

# 疫情下乳企业绩分化 奶粉增长液奶影响较大

随着一季报的陆续出炉,疫情对于乳企的影响却不尽相同。记者发现,奶粉企业业绩整体表现强势,而液奶企业受疫情的影响相对较大,不过业内认为,作为刚需产品,一季度奶粉企业的增长来自于市场囤货和海淘受阻,增速能否维持还有待观察。

4月21日,达能公布了2020年一季报,当季销售收入为62亿欧元,同比增长3.7%好于预期,由于一季度恰逢中国国内新冠肺炎疫情的暴发期,因此当季的中国市场的表现也备受关注。公告显示,受新冠肺炎疫情对户外消费场景及对供应链的影响,达能中国的饮用水和饮料业务当季销售收入同比下滑约40%,这与达能此前预期接近。但达能在中国的专业特殊营养品业务增长良好,未受疫情影响,并带动达能整体专业特殊营养品业务增长7.9%,成为几个业务中增长最快的一个。

上周公布一季度业绩的雅培情况也接近,一季度雅培销售收入为77.3亿美元,增长

4.3%,其中营养品业务增长7.3%,而2019年四季度,雅培营养品业务增速为5.3%。

虽然疫情对各行各业都带来了一定的影响,但奶粉上市公司几乎未受影响。

中国飞鹤预估2020年一季度的收入增速不低于30%,并没有受到疫情的重大影响,澳优此前也表示,疫情对公司生产经营影响不大,2020年前两个月澳优缴纳税收1.14亿元,比去年同期增长了27%。

走访市场获悉,奶粉企业一季度的增长与消费者在疫情期间增加购买量有关,据部分经销商介绍,2-3月份不少客户开始整箱购买奶粉,有的会储备3个月以上的存货,这也拉动了2、3月份的奶粉销售。

在此前雅培的分析师会上,雅培CEO罗伯特·福特表示,一季度中国营养品业务表现良好,但他也指出囤货拉动了需求,预计二季度该业务还会有所调整。

另一方面,独立乳业分析师宋亮认为,除了囤货的因素,由于海外代购业务受阻,



一部分消费者转在国内渠道购买,也拉动了乳企的销售,虽然没有具体统计数据表明一年通过代购和海淘进入国内的奶粉数量有多少,但业内此前预估在80亿左右,目前来看,奶粉企业二季度的数据变化更值得关注。

相比之下,已经公布业绩的液奶企业受疫情影响较大。燕塘乳业业绩预告显示,受疫情影响,2020年一季度净利润约为76.6万至98.5万元,相比去年同期大幅下滑91%到93%;新乳业业绩预告也显示,

预计一季度亏损2200万元至2700万元;庄园牧场也预计一季度亏损1237.5万元—914.67万元,而去年同期盈利1848.3万元。

对于亏损的原因,各乳企均指向在疫情影响下,乳制品终端需求受到一定抑制。

在此前采访中有乳企负责人反映,由于低温产品的保质期大多在21天左右,由于疫情影响,2月份不少销售终端没有营业或人流稀少,存货直到摆到过期扔掉。另一方面,各液奶企业也是学生奶的主要供应

商,由于学校停课,对于这一业务影响较大。

统计局数字显示,1-2月,规模以上乳企液态奶产量339.14万吨,同比下降17.5%,进入统计范围的乳企561家中亏损企业237家,比2019全年数据增加110家,亏损比例42.2%。

不过相对于餐饮等重灾区,疫情对乳企的影响较小,市场已经开始恢复。4月21日,三元股份在北京公布了与中国登山队的战略合作,成为其乳品和营养供应商,当天三元股份总经理张学庆透露,希望通过双方的合作加速市场消费的恢复,也是目前乳企的首要任务,在疫情中三元的电商销售增长迅速,但送奶入户和学生奶业务受影响较大,特别是前者,由于小区封闭送奶入户业务量一度下滑至原有的百分之十几,而到本月底可以恢复到80%到90%。

新乳业也回复第一财经表示,3月初部分区域公司的销售已恢复至疫情影响前,3月单月盈利也超过同期。

(第一财经)

## 前两月我国茶叶出口近四万吨

本报讯 日前,据中国海关统计,今年1-2月,我国茶叶出口量为3.84万吨,同比大幅下滑26.34%;出口额为2.11亿美元,同比减少9.47%;出口均价为5.50美元/千克,比去年同期上涨23.05%。总体体现为量减价增。

