

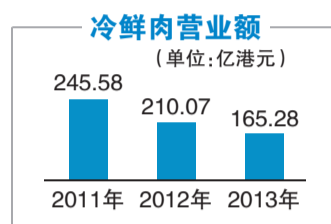
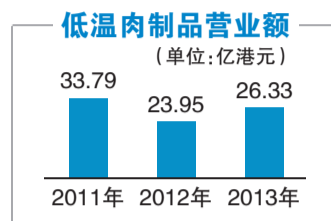
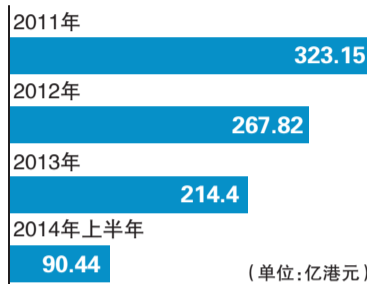
雨润陷周期性食品危机

业绩接连下滑 主业遭竞争对手强压

继2009年和2011年两次爆发“瘦肉精事件”后,今年,雨润再次陷入食品安全问题。近日,在国家相关部门的检测中,雨润食品4批次产品被检出质量不合格,其中,还有产品被检出含有致病菌。业内人士认为,雨润食品问题初显“周期性”,这与公司快速的多元化布局脱不了干系。但因多元化布局有利于降低企业单一产业发展风险,该战略对企业的影响尚难定论。不过,雨润主营业务不振或为其竞争对手提供趁虚而入的机会,进而可能会影响现有冷鲜肉以及低温肉制品市场格局。



雨润食品近四年总营业额



主业陷入质量危局

尽管与2009年和2011年两次爆发的“瘦肉精事件”相比,雨润此次食品安全危机只牵涉少数几个批次产品,但还是引起了市场的轩然大波。在国家食品药品监督管理局公布的本年度第二阶段19类食品及食品添加剂的监督抽检信息里,雨润食品共有4批次产品榜上有名,其中,今年8月生产的肉制品贝罗尼意式萨拉米被检出致病菌单核细胞增生李斯特氏菌,据业内人士介绍,李斯特氏菌是常见致病菌,人感染这种病菌后的主要表现为败血症、脑膜炎。

对于此次被查出问题产品,雨润随即发布公告回应称,仅2014年8月生产的某个批次食品样本李斯特氏菌超标,该批次产品总价值少于1万元,雨润表示,有关当局已对其产品进行复检,没有任何进一步的负面报告。

雨润在其财报中介绍,其是国内低温肉制品、冷鲜肉市场占有率冠军,而此次被检出不合格也正是其最重要的低温肉制品板块。业内人士指出,雨润集团赖以起步的食品板块屡陷食品安全危机,其营收的下滑正在撼动雨润的行业地位。

雨润食品今年中期报告显示,上半年

营业额为90.44亿港元,同比下降12.2%,净利润1065万港元,较去年同期减少了9.7%。雨润食品低温肉制品、冷鲜肉、高温肉制品、冷冻肉四大板块中,市场占比最大的低温肉制品和营收贡献最多的冷鲜肉两大主营业务的收入也在今年上半年出现1.8%和9.1%的同比双双下滑。另翻看雨润近几年的财报发现,近几年雨润食品的营业额出现了逐年下滑的现象。2011-2013年,雨润食品的营业额分别为323.15亿港元、267.82亿港元和214.4亿港元。

内部:多元化双刃剑

另有数据显示,在雨润集团食品板块整体业绩下滑的影响下,雨润食品对于集团的营收贡献也在不断缩小。相关数据显示,2011年,雨润食品对整个雨润集团的业绩贡献率为28.6%,而2012年这一数据下降至20%左右。数据变化衬托出了雨润食品板块以外的多元化战略布局。

中投顾问食品行业研究员向健军介绍,早在几年前雨润的发展战略不再局限于食品行业,而是向多元化扩张,雨润集团官方网站介绍,该集团是一家集食品、地产、商业、物流、旅游、金融和建筑七大产业于一体的多元化企业集团,目

