

对冲乳业低迷 中外乳企加码冰淇淋市场

独立市场研究咨询公司英敏特报告显示,2014年中国冰淇淋消费额达到114亿美元(约合708亿元),消费了全球三分之一的冰淇淋,超越美国成为全球最大市场,且未来年增长速度在10%左右。在巨大市场潜力的感召下,中外乳企都在加码冰淇淋市场。中国食品商务研究院研究员朱丹蓬指出,冰淇淋这个品类毛利非常高,可以对冲乳业的低迷,也适合厂家、经销商以及终端对利润的需求点。

外资乳企加码中国市场

在中国巨大市场潜力的感召下,外资乳企都在加码中国市场。

日本明治在广州投资的新冰淇淋工厂于去年正式投产,明治冰淇淋此前在中国市场销售多年,但一直是与中方合资经营。独资新公司的开业以及广东新工厂的投产,意味着明治要在中国拓展冰淇淋业务了。

今年6月,新西兰乳企恒天然将新西兰冰淇淋第一品牌Tip Top引入中国市场,据恒天然方面介绍,Tip Top进入中国市场采用的是线上销售模式,24小时冷链配送。目前该品牌的天猫旗舰店已经开业,这款冰淇淋售价不菲,2升装的促销价格为168元至178元。

将Tip Top引入中国市场,也预示着恒天然这家全球最大的乳制品原料供应商试图摆脱原料供应商这一身份,介入利润更高的产品端。2013年肉毒杆菌乌龙事件后,恒天然在中国市场的名气和



营收双双受挫,恒天然由此开始了漫长的品牌修复过程。除了对液态奶、冰淇淋等终端产品的布局外,恒天然也着力布局餐饮渠道。

尽管Tip Top占据了新西兰冰淇淋市场50%的市场份额,其在中国市场的销售前景却不被看好。“冰淇淋的消费具有随意性,不依赖线下实体店销售完全依靠电商销售的模式决定了Tip Top的推广存在难度。”有行业分析师指出。

本土乳企回归

在国内乳制品受到低价进口奶冲击

以及乳制品消费增速放缓的双重压力下,本土乳企重新杀入冰淇淋市场。

今年8月,广东燕塘乳业正式发布旗下冰淇淋品牌——“诗华诺”,同时上市了多款诗华诺品牌冰淇淋。这已是该公司近一个月第二次推出冰淇淋新产品。燕塘乳业在1970年代曾出过冰淇淋产品,但后来淡出市场。

北京三元股份也不打算放过冰淇淋这个摇钱树,选择收购八喜母公司艾莱发喜来增强赚钱业务板块。今年年初,三元股份宣布收购艾莱发喜90%股权,这部分股权预估价值13亿元。三元股份称,艾莱发喜的主要产品为“八

喜”冰淇淋,三元收购八喜很重要的原因是看中了冰淇淋行业稳定的高利润率以及八喜在低温乳制品方面积累的渠道优势和技术实力。三元股份在预案中表示,艾莱发喜的盈利能力在近三年中有了大幅度提升,销售收入和净利润年平均增长率在20%以上。根据公告,百胜以及北京、上海、成都的星巴克等是其最大客户。

新的利润增长点

无论是外资乳企还是本土乳企,都以增加冰淇淋产品的方式来对冲乳业的低迷。

燕塘乳业表示,2016年上半年,受进口低价奶大量涌入的冲击和国内乳制品消费低迷、增速放缓的双重影响,国内乳制品行业形势依旧困难,行业竞争态势严峻。燕塘乳业指出,推出毛利率高的新品、重拾冰淇淋产品是提升公司竞争力,增强公司盈利能力的主要方式。

冰淇淋行业的利润率远远高于液态奶和婴幼儿配方奶粉。乳业专家宋亮指出,高端冰淇淋行业近些年保持了30%的行业增速,这成为乳企新的利润增长点。“三元在冰淇淋市场的一系列举措释放强烈的信号,在把冰淇淋作为产品延伸的重点方向,很多乳企都在加大冰淇淋板块的比重”,朱丹蓬表示,乳企加码冰淇淋不仅因为业务有延续性,更是因为冰淇淋代表着未来。

(新华网)

普洱茶市场“两极分化”成常态

古树茶标价最高达2万元人民币一公斤,普通的台地茶每公斤价格才30元至200元不等。这是记者此前在第十一届云南普洱茶国际博览交易会上看到的行情。随着消费市场、消费方式的变化,普洱茶市场“两极分化”已成常态。

