.45亿元至1.75亿元。业绩亏损的主要原因,由于行业竞争激烈,为稳定区域市场占比,市场投入费用持续扩大,销售费用同比增长幅度较大。

面对当前乳品产业发展的局面,各大乳企也在纷纷采取措施应对。从目前2024年业绩预告盈利的妙可蓝多和品渥食品发布的公告来看,妙可蓝多在公司原材料采购成本下降等因素导致毛利率较去年同期上升。同时妙可蓝多积极推进各项降本增效措施,销售费用率同比有所下降。品渥食品对于扭亏为盈的业绩也表示,主要原因为公司持续聚焦主责主业,创新升级核心产品;采取一系列降本增效措施,使得产品毛利率提升。

随着春节假期的结束,乳品市场消费的"春节档期"也即将结束,对于乳企而言,2025年的乳品市场要如何在保证质量的同时控制成本;开拓新市场培育消费习惯并且要创新产品满足多元化需求,同时还要在这场"价格风暴"中突出重围,这些无疑都是严峻的考验。

公司新闻

伊利推出"旗舰级"幼猫粮新品

伊利集团旗下内蒙古康益佳生物技术有限公司(简称"康益佳生物")宠物食品品牌"依宝",近日与订阅制会员连锁品牌心怡宠会员店合作,发布首款"旗舰级"羊奶夹心幼猫粮新品。

资料显示,康益佳生物成立于2021年,由伊利集团100%控股。2023年,康益佳生物推出"依宝"品牌,主打宠物肠道健康、高端牛奶同奶源等概念,伊利子公司澳优乳业也参与了相关产品研发。此次发布的幼猫粮新品,针对宠物在幼年期乳铁蛋白摄入不足问题,真材实料不虚标,添加量在市面上同类产品中居前列,此外还添加超过70%的鲜肉及羊奶粉。

目前,伊利、贝因美、健合集团以及雀巢、通用磨坊等中外食品企业,都在加大中国宠物食品市场布局。《2023—2024年中国宠物行业白皮书(消费报告)》显示,2023年我国城镇宠物(猫犬)消费市场规模为2793亿元,食品市场份额为52.3%。另据欧睿国际数据,中国宠物行业2013年至2020年进入高速发展期,复合年均增长率达到21%,此后保持10%的增速。 (郭铁)

百菲乳业拟将控股子公司注册资本由1亿元增加至1.2亿元

百菲乳业2月12日发布公告称,根据公司发展规划需要,拟将控股子公司宁夏塞上百菲牧业有限公司注册资本由1亿元增加至1.2亿元,以发展奶牛养殖、生鲜乳生产和销售业务,其中百菲乳业拟以货币方式增资1200万元,塞上百菲另一自然人股东马佳慧拟以货币方式增资800万元。公司于2025年2月10日召开第二届董事会第十七次会议,审议通过了《关于对宁夏塞上百菲牧业有限公司增资的议案》,根据《公司章程》有关规定,无需提交股东大会审议。 (曾健辉)

联合利华冰淇淋业务有望年内完成分拆

2月13日,联合利华宣布,其冰淇淋业务有望年内完成分拆,并将在阿姆斯特丹、伦敦和纽约三地证券交易所上市,其中阿姆斯特丹是主要上市地。联合利华表示,冰淇淋公司将在荷兰注册成立,总部仍设在阿姆斯特丹。据了解,这一决定是在联合利华董事会对分拆方案进行全面评估后做出的。此外,联合利华还表示,喜力啤酒前首席执行官Jean-Francois van Boxmeer已被任命为冰淇淋业务的候任主席。

(孔文燮)