

发展基地扩至秦皇岛

顺鑫多元化版图欲引民资入局

提出“以投资控股型发展模式实现转型升级”的北京顺鑫农业发展集团有限公司(以下简称“顺鑫集团”)正在多途径扩张其产业版图,其中还包括牵手民资。日前顺鑫集团公布,该公司已与秦皇岛市政府签署战略合作框架协议,两者将在白酒、肉食等产业进行合作,还有意通过合作引进民资,推进混合所有制改革。在业界看来,顺鑫集团牵手民资,一方面受到政策推动,另外是为分担企业的扩张风险。

欲牵手秦皇岛民资

秦皇岛市人民政府公布的信息显示,按照协议,秦皇岛将协调促成政府国有独资企业、顺鑫集团和秦皇岛民间资本共同出资,设立基于混合所有制下的国有企业、地方政府独资企业、民营企业利益共同体,顺鑫集团将在秦皇岛市布局现代农业、食品加工、金融服务业等相关产业的投资平台和长期发展基地。

顺义区政府门户网站显示,顺鑫集团属于顺义区国资委下属单位。按照顺义区委常委、常务副区长林向阳的话说,顺鑫集团与秦皇岛市政府的合作,正是国家所提倡的混合所有制发展方式。

顺鑫集团控股的顺鑫农业相关负责人向北京商报记者介绍,和秦皇岛签订的仅是框架协议,“只是方向性的,还没有具体布局”。不过,从顺鑫集团董事长王泽的讲述看,该集团对这场合作还是较为迫切



的。“顺鑫集团逐步将现有白酒、肉食、农产品物流、种业等产业纳入与秦皇岛市的战略合作,希望秦皇岛市政府能够在政策上给予支持,推动项目尽快选址、评估、办理,尽快推动项目落地。”

或为改革大势推动

顺鑫农业三季报显示,该公司前三季度实现净利润同比上涨77.69%,仅在第三季度同比上涨幅度高达162.42%。如此业绩表现,顺鑫牵手民资颇使业界感到意外。究其原因,北京商报记者通过电话及邮件多次联系顺鑫集团,但截至发稿前并未得到该公司回应。

有观点认为,顺鑫集团牵手民资属于

大势所趋。“随着国企改革的推进,尤其是北京、上海、广东等进度较快,企业逐步加快改革进程。顺鑫是国企改革的主要标的之一,此前该公司已经通过诸如调整管理人员薪酬等方式,体现出稳步改革的迹象。”一位证券分析师分析道。

今年初,在北京市国资委2014年度工作会议上,市国资委负责人曾表示,要支持具备条件的企业发展混合所有制,今年要力争一级企业发展混合所有制实现突破。

寻觅扩张风险分担者

另在业界看来,从“与民资设立公司”的形式看,并非从集团内部动刀,而是外围推进改革,顺鑫在扩大规模中寻找分担

风险者的意图较为明显。卓创资讯分析师王程程表示,曾较为聚焦北京地区的顺鑫集团,通过与秦皇岛合作,实则在拓展自己的产业区域,不仅瞄准的是港口优势,还有借力京津冀一体化扩张其产业版图的“野心”。

其实在扩张方面,顺鑫确有较大布局。该公司坦言,已走过资本积累阶段和资本扩张阶段,今后将进入投资控股型发展阶段。上述顺鑫农业相关负责人介绍,该公司之前是通过自有资本建厂扩规模,未来的扩张,除了上述方式,还将有投资控股并举,即通过资本输出,控股其他企业实现扩张。顺鑫介绍,该公司目前处于国有投资控股公司中的“产业投资型”(混合型)的初级阶段。

