

去年乳企成绩单冰火两重天

过去的2017年,对于乳业来说是不平凡的一年,婴幼儿奶粉配方注册工作贯穿全年,截至目前,共有1086个配方获得注册,配方注册工作尚在进行中。

虽然乳业上市公司2017年年报尚未出炉,但根据公司年报预告和企业的年终总结来看,可以说是几家欢喜几家愁,有像贝因美、现代牧业这样业绩不如意的企业,也有像澳优乳业、科迪乳业、燕塘乳业等业绩预喜的公司。

可以说,提前布局羊奶粉、有机奶粉的乳企们,在过去的2017年收获颇丰,而拥有配方注册的乳业,2018年无疑迎来发展风口。

去年乳企业绩冰火两重天

根据已发布2017年业绩预告的7家A股乳业上市公司业绩来看,贝因美、西部牧业预计业绩亏损,科迪乳业预计业绩预增,燕塘乳业业绩预计略增,皇氏乳业续盈,庄园牧场略减,光泽股份预减。

根据数据显示,贝因美预计去年业绩亏损超8亿元,现代牧业预计去年业绩巨亏9亿元。有业内人士指出,受婴幼儿配方

注册制的影响,很多拥有大型牧场的乳企,在去年同样过得艰难,贝因美的巨亏与奶粉配方注册不无关系。不过,也有部分乳企交出了不错的成绩单。其中,在香港上市的澳优乳业去年就收益颇丰。

澳优乳业董事长颜卫彬表示,2017年初,澳优乳业制定的2017年销售任务是40亿元,如今已顺利完成经营任务,澳优乳业2017年的销售额同比增长40%。

颜卫彬表示,2018年,公司将努力实现60亿元的销售额,海外市场继续保持60%的年度增长。“在2018年,全球市场的开拓仍旧是公司的重点,澳优乳业将加大在中国台湾、中国香港等地的工作力度,开拓以巴西为重点的南美市场,加快在泰国、新加坡等东南亚国家的发展步伐,继续耕耘好欧洲、北美、中东市场,实现境外市场60%的年度增长。”

另外,据了解,在跨越百亿元的路上,澳优乳业又有了新的定位,为此,公司也更改了LOGO。澳优执行董事吴少虹表示,“基于澳优全球化进程的推进以及业务结构的升级,澳优第三代LOGO孕育而生。新的LOGO形象更加时尚、充满活

力,将强化全球消费者对澳优的认知,实现品牌形象的国际化提升。”

另外,来自丹麦的乳品公司Mille(麦蔻),公司旗下4个系列12个配方已经获得配方注册通过,包括麦蔻乐芬、麦蔻乐享、麦蔻乐冠、蜜儿乐儿。作为原罐进口的麦蔻产品,获得配方注册,为其在中国市场下一步扩张提供了保障。

麦蔻相关负责人表示,优质奶源是保证奶粉质量的重要开端,但是在整体运输、生产环节,如果不能有所把控,依然不能确保对产品的完全放心。为了整合产业链上下游资源并有效管控生产环节,麦蔻乐享、麦蔻乐冠、蜜儿乐儿皆已通过中国认监委海外工厂认证注册的Mille(麦蔻)自有工厂生产。

据Mille(麦蔻)人士透露,2017年,Mille(麦蔻)的中国区销售额已超出10亿元,2018年将在在此基础上翻倍。同样,君乐宝去年奶粉销售也取得了100%的增速,销售额达到25亿元,集团总体销售额突破102亿元,成功挤入乳业百亿俱乐部。

事实上,通过上述乳企业绩可以看出,2017年,对于奶粉企业来说,有机遇也有挑战,而抓住机遇的企业收获颇丰,反之则

出现巨亏。“未来,大企业会越来越强,而大量的小乳企日子越来越难过。”乳业专家宋亮如此表示,羊奶粉和有机奶粉将是未来乳企的盈利点。

奶粉企业向有机和羊奶粉转型

值得注意的是,澳优乳业的成绩单中,有机奶粉和羊奶粉功不可没。而从目前国内乳企的产品结构来看,引入有机配粉、纯羊奶粉等高端产品成为乳企转型的重要体现。

通过“羊奶粉”“有机奶粉”作为关键词进行搜索发现,飞鹤、蒙牛圣元、完达山、澳优、陕西和氏乳业等都有自己的羊奶粉,同样,飞鹤、合生元、雅培、惠氏等乳企均有自己的有机奶粉。

而了解,在有机奶粉的大军中,又增添了新军。被业内称之为乳业“黑马”的双娃乳业,公司旗下的素嘉婴幼儿配方奶粉系列、甄诺婴幼儿配方奶粉系列以及双娃悦婴幼儿配方奶粉系列的3个系列9个配方目前均顺利通过了注册。其中,素嘉系列成功实现了从饲草种植、奶牛养殖到奶粉生产加工的全产业链有机认证。

