

八年联姻终散伙 达能蒙牛各自飞

达能欲剥离蒙牛持股,八年“联姻”画上句号。3月1日,蒙牛乳业发布公告称,公司二股东达能将改变其持股方式,并考虑进一步减持蒙牛股份,这是双方合作八年后首次出现“婚变”。自2013年双方合作以来,二股东达能在八年的时间内为蒙牛创造了不菲的价值,同时也收获了可观的收益。但随着蒙牛不断壮大,双方部分业务已形成了激烈的竞争关系。此外,投资收益率下降并直接影响达能业绩收入成为双方此次“分手”的另一重要原因。对业绩下滑、股价下跌的达能来说,剥离蒙牛持股成为其改变投资战略从而提升业绩的重要举措。

达能考虑减持

3月1日蒙牛发布公告称,达能通过中粮乳业投资间接持有的蒙牛权益将转换为直接股权持有。一旦获得监管批准,达能预期直接持有蒙牛9.82%的股权;中粮乳业投资的持股比例将从31.25%降为21.43%,仍为最大单一股东。

值得一提的是,除计划直接持股,达能还在考虑减持蒙牛股份。达能发布公告称:“作为达能对其投资的各个品牌和资产进行全面复查的一部分,达能宣布已与中粮乳业投资达成协议,将目前达能间接持有的蒙牛股权转换成直接持有相应的蒙牛股票,并下一步考虑减持”。

对于达能计划直接持股并考虑减持蒙牛股份,蒙牛相关负责人在接受北京商报记者采访时表示:“对于达能的相关股权安排表示理解。蒙牛在现有战略股东架构下,业务发展和既定战略均不受影响。中粮集团仍将是蒙牛第一大股东,并坚定支持蒙牛管理层和团队”。

对于上述决定,达能相关负责人未有明确回应,仅表示:“本次交易的内容以公告为准”。达能官网公告显示,根据市场情况,达能将在2021年通过一次或者多次交易减持蒙牛股份。减持完成后,根据达能的资本分配原则,大部分预期收益将通过股份回购计划返还给股东。

香颂资本董事沈萌表示,达能是通过中

蒙牛宣布向达能定向增发约6.6%的股份。至此,达能持有蒙牛9.9%的股份,成为蒙牛第二大股东。

2013年5月 蒙牛宣布中粮集团和法国达能签署协议,达能通过与中国粮的合资公司持有蒙牛4%的股份,成为蒙牛的战略股东。

达能与蒙牛合作大事记

粮乳业投资成为蒙牛的间接股东,不是直接持有,若想下一步进行减持,需要根据合资公司的投资比例转换成直接持有,以方便下一步操作。达能的减持计划并不改变蒙牛的实际控制结构,但是未来其与蒙牛的合作空间会压缩。”

业务撞车 收益下降

作为蒙牛的重要股东,达能在八年的时间内为蒙牛创造价值的同时也收获了可观收益。但另一方面,随着蒙牛不断发展,双方在部分业务上已形成了激烈的竞争关系。

资料显示,达能与蒙牛的“联姻”始于2013年,彼时,蒙牛宣布中粮集团和法国达能签署协议,达能通过与中国粮的合资公司持有蒙牛4%的股份,成为蒙牛的战略股东,同时引进达能的酸奶技术和品牌管理经验。2014年2月,蒙牛宣布向达能定向增发约6.6%的股份,至此,达能持有蒙牛9.9%的股份,成为蒙

牛第二大股东。

“当年蒙牛和达能的合作属于各取所需,蒙牛需要借助达能在技术和经验上的优势实现多元化和国际化发展;达能也需要借助蒙牛在国内庞大的分销网络和政府资源扎根中国市场,但随着双方业务的发展变化,这种协同效应在减弱。”乳业专家宋亮认为。

根据达能财报,经过不断调整,目前达能中国的主要业务是饮用水及饮料业务和专业特殊营养品业务,近年来,达能在不断加码专业特殊营养品业务,特别是婴幼儿奶粉及营养品业务,而这也是蒙牛近年来发展的重点。