分茶类看。2020年1-2月,中国绿茶出口量为3.07万吨,占总出口量比重为80.0%,减少1.2万吨,降幅0.3%;红茶出口量为3986吨,占总出口量比重为10.4%,减少1451吨,降幅26.7%;乌龙茶出口量为2449吨,占总出口量比重为6.4%,减少311吨,降幅11.3%;花茶出口量为856吨,占总出口量比重为2.2%,减少130吨,降幅13.2%;普洱茶出口量为376吨,占总出口量比重为1.0%,增加65吨,增幅20.9%。

从1-2月出口情况看,新冠肺炎疫情对我国茶叶出口负面影响较大。随着全球范围内疫情的加剧,国际贸易及国际运输将受到中长期影响,预计上半年我国茶叶出口量将保持量额大减态势。

## 企业动态

### 光明乳业2019年营收净利双增

本报讯 4月20日,光明乳业发布2019年年度报告显示,该公司2019年实现营业总收入225.63亿元,同比上升7.52%,完成率为104.94%;实现归属于母公司所有者的净利润4.98亿元,同比上升45.84%,完成率为138.33%;实现净资产收益率9.03%,同比增加2.75%,超经营计划2.73%。报告期内,光明乳业经营计划超额完成主要原因是液态奶业务、其他乳制品业务同比实现增长。

分行业来看,光明乳业乳制品制造业实现营业收入200.88亿元,同比增加12.36%,主要原因是液态奶营业收入同比增加11.03%,其他乳制品营

业收入同比增加15.39%;营业成本为134.84亿元,同比增加19.13%,主要原因是收入上升带动成本上升;毛利率为32.88%,同比减少3.81%。牧业实现营业收入16.69亿元,同比减少29.93%,营业成本为14.64亿元,同比减少31.62%;毛利率为12.30%,同比增加2.16%。

分地区来看,光明乳业境内营业收入174.52亿元,同比增加4.23%;境外实现营业收入49.48亿元,同比增加19.79%。

对于2020年全年经营计划,光明乳业在公告中表示,争取2020年实现营业总收入240亿元,归属于母公司所有者的

净利润5.06亿元,净资产收益率7%。2020年全年固定资产投资总额约11.42亿元。光明乳业将通过自有资金和外部融资等多种方式筹集资金,拓宽低成本融资渠道,加快资金周转速度,降低资金使用成本。

同时,光明乳业也在公告中表示,2020年新冠肺炎疫情对该公司生产经营造成一定影响。在严格执行各项防疫要求,保障员工生命安全的同时,光明乳业已经采取多项措施努力将影响降到最低。目前疫情影响尚无法准确评估,光明乳业将继续密切关注疫情的发展情况,持续评估疫情的影响程度,动态调整积极应对。

### 卫岗第五届巴氏鲜奶节成功举行

本报讯 日前,“选新鲜、饮健康、优生活”卫岗第五届巴氏鲜奶节在线上举行。众多行业专家、学者疫情之后的鲜奶发展新机遇展开热烈讨论,同时,卫岗高端鲜奶明星产品至淳草饲鲜牛奶全新升级。

据悉,此次鲜奶节上的重磅升级产品——牛皮纸环保包装“至淳草饲鲜牛奶”,具有四大硬核实力:紫花苜蓿草是奶牛产奶的生理必需品和绿色保健品,卫岗选用进口紫花苜蓿草对

奶牛进行了饲养,为奶牛提供了优质的蛋白质,丰富的维生素和矿物质;卫岗所有牧场全部使用TMR饲喂系统,饲料的“黄金配比”采用南京农业大学畜牧专家指导及卫岗营养专家的经验积累而成,能让奶牛产出更高质量的生鲜牛乳;至淳草饲鲜奶选用的牧场是优质乳指定牧场——盱眙牧场,该牧场是第八届奶业大会的指定参观牧场、国家学生奶源基地,通过国家农业部GAP认证,优质牧场为

鲜奶品质带来更高的保障;同时,产品由专业的奶罐车进行运送,全程稳定在2~6摄氏度,最大限度保证产品的新鲜和品质。

卫岗乳业不断通过科技创新赋能产业转型升级,更用实际行动对“健康中国战略”做出生动诠释,一直将守护新鲜高品质乳品作为企业使命,致力于让每一个中国人都能喝上产自本土的优质、营养、健康、新鲜的牛奶,为国民健康保驾护航。