

乳企上半年整体保持较强韧性

上市乳企总营收 1889.27 亿元

国家统计局数据显示,2022年1—6月,我国规模以上乳制品制造企业乳制品产量为1510.9万吨,同比增长1%,其中6月产量同比增长0.3%至275.1万吨。尽管相比去年同期增速有所放缓,但业内认为,乳制品行业在疫情反复、国际环境紧张的情况下体现出较强韧性,乳制品作为营养健康食品的重要性得到提升,行业长期增长的逻辑未发生变化。

2022年上半年,35家上市、挂牌乳企合计营收约为1889.27亿元,其中伊利股份(632.13亿元)、蒙牛乳业(477.22亿元)、光明乳业(144.11亿元)、中国飞鹤(96.73亿元)、优然牧业(87.07亿元)稳居前五。从营收增幅来看,现代牧业以77.13%的增速位列首位,麦趣尔、贝因美、妙可蓝多、骏华农牧紧随其后。在营收增幅前十中,上游奶企占据4个席位。

就盈利而言,十大“赚钱”乳企被全国性巨头、上游奶企、奶粉企业三分天下。除伊利(61.33亿元)、蒙牛(37.51亿元)、光明(2.81亿元)传统三巨头外,另一家全国性液奶企业新乳业凭借1.89亿元的净利润跻身第十名。奶粉企业中国飞鹤(22.56亿元)、健合集团(4.75亿元)、澳优(2.22亿元)分列第三、五、八位。其他3个席位均由上游奶企占据,依次是现代牧业、中国圣牧、优然牧业。

与去年同期无一亏损、仅有6家乳企净利下降不同,今年有25家上市、挂牌乳企净利出现不同程度下降。综合财报分析来看,疫情反复、国际贸易环境、原材料成本上涨等,是影响增速的主要原因。其中庄园牧场、熊猫乳品、均瑶健康等17家乳企净利润均出现双位数下降,一鸣食品、骏华农牧、雅士利国际、麦趣尔、沃野牧丰5家企业净利降幅达到三位数甚至四位数,且处于亏损状态。

一鸣食品表示,2022年公司直营门店数量大幅增加,但受华东地区新冠疫情影响,交通枢纽门店和学校类型门店客流严重下降,致使产品销售受到较大影响。均瑶健康也在半年报中称,受国际环境影响,主要原材料持续上涨,叠加制造成本等因素,对比上年同期,成本端负担大幅上升。受疫情影响,部分子公司停产、物流不畅,导致其生产、发货、销售等多环节均受到不同程度影响。

面对外部不利环境,多数乳企通过产品创新、渠道下沉、发掘特色乳品等方式破局,乳制品消费呈现出高端化、功能化、多元化等特点。2021年上半年,新乳业低温鲜奶产品取得近20%的增长,新品营收贡献率达13%。光明乳业疫情期间开通冷饮、常温奶、奶粉、奶酪等乳品的线上团购下单功能。

乳业半年报披露已经告一段落。据不完全统计,35家上市、挂牌乳企披露2022年半年报显示,合计营收约为1889.27亿元。尽管受疫情、国际贸易环境、原材料成本上升等影响,行业增速有所放缓,但仍有27家乳企保持营收增长,近三成乳企保持净利润增长。

就盈利而言,前十大“赚钱”乳企集中于全国性巨头、上游奶企、奶粉企业。依靠产品和渠道创新驱动,伊利、蒙牛、光明、新乳业四家全国性乳企收获营收、净利双增。受人口出生率下降、渠道库存调整等影响,婴幼儿奶粉行业集体步入调整期。上半年原奶价格仍在高位运行,饲料成本上涨及新建牧场陆续投产,导致部分上游奶企处于增收不增利局面。

在资本市场层面,伊利先后收购澳优、菲仕兰秀水工厂,距“奶粉一哥”更进一步;科迪乳业因连续两年财报被出具无法表示意见的审计报告,走向退市;庄园牧场、雅士利国际基于各自战略需要公布H股私有化计划;停牌12年之久的天然乳品被取消港交所上市地位;新三板挂牌乳企骑士乳业向北交所发起冲击;阳光乳业则在今年5月登陆深交所,成为又一家成功上市的区域性乳企。

奶粉行业进入调整期

与往年的高增长不同,今年上半年,五大奶粉上市公司中,除贝因美外,中国飞鹤、健合集团、澳优、雅士利国际净利润均呈现不同程度下降,行业步入调整期,但整体营收能力仍处在35家上市、挂牌乳企的中上水平。

据国家统计局数据,2021年新生儿数量下降到1062万,出生人口连续5年减少。尼尔森数据显示,2022年上半年,我国婴幼儿奶粉销售额同比下降4%,行业市场整体需求处于下降趋势。

从各奶粉企业半年报可以看出,人口出生率下降、市场竞争激烈、渠道库存调整、供应链短缺等,是造成奶粉企业业绩波动的主要原因,其中库存调整已成为今年婴幼儿奶粉行业的重要关键词。