具体来看,仅2020年达能在婴幼儿奶粉及营养品业务板块的投资就已近1亿欧元。2020年5月,达能全资收购了迈高青岛奶粉工厂;时隔两个月,达能再次斥资设立上海开放科研中心,以及在青岛和无锡布局特殊营养生产基地。

同样,蒙牛也一直把奶粉作为重点业务。近年来,蒙牛多次对旗下奶粉业务进行调整,

包括收购有机奶粉贝拉米、重组雅士利。蒙牛集团总裁卢敏还提出具体目标:奶粉业务三年内要进国内前三。”

除了可能存在的业务竞争因素,投资收益率下降或是达能下定决心离开的原因。公告显示,目前达能在蒙牛的间接持股市值约为8.5亿欧元,并通过联营公司在2019年贡献了5700万欧元的经常性净收入,但在2020年财报中,达能来自联营公司的经常性净收入从9800万欧元下降至8500万欧元,达能将其归因于蒙牛和雅士利的业绩表现不佳。

绕不开的资金需求

无论出于什么原因减持,达能的根本目的还是希望通过投资战略调整提振业绩,进而提振投资者信心。

“达能这次拟减持蒙牛很明显是想盘活资金和资源来参与角逐并购。”中国食品分析师朱丹蓬表示,减持后的达能可以获得更多



更好的资金及资源去布局对其他品牌的并购。比如,现在一些国际品牌有可能会退出中国,这对达能来说是一个不错的发展机会。达能也可借此机会布局一些高毛利、高科技、高成长性的行业,提高企业的盈利能力。

从业绩表现来看,达能似乎需要提振业绩。2月19日,达能发布2020年财报显示,2020年达能销售收入下降1.5%至236亿欧元,每股收益同比增长1%至2.99欧元。其中,达能饮用水和饮料业务下降幅度最大。

事实上,业绩低迷现象在2020年前三季度就已经出现。数据显示,2020三季度达能销售收入58.21亿欧元,同比下降2.5%。其中,饮用水和饮料业务销售收入同比下降,销量下降了8.1%,销售额下降了5.4%。

达能业绩颓势也影响到其股价表现。相关数据显示,2020年达能股价下跌了27%,处于近七年来的低点。

为尽快重回增长轨道,达能在2020年10月公布了三项重大决定,包括重塑组织、强化执行力和投资组合战略检视。在业内人士看来,本次减持是达能承诺激进投资者进行系列资产处置的重要部分。

宋亮认为:“在剥离对蒙牛的投资后,达能在中国各项业务板块的独立性将进一步增强。未来,达能可能会为进一步的投资并购做准备,并将投资重点放在中国市场具有高增长潜力的领域当中。不过,达能是否真的可以在接下来战略调整中获利,还取决于其具体的战略规划及落地情况”。

达能预计将于2021年二季度重回增长轨道,并于下半年恢复盈利性增长。达能董事会主席兼首席执行官范易谋表示,2021年将是复苏的一年。我们现阶段的重点是力争最快在今年二季度恢复销售收入增长。我们完全有信心创造恰当的条件,把握积极的发展势头,在下半年尽快回到实现盈利性增长目标的轨道上。”

北京商报记者 钱瑜 王晓

芯片缺货 手机涨价?

自去年下半年以来,因为芯片等零部件缺货涨价严重,手机行业不断出现缺货的情况。3月1日,北京商报记者发现,不论是小米官网或是京东自营平台,小米11均处于无货状态,Redmi新发布的K40也暂时无货。这背后是手机上游产业链缺货的普遍现象,包括芯片在内的元器件,因5G手机市场爆发、疫情等因素,目前都供不应求。缺货就意味着涨价,不过,在专家看来,今年手机市场是否会迎来涨价潮,要看品牌对于快速推进5G手机普及有多大期待。

手机产品缺货

在小米天猫官方旗舰店,小米11销售页面显示“即将开始,3月4日零点开售”,也就是说,3月4日之前,消费者无法通过官方渠道购买到这款手机;而在小米京东自营旗舰店,小米11的销售采用的是预约模式,当前不支持购买。截至北京商报记者发稿,店铺页面显示这款手机目前已有6.2万人预约(不包括此前已经完成的订单)。

