“西北乳王”深陷业绩亏损泥潭,债务压力明显

□王晓丽

日前,“西北乳王”庄园牧场发布业绩预告称,公司预计2024年归属于上市公司股东的净利润亏损1.45亿元至1.75亿元;扣非净利润亏损1.58亿元—1.88亿元;基本每股收益亏损0.74元—0.89元。继去年归母净利润出现首次亏损后,2024年庄园牧场依然没有走出业绩亏损的阴霾。

业绩亏损的原因,主要系报告期受原奶价格下行及市场牛只价格下降等因素影响,生产性生物资产公允价值变动损失较大,损失金额约5500万元至8500万元。同时,报告期行业竞争激烈,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。

此外,根据万得最新ESG评级,庄园牧场获评“BBB”评级,超过行业平均水平。然而从庄园牧场的实际表现看,其在社会、治理维度仍然存在较大的提升水平。

产品安全与质量待提升 子公司管理待加强

在社会维度,根据MSCI披露的包装食品和肉类行业ESG评级标准,MSCI重点关注企业在产品安全与质量、营养与健康机会方面的表现。然而,庄园牧场在这些方面的实际表现仍待提升。

查阅庄园牧场《2023年ESG报告》,公司表示持续推进企业创新、安全生产等方面的长效机制建设,贯彻落实创新生产与安全生产。庄园牧场将提供优质产品和服务作为企业可持续发展的战略基础,持续完善产品服务与质量管理,坚持推行安全生产,确保为客户提供优质的产品与服务。

与此同时,公司始终将产品安全视为核心,致力于为客户提供最优质的奶源,并坚持“以客户为中心,以服务为保障”的发展原则,高度关注客户隐私安全,重视产品质量管理,强化信息安全管理,不断提升客户满意度水平。

然而此前,庄园牧场曾多次出现产品安全与质量问题。2021年12月,甘肃省市场监督管理局通报称,兰州庄园牧场生产的一批次老兰州酸奶风味发酵乳因销售企业存储不当导致微生物超标,霉菌检出值为90 CFU/g,标准值为30 CFU/g,明显超标。

同年11月,庄园牧场子公司西安东方乳业生产的1批次“草莓味牛奶饮品”蛋白质项目不合格,被西安市市场监督管理局罚款5万元。庄园牧场解释称,该不合格项目为产品理化指标项目,非食品安全卫生项目指标,不会对人体健康产生不利影响。

此外,早在2021年3月,市场监管总局通报西安东方乳业生产的1批次“健舒”清畅酸奶酸度不合格,被西安市市场监管局合计罚款8.04万元。也是2021年,地方国资甘肃农垦集团斥资4.27亿元增持收购庄园牧场13.22%股权,最终以29.45%的持股比例取代庄园牧场创始人马红富,成为庄园牧场单一最大股东。

此后,庄园牧场在甘肃农垦集团的带领下,大力加强公司产品安全与质量管控。针对发酵乳霉菌问题,庄园牧场自称固化了质量监控方案,更新完善了手工拆检计划,并将其作为发酵乳质量保障的关键核查项目。2023年全年,庄园牧场所有产品送检、抽检质量全部合格,当年客户整体服务平均满意度为97.8%,顾客总体满意度平均得分95.3%。

尽管如此,庄园牧场仍需进一步加强对旗下子公司的管理,以确保产品质量管控的持续提升。

深陷业绩亏损泥潭 债务压力明显

在治理维度,MSCI对企业治理表现给予了超过30%的权重。然而,庄园牧场在治理维度的表现不佳。从实际情况来看,公司不仅面临战略困境、业绩增长难题,还存在较大的债务承压问题。

业绩方面,近年来,庄园牧场利润增长压力显现。财报显示,2023年,该公司营收同比下滑8.97%至9.56亿元,归母净利润同比转负,为-8147.51万元,出现上市以来首次亏损。另据统计,庄园牧场A股上市后毛利率波动下滑,已从2017年的30.71%跌至2024年三季度末的10.93%。

根据庄园牧场2024年业绩预告,公司预计2024年归属于上市公司股东的净利润亏损1.45亿元至1.75亿元。至此,庄园牧场持续亏损,未能扭转业绩颓势。

公司表示,2024年亏损的主要原因是报告期受原奶价格下行及市场牛只价格下降等因素影响,生产性生物资产公允价值变动损失较大,同时市场投入费用持续扩大,销售费用同比增长幅度较大。外部市场变化与激烈的市场竞争使庄园牧场的业绩面临着巨大考验。