2022年上半年,中国飞鹤实现收益96.73亿元,期内溢利22.56亿元,毛利率为67.6%,三项指标均较上年同期有所下降,但在国内婴幼儿奶粉市场仍保持近20%的市占率,居行业第一。飞鹤在2022年实施“新鲜”战略,进一步降低“星飞帆”等产品的渠道库存,保持货架产品较高新鲜度,并对分销渠道整体库存水平实施严格控制。

早在2020年下半年,澳优就对自有品牌羊奶粉进行渠道调整,调整后相关业务单元不论在渠道管理、与分销商合作及品牌力方

面均有所加强,并于2021年重回双位数增长。自2021年年底起,澳优再次对旗下核心牛奶粉品牌“海普诺凯1897”进行销售策略调整,减少各大分销商及渠道伙伴的库存及资金压力,减慢向分销商分发牛奶粉,对渠道整体库存水平实行更严格控制。尽管此举导致澳优上半年销售额有所下跌,但澳优认为牺牲短期业绩对集团业务有长期成效。

“奶粉行业有句话,同等品质比价格,同等价格比品牌。”湖南“爸爸爱”母婴连锁创始人唐利认为,在眼下销售奶粉都不太赚钱的情况下,控货稳价成为影响渠道信心的关键因素。乳业专家宋亮也认为,就国内婴幼儿奶粉市场整体而言,内资品牌市占率约在65%,但流通渠道存货预计有20万~30万吨,“这个量很大,价盘恢复难度就在于此,所以几大品牌进行渠道调整是正确的”。

除调整渠道库存外,雅士利国际认为,中国奶粉行业受出生人口减少、婴幼儿奶粉新国标推出及国产品牌消费热潮等因素影响,继续呈现企业提质增效、寻求产品差异化、加速向生命全周期营养品企业转型、国产品牌市场份额提高等趋势。贝因美也在半年报中称,今年以来,我国儿童销售额同比增长286%,特殊医学配方奶粉销售额增长超62.4%,乳制品及奶基营养品的整体消费规模呈持续增长趋势。

资本市场动作频频

收购、上市、退市、转板……2022年以来,上市、挂牌乳企的一系列资本操作,成为业绩表现外的另一大看点。

2022年3月,伊利子公司金港控股收购澳优乳业股权一事完成股权款项支付,金港控股持股占澳优乳业已发行总股份的59.17%。4个月后,伊利又将菲仕兰中国位于辽宁沈阳的秀水奶粉工厂收入囊中。

尼尔森数据显示,2021年伊利婴幼儿配方奶粉零售额市占份额同比提高1.4%,增速位列市场第一,市占份额位居市场第二。宋亮分析认为,“今年伊利婴幼儿奶粉业务增长迅猛,预计2024年之前奶粉业绩将跃居全国第一。”

在资本市场方面,江西区域性乳企阳光乳业于今年5月在深交所主板上市。上市后首份半年报显示,受疫情影响,阳光乳业上半年营收减少6.61%至2.71亿元,净利润减少7.72%至5566.06万元,其中江西省内收入占比超过95%,市场依赖程度

依然较高。

除阳光乳业外,新三板挂牌乳企骑士乳业于5月30日公布北交所上市募资项目,拟投入募集资金约2.61亿元用于奶牛养殖项目。骑士乳业称,公司是在全国中小企业股份转让系统连续挂牌满12个月的创新层公司,2021年度、2020年度经审计净利润分别为5156.77万元、1916.07万元,加权平均净资产收益率分别为11.30%、4.86%,符合进入北交所上市的财务条件,目前转板申请尚在进行中。

资本市场有进有退。今年上半年,科迪乳业、庄园牧场、雅士利国际、天然乳品均传出退市或私有化消息,原因各不相同。

因2020年、2021年财务报告连续被出具无法表示意见的审计报告,科迪乳业于2022年6月23日终止在深交所上市。2021年财报显示,科迪乳业2016—2018年累计虚增利润约3亿元冲减控股股东科迪集团资金占用款。科迪乳业还因逾期债务及对外担保涉及多起诉讼,部分账户被冻结,遭遇受损投资者索赔诉讼等。近日,科迪乳业破产重整申请被法院裁定受理。

在港股市场,庄园牧场、雅士利国际、天然乳品均发布过退市或私有化消息。3月16日,蒙牛与雅士利发布联合公告显示,蒙牛正就雅士利股权及若干其他业务权益进行讨论,或向雅士利提出私有化要约。

8月19日,停牌12年之久的天然乳品被港交所取消上市地位,理由是自2022年2月上市申请失效后,天然乳品未提交新上市申请。8月29日,天然乳品上市地位被取消。

2021年12月17日,庄园牧场董事会通过H股回购及退市计划前期准备工作议案,称从H股退市主要考虑到相关交易量较低且流动性有限,节省成本和费用。2022年8月18日,庄园牧场宣布以每股10.89港元的价格回购全部已发行H股。港股私有化完成后,庄园牧场仍为A股上市乳企。(郭铁)