“双娃乳业在进入婴配粉领

域之前就充分认识到配方是婴幼儿奶粉的核心竞争力,因此在婴幼儿配方奶粉科技研发领域的投入不断加大,聘用专业人才,形成专业人才储备机制,其科研团队长期跟踪婴幼儿生长发育、肠道菌群和喂养方式的关联,经过反复推敲和审慎论证,最终研制出更适合中国宝宝营养的奶粉配方。”双娃乳业相关负责人表示,双娃素嘉有机配粉的配方在满足了国家对有机奶粉的一系列要求之外,依然不断地在升级、优化。此外,DHA和ARA通过微囊技术包裹,使其不易被氧化,最大限度地保留了营养价值。同样,麦蔻乳业相关负责人也表示,未来公司也会推出自己的有机奶粉。

乳业专家宋亮表示,在整个奶粉行业竞争激烈的背景下,多数奶粉企业将原来的高端奶粉升级为有机奶粉进行销售,而从品类上来看,有机奶粉和羊奶粉成为奶粉升级的下一个风口是不争的事实。

宋亮指出,随着奶粉价格的下行,高端奶粉和低端奶粉差距缩小,为了减少渠道商的矛盾和维持高利润,奶粉生产商都在力推有机奶粉和羊奶粉,“当市场陷入价格战,有机奶粉成了市场防御性产品。”(中经网)

白酒涨价潮或急速降温

本报讯 高端白酒企业持续的涨价潮有望画上句号。

近日,国家发展改革委价格监督检查与反垄断局召开白酒行业价格法规政策提醒告诫会,在这次旨在维护市场价格秩序、营造公平竞争环境、促进白酒行业持续健康发展的会议上,茅台、五粮液、泸州老窖公司作了重点发言。此次会议也被视为对酒企涨价的一次警示,“高端白酒的上涨势头有望得到遏制”,一名白酒行业业内人士指出。

从2017年以来,以贵州茅台为首的白酒企业涨价消息此起彼伏,其中飞天茅台充当了涨价急先锋,零售价一再创出新高。贵州茅台也在1月1日上调飞天茅台的出厂价,从原来的819元上涨到969元,建议零售价则从1299元涨到1499元,平均上调幅度18%左右。伴随着价格的上涨是飞天茅台的长期缺货,尽管茅台表示将加大春节期间的供应量,在零售渠道飞天茅台仍然“一瓶难求”。缺货进一步加剧了飞天茅台的价格

飙涨,近期飞天茅台的批发价已经达到1700元,终端零售价也已经突破2000元。

“一天一个价”,一名烟酒店的老板表示。伴随茅台酒价的一路飙升,越来越多的人加入到炒作茅台的阵营中来。由于茅台加大了在自营电商平台上的投放量,茅台的自营平台也成为黄牛驻扎地。在抢购茅台的阵营中,既有职业黄牛,也有经销商。飞天茅台价格的癫狂推倒了白酒行业涨价的多米诺骨牌,酒企都开启了涨价模式。2017年以来,洋河、泸州老窖、五粮液的零售价都出现不同程度的上涨。

眼看着白酒行业进入价格飞涨的集体狂欢中,白酒行业价格法规政策提醒告诫会的召开带来了急速降温。分析人士指出,如果白酒企业的连番涨价行为仍在发酵,很可能引发反垄断处罚。2013年2月份,茅台、五粮液就曾因实施价格垄断被发改委反垄断局罚款4.49亿元,所罚金额是两家酒企上一年度销售额的1%,白酒行业也在同年进入行业低谷期。

■ 资讯

首届普洱精品咖啡博览会3天成交3600万元



本报讯 短短3天,现场成交3600万元,订单和合同意向交易额达5亿元。近日,在中国咖啡主产区——云南普洱举办的首届普洱国际精品咖啡博览会交上一份满意的成绩单。

普洱市委常委、常务副市长胡国云在闭幕式上致辞称,展会现场成交额达3600万元,采购商订单和合同意向交易额达5亿元,金融机构提供意向服务金额2亿元,接待观众1.8万人次,呈现出国际化、专业化、市场化、品牌化的特点。

据介绍,本届博览会是在中国咖啡产区举办的首个国际化咖啡博览会,由中国商务部流通产业促进中心主办,包括咖啡博览交易会、国际精品咖啡专业论坛、普洱咖啡文化主题活动三方面内容,吸引了美国、越南、泰国、老挝等20余个国家和地区的200余家企业、众多采购商及咖啡行业观众参加。

胡国云表示,普洱市未来会借首届咖啡博览会的良好开局,深化与国内外咖啡界的交流与合作;坚持国际化、规模化、标准化、产业化、品牌化发展道路,打造普洱咖啡国际品牌;提升云南乃至亚洲咖啡产区的品质和价值,做实做强“中国咖啡之都”。

全球30余位咖啡行业领袖在普洱国际精品咖啡博览会举办的专业论坛上论道普洱,涉及生产、消费、烘焙、可持续发展等多个咖啡专业板块,将对云南乃至世界咖啡产业发展产生深刻影响。

云南国际咖啡交易中心高级顾问泰德·林格称,全球咖啡行业的联系日益紧密,亚洲所扮演的角色日渐重要,而中国的云南省正在为此指路引航。“这里的人们正致力于从各个方面改善农业和加工实践。希望亚洲其他咖啡产区也能一同分享这些成果。”