然而近十年来,巴氏奶、酸奶等细分赛道爆发出了巨大潜力,乳业市场还在扩容,而早在2015年就上市的庄园牧场现状却不再风光,据业内人士分析,庄园牧场此前存在战略失误。

在上市后,庄园牧场主要采取两项市场动作,一是购置巴氏奶和发酵乳生产线,以兰州为中心,建设3000个终端配售奶亭,加大冷链产品建设;二是收购西安东方乳业以扩大西北地区版图。尽管庄园牧场上述战略方向符合行业趋势,但实际效果却未达预期。

由于实际环境因素考虑不足,庄园牧场低温产品售价高在经济相对落后的西北地区难以打开市场。数据显示,西北地区人均可支配收入较低,2023年甘肃为2.4万元,全国排名末位,而低温奶定价普遍高于常温奶30%—50%,导致消费需求不足。

此外,庄园牧场并购的西安东方乳业近年来产品质量问题频发,如2021年曾因蛋白质不达标、酸度不合格被罚,且出现多次抽检不合格的情况,导致其市场知名度极速下滑,不仅没有助力庄园牧场迈上新高度,反倒拖累了业绩发展,使公司整体发展未达预期。

■资料图片

据了解,被称为“西北乳王”的庄园牧场,其主战场一直在甘肃、青海和陕西三个省份,尤其在甘肃的销售占比在60%左右。此前,国内奶企主战场在华东、华北、华中和华南地区,如今上述地区市场空间难再挖掘,西北、西南地区成为一、二线奶企新增量空间,庄园牧场也受到了一二线奶企往西北扩张影响冲击。

而查阅庄园牧场2023年财报,从区域收入角度来看,公司在甘肃地区的收入同比下降6.35%,陕西地区收入同比下降7.42%,其他地区收入下降幅度更为明显,达到36.59%。2024年上半年,公司来自甘肃、青海和陕西的营收分别同比下降8.97%、19.16%和20.73%。

此外,近年来,因加速上游扩张,庄园牧场债务压力加剧。截至2024年第三季度,其货币资金仅为1.89亿元。短期借款高达4.9亿元,长期借款为2.33亿元。三季报显示,公司流动比率与速动比率分别为0.49和0.29。

海口一公司采购不合格奶粉进行销售被责令改正

□林道亨

近日,海南湘宾实业有限公司因采购不合格奶粉进行经营销售被责令改正,不合格奶粉被没收。

今年1月21日,海口市市场监管局对海南湘宾实业有限公司经营的脱脂奶粉[标示商标:绥城天明,生产商:梅列乌兹奶制品罐头工厂有限责任公司,进口商:绥芬河市绥成天明进出口贸易有限责任公司,净含量:450克,生产日期:见包装底(日/月/年)08.04.24,原产国:俄罗斯,保质期:24个月(自生产之日起)]进行食品安全监督抽检,样品送海南省检验检测研究院(食品检验检测中心)检验。1月26日,该研究院出具上述脱脂奶粉的《食品检验报告》显示:本品经检验,蛋白质项目不符合GB 19644-2010《食品安全国家标准 乳粉》要求,检验结论为不合格。2月6日,执法人员对海南湘宾实业有限公司经营场所进行检查,现场发现有与上述食品检验报告同一批次的脱脂奶粉共19桶(罐),海南湘宾实业有限公司当场将上述19桶(罐)脱脂奶粉下架停止售卖并在经营场所醒目位置张贴《召回公示》,公布召回上述不合格脱脂奶粉的信息。因海南湘宾实业有限公司经营不符合食品安全标准的食品,涉嫌违反我国《食品安全法》有关规定,2月17日执法人员对上述19桶(罐)脱脂奶粉采取扣押强制措施并予以立案调查。