在昆明此前开幕的第十一届中国云南普洱茶国际博览交易会上,记者走访发现,古树茶价格每公斤从3000元至2万元不等;而台地茶方面,即便是生态、有机普洱茶,每公斤价格才30元至200元不等;古树茶台地茶价差可达600倍。

“普洱茶早已蜚声中外。不过,随着时间的流逝,普洱茶的消费市场、价格、方式也都出现了变化。”昆明市茶叶行业协会会长刘益成分析,近年来,随着普洱茶“山头”、“古树”的概念被挖掘出来后,普洱茶市场出现“两极分化”,用名山头的古树纯料制作的普洱茶与大众普洱茶的价格差越来越大。古树茶方面,除去原来的班章、冰岛外,现在像薄荷塘等更多的古树茶价值被挖掘出来,价格不断出新。

“这一方面是普洱茶友越来越专业、挑剔,但其中也不乏

炒作者。不过,这对于普洱茶和茶农而言并非坏事。”在昆明茶商余世刚看来,如今的普洱茶市场细分日趋明显,市场更加丰富成熟,茶农对古茶树的保护意识也加强了。

“‘山头主义’、‘天价普洱’不是普洱茶的未来。普洱茶虽被称作‘能喝的古董’,但品饮才是普洱茶的第一属性。”云南省茶叶流通协会副会长丁云国认为,普洱茶市场太过两极分化并非好事,做民众买得起、好喝的茶才是普洱茶业发展的正道。

“不过,相比几年前,不论是高端古树茶还是大众茶,普洱茶的收藏和消费都更趋于理性化。”刘益成认为,如今普洱茶不再是以前“黄金当豆腐,豆腐当黄金”的混乱局面,市场的泡沫挤去多半,留下一个较为干净、更追求品质的市场。他称,即便是班章、冰岛、昔归等高端普洱古树茶也都是基于饮用为前提的消费式收藏,而非供奉在价格“神坛”上的投机类收藏。

丁云国建议,针对普洱茶市场两极分化现象,行政部门应创造出更优秀的市场环境,助推名优产品,但同时终结炒作,让普洱茶投资回归本源。

(中新网)

资讯

米勒康胜狂收精酿酒厂

近日,美国第二大啤酒公司米勒康胜收购了位于美国得克萨斯州的Revolver酿酒公司的大部分股权。这是米勒康胜最近三周来收购的第三家精酿啤酒厂。业内人士认为,近一段时间来,精酿啤酒颇受关注,众多大型啤酒企业也越来越重视这一块业务,并谋求收购或自主研

发更多的精酿啤酒。

据了解,Revolver成立于2012年,产量从2013年的5030桶快速增长至2015年的2.2万桶。旗下最著名的啤酒是Blood&Honey美式小麦啤酒。

业内人士认为,在大型啤酒生产企业看来,精酿啤酒目前是量小投入大,拿啤

酒厂商关注的三个指标——单位生产成本、生产效率、周转周期进行评估,与普通啤酒相比毫无诱惑力,这是中国工业化啤酒生产企业不愿意做精酿啤酒的根本原因。随着未来精酿市场需求的增加,更多的大企业将会在这方面投入更多的成本。

(中国网)

统一上半年收入下滑 饮料板块拖后腿

本报讯 王晓梦 近日,统一发布了半年报,虽然方便面板块表现抢眼,但统一未能在上半年实现收入增长,尤其是占据营收最大份额的饮料板块出现了接近一成的同比下滑。

据统一半年报显示,上半年统一收入约为117.13亿元,同比微跌2.4%;毛利下降了4.6%至43.245亿元;毛利率也

由去年同期的37.8%下降0.9个百分点至36.9%。分业务板块看,统一方便面和饮料业务一晴一雨。统一上半年方便面业务收益为40亿元,同比增长9.8%,市场占有率达20.8%,较去年同期增加2.8个百分点。而饮料业务收入为74.48亿元,同比下降8.2%。2015年统一饮料业务收入为140.51亿元,较上一年同期微增0.3%。

统一方面将饮料业绩的下降归咎于受到了二季度异常气候的影响,即夏季气温偏低及雨量偏多。此外,2016年上半年饮品市场增长已经放缓。尼尔森资料显示,上半年整体饮料市场销售额增长2%,增幅持续放缓。除行业原因之外,统一饮料业务各品类发展的参差不齐也影响了收益增长。