北京商报记者又找到小米子品牌Redmi上周刚发布的新品K40页面,发现这款手机虽然处于预售状态,但朝阳区显示暂时无货,无法支付定金。

关于这两款产品的缺货情况,北京商报记者采访了小米方面,对方表示以小米中国区总裁卢伟冰此前在发布会上的说法为准。此前,卢伟冰曾公开表示:“Redmi K30系列销量超过1100万台,但遭遇了严重缺货,尤其是至尊版,至今难以满足需求。”他表示,今年本来打算立个Flag,能不能做到不缺货,但最终作罢,因为芯片太紧缺了。“不是缺,是非常非常缺。”

缺货的不止小米一个,还有华为。华为去年以来发布的高端旗舰机,目前几乎都处于暂时无货的情况,或者给消费者定时抢购的机会,比如Mate 40在每天上午10:08开放购买,但货源很少,北京商报记者也曾连续几天尝试抢购这款产品,每次都是刚一点开就显示“售罄”。

供给能力降低

小米为什么会缺货呢?产经观察家丁少将指出,从市场需求来看,以5G手机为代表,今年市场有集中爆发趋势;从生产需求看,5G导致手机设计、生产复杂度提升,元器件消耗也会随之增加。

去年以来,国内5G产业加速发展,电感产品迎来了更大的市场空间,由于产能紧张,许多企业不仅在手订单交货期大幅延长,商品库存也达到了近几年的最低水平。

据央视财经报道,深圳市某电子科技企业LTCC滤波器事业部负责人南学亮表示,2021年市场集中爆发,特别是5G方面,今年的库存同比下降40%左右,是近三年来最低的库存。

“另一方面是供给。疫情影响造成库存有限,这就降低了供给能力,两者结合,供不应求情况的出现并不奇怪,同时还要考虑到,包括汽车、PC、物联网终端等都在分抢有限的芯片产能的情况。”丁少将说。

通信专家马继华也指出,因为现在智能化发展很快,不管是智能汽车智能家居还是其他各种工业互联网设备,芯片需求暴增,而芯片生产需要长期建设,增量没那么大,造成了绝对意义上的短缺;另外,由于美国制裁华为,打乱了全球芯片产业链的发展节奏,设计生产厂商不敢盲目投资,需求厂商尽力存货,造成了抢购后的短缺。

根据Omdia的预测,2020年多个应用类别对IC的需求增长高于预期,且这些需求在2021年上半年将继续增长。由于对这些设备的大量需求,自2020年三季度以来,晶圆厂的有限产能导致元器件短缺。

有消息称,高通全系列物料的交付期限已延长至30周以上,其中CSR蓝牙音频芯片的交付周期已达33周以上。

北京商报记者就此向高通方面确认,截至发稿,对方未给出回复。此外,记者还采访了OPPO和vivo相关负责人,面对元器件短缺将如何应对的问题,截至发稿,二者都未给出相关回复。

涨价潮会来吗

值得注意的是,因为缺货,以上提到的小米11和华为Mate系列在第三方销售渠道都在提价。

一位手机经销商向北京商报记者反映,华为Mate 40保时捷版比原价高了2000元左右。另据媒体报道,一位小米经销商透露:“我们年前最低是3940元,年后涨了一两百,由于供货紧张,小米11渠道价格上涨,昨天还是4110元,今天的价就变成了4140元。”

那么,由于元器件短缺造成的整机缺货,会继续影响整个手机市场的价格走势吗?

马继华对北京商报记者表示,这几年手机价格一直在提升,各种零部件涨价也在缓慢进行中,但芯片价格不会暴涨,毕竟都是大厂商,应该有长期合同约定。

而在丁少将看来,考虑到成本提升,手机涨价的情况有可能出现,但会不会出现“涨价潮”?“涨价潮”是不是由此引起,还有待观察,这就要看品牌对于快速推进5G手机普及有多大期待,要看竞争的激烈程度,要看不同品牌希望在这样的时间段寻求什么样的站位。毕竟,目前看到的5G手机销售的蓬勃,有平价5G手机推广带来的效果;同时,近年来,头部品牌大多寻求高端化路径,涨价本就是市场趋势的一种。”