经查,今年1月4日,海南湘宾实业有限公司从长沙东之顺供应链管理有限公司购进脱脂奶粉[标示商标:绥城天明,生产商:梅列乌兹奶制品罐头工厂有限责任公司,进口商:绥芬河市绥成天明进出口贸易有限责任公司,净含量:450克,生产日期:见包装底(日/月/年)08.04.24,原产国:俄罗斯,保质期:24个月(自生产之日起)]24桶(罐),购进单价为45元/桶(罐),购进金额为1080元。1月12日,海南湘宾实业有限公司开始将该产品上架销售,至2025年2月6日,海南湘宾实业有限公司售出该脱脂奶粉共5桶(罐),其中1桶(罐)销售给了散客,4桶(罐)于1月21日销售给市监部门作为样品用于检验,剩余的19桶(罐)存放在经营场所,销售单价为96.42元/桶(罐),销售金额合计为482.10元,违法所得为257.10元,涉案食品货值金额为2314.08元。海南湘宾实业有限公司采购上述脱脂奶粉时,查验并保存了供货者的许可证和该批次脱脂奶粉的进口货物报关单、入境货物检验检疫证明、《检测报告》等的复印件,履行了我国《食品安全法》规定的食品进货查验等义务。

海南湘宾实业有限公司上述行为违反了我国《食品安全法》有关规定,构成经营不符合食品安全标准的食品的违法行为。鉴于当事人采购涉案脱脂奶粉时,履行了食品进货查验等义务,有充分证据证明其不知道所采购的食品不符合食品安全标准,并能如实说明来源,应当没收不符合食品安全标准的食品,可以对当事人免予处罚。海口市市场监管局决定责令当事人改正上述违法行为,没收不合格的脱脂奶粉19桶(罐)。

《发酵乳》新国标出炉,酸奶市场迎政策利好

□郭铁

近日,国家卫生健康委会同国家市场监督管理总局发布50项食品安全国家标准和9项标准修改单,其中包括《食品安全国家标准 发酵乳》(GB 19302-2025)。与2010年版旧国标相比,新国标明确,“食品工业用浓缩乳”可作为原料用于发酵乳的生产;下调了酸度指标;增加了标识要求,产品名称可使用对脂肪含量的描述性用语,如脱脂、部分脱脂、全脂等。

发酵乳即人们常说的酸奶。在业内看来,《发酵乳》新国标可丰富发酵乳原料种类,增加工艺的灵活性,有利于提升产品品质,促进乳制品市场发展,符合行业发展实际需要。

增加浓缩乳为原料

与旧国标相比,《发酵乳》新国标将“发酵乳”定义修改为,以生牛(羊)乳、食品工业用浓缩乳、乳粉中的一种或多种为原料,经杀菌、发酵后制成的pH降低的产品。“风味发酵乳”定义修改为,以不低于80%生牛(羊乳)、食品工业用浓缩乳、乳粉中的一种或多种为主要原料,添加其他原料,经杀菌、发酵后pH降低,发酵前或后添加或不添加食品添加剂、营养强化剂、果蔬、谷物等制成的产品。其中,“不低于80%”是指每100g发酵乳(除果蔬、谷物之外)中乳固体含量不低于80g乳中乳固体的含量。

与旧国标相比,增加浓缩乳作为原料是《发酵乳》新国标一大亮点。根据《食品安全国家标准 浓缩乳制品》(GB 13102-2022)定义,食品工业用浓缩乳是“仅以生牛(羊)乳为原料,脱脂或不脱脂,经浓缩等工序只除去部分水分制成,用于食品工业原料的产品,包括浓缩牛乳、浓缩羊乳”。

公开资料显示,浓缩乳中最常见,也最传统的水分去除方式是蒸发,也可采用超滤或反渗透等现代膜技术进行脱水浓缩,也有采用乳粉、奶油等乳原料复原重制生产的再制浓缩乳制品。将乳液中的水分降低后,便于制作乳酪、酸奶等食品,也可以提高产品中的蛋白质含量。

除增加原料品种外,《发酵乳》新国标中另一重要变化是酸度指标从≥70°T降至≥60°T。据光明乳业方面解读,降低酸度是因为发酵乳的发酵菌种种类丰富,国内外有些企业采用低产酸型菌种进行发酵,如需达到原酸度要求,需要企业延长发酵时间,可能会造成产品顺滑度和黏度下降,影响口感,得不偿失,所以适当降低酸度要求有利于产品品质提高。

同时,新国标删除了酵母指标。对此,光明乳业分析称,酵母菌是发酵乳加工过程的卫生指示菌之一,但其本身风险较低,且《发酵乳》新国标中保留了大肠菌群、霉菌等指标,不会降低风险控制水平。此外,“开菲尔”等新型发酵乳品会用到酵母参与发酵,所以删除酵母菌指标可能也有这方面的考虑。