业界认为,随着触角的不断延伸,导致资本分散,发展不确定性因素也在增多。北京商报记者从顺鑫农业半年报中看到,作为该公司一大主业的生猪屠宰业,在报告期内营业收入同比下降5.99%。王程程表示,今年猪肉价格低迷,将致企业全年业绩承压。另外,作为该公司另一主业的白酒,半年报中仍是正增长状态,“这主要得益于该公司聚焦中低端,但目前这块市场正逐渐被其他酒企瓜分,也给顺鑫的白酒未来表现增加了不确定性”。白酒行业分析师表示,他同时强调称,“牵手民资,一方面可以引入灵活的管理机制,增强竞争力,另一方面也可分担经营风险”。北京商报记者 马骏昊/文 CFP/图

CHIGO 志高
全球品牌战略暨签约成龙新闻发布会

为·高·端·而·来
Aiming for the higher
志高全球品牌战略暨
签约成龙新闻发布会

Press Conference of CHIGO Global Branding
Strategy and Signing Ceremony with Jackie Chan

盛大召开

中国·北京 Beijing China 2014.12.23



两面针密集筹钱补缺

北京商报讯(记者 齐琳 赵秀静)宣布回归日化主业后两面针的日子并不好过。近日,两面针密集发布公告,欲出售所持股票,以及通过定向增发方式募集资金,目的是扭转公司亏损局面和补充流动资金。

12月5日,两面针发布公告表示,该公司董事会拟授权管理层在2014年剩余时间里出售不超过1700万股中信证券股票,按照目前市值,可套现约3.9亿元。公告坦言,出售所持股票是为锁定盈利,规避市场、股价向下波动及调整的风险。

一周后,两面针再次发布公告,为提振两面针的日化产业,拟通过定向增发1亿股的方式,募集资金2亿元,专项投入该公司的日化产业,丰富产品线,调整产品结构,加大营销渠道建设和广告宣传投入,同时注入流动资金增强市场竞争力。

但两面针对资金的需求不止2亿元,两面针坦言,未来三年,两面针合计需补充流动资金约2.4亿元,如未来两年两面针母公司、芳草公司经营亏损,公司的流动资金缺口将更大。

2013年初,两面针新董事长钟春彬上任,对于两面针多元化战略做了调整,提出要回归日化主业,并推出59.9元/支的中药消痛高端牙膏。近期公布的前三季度业绩报告显示,两面针净利润亏损1.2亿元,预计全年业绩难挽亏损局势。

业内人士分析,以中国目前的牙膏市场来看,持续亏损、流动资金不足的两面针回归日化主业重夺市场份额恐有难度。

两面针日化主营业务是牙膏,但目前中国市场牙膏格局几乎已成定局。统计数据表明,目前中国前五大牙膏品牌高露洁、佳洁士、黑人、云南白药、中华已经占据中国牙膏市场75%左右的份额,而两面针牙膏市场份额已从高峰期的市场前三跌至不足1%。

中国百货商业协会化妆洗用品分会副秘书长冯建军在接受北京商报记者采访时表示,“一二线城市的牙膏市场格局很难撼动,两面针欲重新夺回市场份额,需要走差异化道路。相比高端市场,三四线城市或农村的市场会更容易开拓,此外,开拓电商等销售渠道也非常必要”。

君乐宝再推低价新品“搅局”

北京商报讯(记者 齐琳 阿茹汗)君乐宝奶粉低价战略已经延伸到以“高端高价”著称的OPO奶粉市场。日前,君乐宝推出了一款含有OPO成分的高端奶粉,定价176元/罐,君乐宝奶粉事业部总经理刘森森介绍:“虽然该产品的价格已经高于今年4月推出的第一款130元/罐的定价,但和市场上同类品质的产品相比价格仍然低一半。”

与第一款奶粉一样,君乐宝新款奶粉

还将通过电商网站和电话直销,这一销售方式为其减少了中间经销商环节,保证了产品的低价策略。刘森森进而介绍,由于婴幼儿配方奶粉的消费特殊性,君乐宝从今年下半年起加大了线下渠道的铺设,在连锁店、母婴店增加了线下体验消费和线下取货点,但是产品价格仍然保持不变。刘森森指出,明年君乐宝将继续发力线上线下相结合,线下消费体验店将达到3000家。