对于今年手机市场的发展趋势,丁少将认为,从市场整体来看,伴随5G手机的进一步普及,2021年应该会是品牌受益的一年,但这种受益仍会是渐进式的,毕竟,从基建、终端体验、配套应用等全面来看,5G手机其实仍然在导入期;从品牌格局上看,应该会基本稳定,但考虑到华为的受限、OPPO此前不算出色的表现等等,头部的具体排名很可能发生变化。

数据机构IDC公布的全球手机厂商季度报告显示,2020年全年,全球智能手机出货量为12.922亿台,同比下滑5.9%。第一名依然是三星,第二、三、四、五名分别为苹果、华为、小米和vivo。

北京商报记者 石飞月

聚焦

Focus

微软大中华区换帅 前高通高管空降

北京商报讯(记者 魏蔚)在梁念坚离职后的第9个年头,侯阳成为微软大中华区又一位华人CEO。3月1日,微软宣布,侯阳将接替柯睿杰(Alain Crozier)担任微软大中华区董事长兼CEO,在7月1日与柯睿杰确保交接顺利完成后,侯阳将全面接管微软在大中华区的战略、销售和市场运营。对于这次调整,业内人士普遍认为这是微软在中国云市场扩张的信号。

在微软宣布CEO任命之前,互联网圈对侯阳并不熟悉,在微软的公告中,对于侯阳的介绍第一句是:侯阳博士生长于中国沈阳,曾先后获得北京大学物理学学士学位、美国密歇根大学电气工程博士学位。

加入微软前,侯阳曾带领高通中国半导体事业部实现了3倍速的营收增长,3个月前以高通全球高级副总裁的身份参加了中国电信5GSA规模商用及5G定制专网启动仪式。在此之前,他在美国麦肯锡公司任职五年,领导技术事业部的工作。

微软亚洲区总裁Ahmed Mazhari对侯阳的评价是:侯阳是一位成功的创新变革型企业领袖,在科技行业的生态合作伙伴建设和本地市场战略洞察等方面,具有远见卓识。作为一位进取型的商业领袖,侯阳在商业运营、产品优化、销售,以及合作伙伴与客户关系等方面有着独道的成功经验。同时,他善于通过战略思考与高效执行的平衡,推动业务的大幅增长。我们非常高兴地看到在大中华地区能有这样的杰出领导者加入。我们相信,微软大中华区将会把握住未来高增长的机遇,持续发展。”

对于柯睿杰,Ahmed Mazhari

也表达了肯定:“我特别感谢柯睿杰在过去五年带领微软在一个繁荣多样的市场中实现业务的转型和增长,不仅为公司构建了强大的领导团队,也成就了微软全球多元化的销售与营销团队。”不过Ahmed Mazhari并未公开透露这次调整CEO的目的,截至北京商报记者发稿,微软相关人士对此也未予回应。

来自第三方观察者的观点则十分一致。比达咨询分析师李锦清向北京商报记者直言:“侯阳的华人身份,以及他在销售、运营方面的经验,有助于帮助微软在大中华区进一步扩张”。

在侯阳之前,微软大中华区两任CEO都是外籍人士,再往上数的华人CEO是梁念坚,在微软大中华区CEO的位置上,梁念坚从2008年11月工作至2012年4月。这次微软大中华区换帅,还不免让人想到微软分拆小冰,2020年7月,微软将AI业务小冰分拆为独立公司运营,并委任前微软全球执行副总裁沈向洋为新公司董事长,现小冰项目全球负责人李笛为CEO,一水的华人团队。

微软对中国云市场的青睐也显而易见。根据微软2021财年第二财季(即自然年2020年四季度财报),微软营收431亿元。微软旗下业务主要分为智能云业务、个人处理业务、生产力及业务流程业务,其中微软智能云收入146亿美元,同比增长23%,营收占比排名第二,营收增速排名第一。

微软对中国市场的重视可从招聘规模看出,2020年11月,微软(中国)有限公司政府事务总经理顾强在第三届进博会上表示,计划在2021年在中国市场招聘1500人,以满足中国市场的发展需要。