贴近市场需求

在独立乳业分析师宋亮看来,酸奶市场近几年创新速度加快,旧国标难以适应现有市场需求,新国标增加浓缩乳作为酸奶原料、降低酸度等要求,是一种进步。早在2018年低温酸奶市场爆发时,就有乳企使用浓缩乳作为原料。过去浓缩乳主要技术是闪蒸,现在主要采取的是膜过滤等低温浓缩技术。

记者注意到,目前浓缩乳或相关工艺在酸奶产品中已十分常见。早在2012年,光明乳业就上市了浓缩牛奶工艺酸奶,2018年上市滤乳清工艺酸奶产品。伊利“蛋白时光”酸奶采用RO膜(反渗透膜)过滤工艺将牛奶浓缩,而非采用添加蛋白粉等原料的方式来提升产品蛋白质含量。“吾岛”酸奶产品核心卖点也在于高蛋白,采用的是与超滤牛奶不同的离心技术。

光明乳业认为,在《发酵乳》旧国标中,食品工业用浓缩乳并非规定的原料之一,所以应用不普遍。新国标增加浓缩乳作为原料,可丰富发酵乳原料种类,增加工艺的灵活性,促进乳制品市场发展。

“新国标符合行业发展需要。”内蒙古兰格格乳业有限公司营销总经理王维告诉记者,市场调研结果显示,酸奶配料表简洁化、口感弱酸化,是酸奶产品的发展方向。消费者普遍不能接受酸度太高的酸奶,而旧国标规定的酸度属于中等偏高,且在减糖、控糖产品中酸度会进一步提高。目前生产企业主要通过菌种、加工工艺、酶解技术等手段来降低酸度。从趋势来看,新国标调整酸度将利好行业发展。

结合同期出台的《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》(GB 7718-2025)禁用“零添加”类标称的规定,王维认为,《发酵乳》新国标对“产品名称可使用对脂肪含量的描述性用语,如脱脂、部分脱脂和全脂等”的规定,相当于把产品的“选择权”交还给消费者,企业做到了多少就标称多少,而不像过去那样刻意营造低脂、零脂、无蔗糖、无添加产品,进而造成一些食品原料的污名化。

酸奶市场快速迭代

《发酵乳》新国标出炉背后,是酸奶市场的快速创新迭代。

旌略咨询报告数据显示,作为乳业市场第二大品类的低温酸奶,自2020年以来连续4年下滑,2024年转向增长,背后有三大原因:一是线上渠道的结构性机会。据魔镜洞察数据,淘系电商平台低温酸奶近3年复合增速为78.4%,是增速最快的细分品类;二是奶价下降带来的产品价格下移,释放消费潜力;三是低温酸奶的健康化趋势带来市场扩容。减糖酸奶普及,益生菌酸奶受到乳企重视,低温酸奶新品类不断涌现。2024年,奶皮子酸奶、果蔬酸奶、干噎酸奶成为3款引发热议的新品类。

行业复苏也体现在乳企财报中。蒙牛总裁高飞在3月27日举行的2024年业绩发布会上透露,过去几年酸奶行业品类表现越来越好,蒙牛围绕“美味、营养、功能”三大赛道做价值化创新,取得显著成效,例如“每日鲜酪”成长非常快。受益于产品结构提升、运营效益提升,蒙牛非常看好酸奶品类,“尤其在过去几年酸奶市场整体增长不是很好的情况下,通过我们的调整,能够持续引领这个品类,进一步强化蒙牛的竞争优势”。

光明乳业认为,过去几年酸奶市场下行,主要受三方面影响。一是消费分级,高端酸奶价格带承压,部分消费者转向基础款或平价替代品;二是创新同质化,口味、功能宣称趋同,未能持续激发购买欲;三是冷链成本高,低温酸奶渠道下沉难度大,制约增量。驱动酸奶市场复苏的因素,包括消费者更关注肠道健康、免疫力提升,带动清洁配料表、功能性酸奶增长;乳制品企业通过规格调整、促销策略平衡品质与价格;社区团购、即时零售等助力低温产品触达更广人群。光明乳业通过产品矩阵细化及数字化转型,推动市场份额回升。

乳制品品牌认养一头牛分析称,过去几年酸奶市场下行,可能还受新茶饮市场兴起等影响,用户选择更加多元。随着消费者健康意识提高,控糖、减脂、低GI(升糖指数)类产品,含活性益生菌的产品,高蛋白及添加钙、膳食纤维的产品,市场需求有所增长。

在王维看来,酸奶市场的复苏离不开冷链体系的发展,低温短保产品“新鲜”概念的普及,益生菌接受度拉高对“功能型”酸奶的促进作用,以及酸奶产品可塑性高,可与现制酸奶、代餐产品融合,场景拓展度高于牛奶。

随着越来越多的品牌涌现,酸奶市场竞争日趋激烈,对于企业来说是机遇与挑战并存。王维称,酸奶市场集中度不像白奶那么高,创新活跃度也非常高,因此各个品牌都有机会。5年前,酸奶市场只有纯酸奶、果味酸奶等少数几种,现在则是琳琅满目,每隔几年就会出现行业爆款,例如芝士酸奶、希腊酸奶、奶皮子酸奶、干噎酸奶等,对企业研发创新提出了更高要求。每年,兰格格乳业主推的酸奶SKU(最小存货单位)在3到5个,但研发立项的产品有时多达二十几个。

宋亮分析认为,低温酸奶2024年重回增长,主要源于高端产品降价促销,带动销量大幅增长。企业通过推出新品稳定价盘,再加上盒马、山姆等渠道定制产品的推动,成效不错。当前低温酸奶市场风味、概念涌现得非常快,消费者产品忠诚度不高,加之渠道碎片化,通常每半年就会出现一批新品,形成短期网红效应。2025年,预计酸奶市场向营养健康方向发展,同时可以看到更多新品涌现。

公司新闻

新希望董事会换届 刘永好退出

4月7日,记者了解到,新希望六和股份有限公司(证券简称“新希望”)近期召开第十届董事会第一次会议,刘畅继续担任董事长,陶玉岭被聘为总裁。同时,新一届董事会中,已不见新希望集团(新希望控股股东)董事长刘永好、集团副董事长王航的名字。

与第九届董事会相比,新希望第十届董事会名单中,刘畅、张明贵、李建雄、周伯平4人仍在,刘永好、王航离任,陶玉岭、杨芳接任。根据第十届董事会第一次会议,新希望董事长一职由刘畅继续担任,新希望总裁由张明贵变为陶玉岭,董事会秘书由兰佳变为赵亮,证券事务代表一职由白旭波继续担任。

资料显示,陶玉岭,男,曾任新希望京津冀片区总经理、华北片联总裁、山东经营特区总裁、禽BU(业务单元)总裁、猪产业新海纵队总裁、猪产业事业群总裁、新希望副总裁。现任公司执行总裁兼猪产业事业群总裁。

杨芳,女,现任新希望集团领导小组成员,首席财务官。曾任毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙)合伙人、中国蓝星总会计师、蓝星安迪苏董事、新希望监事、新希望乳业监事会主席、兴源环境董事。中国金融三十人论坛成员,清华大学首席财务官会计硕士行业导师。

赵亮,男,曾任中国银行广东省分行行长办公室秘书、公共关系经理、公司业务部中级经理;中国平安保险资金部高级融资经理、平安信托资金管理室主任;中国秦发资金部总经理;东兴证券深圳分公司总经理;广州市城发投资基金董事总经理。现任广东新希望新农业股权投资基金总经理。 (王思炀)

燕塘乳业回应股价下跌 积极推进产业集群项目建设

2024年,燕塘乳业实现营业收入约17.32亿元,同比下滑11.18%;归属于上市公司股东的净利润约1.03亿元,同比下滑43.03%。

4月8日,记者自燕塘乳业最新发布的投资者关系活动记录表获悉,公司将通过产业集群项目的实施,利用其奶源品质优势及生产酸奶的丰富经验,打造差异化的冰淇淋、奶酪等多品类产品,满足细分市场下更多消费群的需要,打开新的增长曲线,以提高综合实力。

有投资者提问,公司股价连续三年下跌,将如何进行市值管理?对此,燕塘乳业回答:“二级市场股价受到市场情绪、宏观环境等多重因素影响。一方面,公司将继续夯实主业,坚持产品创新,完善公司治理,实施提质增效措施,努力提升经营水平;另一方面,公司将积极推进产业集群项目的建设,打造一个资源禀赋优越、主导产业突出、生产链条拓展延伸、资源要素集聚发展的产业集群,形成产业发展新格局。”

东方财富Choice数据显示,燕塘乳业的总市值从2022年年初的42.81亿元降至2024年年底的24.72亿元。截至2025年4月7日收盘,燕塘乳业的股价为15.05元/股,公司总市值约为23.68亿元。 (阎侠)