前旗下拥有雨润食品、中央商场两家上市公司。而这一多元化格局基本在2011年就已形成。

“对于单一产业企业来说,多元化是降低企业风险、增加潜在收入的有效途径。”一位不愿具名的行业分析师向北京商报记者介绍,查看雨润食品的财报,该公司毛利率在2011年时有8.6%之高,而在去年下降至3.6%。“相较于其他行业,肉制品企业的利润微薄,一旦遭遇食品安全事件,企业根基就会被动摇,因此雨润集团发展非食品板块,向毛利率在30%以上的房地产等行业拓展以减小风险、增加收入无可厚非。”

不过,在向健军看来,多元化既能降低企业的风险,同时也能分散企业精力,他指出:“尤其是同时介入多个领域的情况下,食品这个主营板块的投入和监管就会被放松,食品安全问题频发也正源于此。”另有证券分析师称,多元化的前提一定是企业核心竞争力足够强大,大面积扩张将会制约其有限资源的分配和利用。

另值得关注的是,雨润集团虽已发力多元化,但其结果到目前为止却并不理想。雨润集团另一家上市公司南京中央商场(集团)股份有限公司今年三季报显示,其前三季度营业收入为51.33亿元,较去年

年同期出现了8.91%的下滑。一位长期跟踪雨润的分析师介绍,中央商场作为雨润商业地产发展的平台,目前负债率已高达90%以上,并且其在建的多个综合体项目仍需要上百亿元的资金,这对其现金流也将是巨大的考验。

外部:遭竞争对手强压

业内人士普遍认为,虽然对雨润集团多元化战略做出最终评判仍为时尚早,但其主业业绩下滑正为竞争对手提供了趁虚而入的机会,这将进一步撼动雨润集团食品板块冷鲜肉和低温肉制品市场老大地位。

以低温肉制品业务为例,雨润财报介绍,过去16年雨润食品已连续夺得低温肉制品国内市场占有率头把交椅,但是该细分业务在上半年录得13.03亿港元的销售收入,同比降幅达到1.8%。而雨润食品的老对手双汇发展的财报则显示,双汇低温肉制品上半年营业收入达到了45.9亿元,不仅总额远超雨润食品,该业务的营收比去年同期还增长了1.26%。

中国食品商务研究院研究员朱丹蓬介绍,由于看好低温肉制品的市场发展前景,双汇在过去几年采取了一系列动作,重力打造了低温肉制品基地,以提高低温肉制品产量。不仅如此,更值得注意的是,不同于雨润食品的毛利率下滑,双汇发展的肉制品行业以及低温肉制品的毛利率还在出现不断上升,今年上半年分别达到了27.84%和26.25%。朱丹蓬表示,从市场份额看,此前雨润和双汇各占半壁江山,而目前在双方一降一升的对比下,已出现向双汇倾斜的势头。

“双汇发展的控股股东万洲国际今年在香港上市,资金支持会更加充裕,因此这对于雨润又将形成竞争压力。”上述不具名分析师如此强调。向健军也表示:“如果雨润集团再不聚焦食品板块,其原有优势也将逐渐丢失。”

针对业内人士的担心以及多元化布局的情况,北京商报记者向雨润提出了采访请求,但截至发稿前并未收到对方回复。

北京商报记者 齐琳 阿茹汗 张茜岚/文 张彬/制图

贵州携阿里云造中国“数据之都”

“大家可以连接景区的WiFi,是免费开放的。待会我们到了检票口,可以刷手机上的二维码。”严盟是贵阳市青岩景区的一名导游,如今她接待游客时总会加上这么一句。

她不知道的是,景区入口的摄像头每天都在帮她计算着接待游客的数量,将数据实时上传到贵州智慧旅游云。这朵云还将采集运营商手机基站数据,通过手机号码归属地了解游客的地域信息,为游客提供个性化服务。

12月20日,贵州在阿里云开发者大会西南峰会上宣布,交通、环保、食药、工业、电子政务、旅游、电商7朵云的41个业务系统迁移至“云上贵州”平台。这个地处西南大山里的省份,拉开了中国政府数据打通和开放的序幕。

“云上贵州”平台是国内首个由省级政府主导搭建的云平台,为各级政府提供了统一的云计算资源,客观上也打破

了政府部门之间的数据壁垒,为大数据的形成、共享和挖掘提供了环境。贵州省明确规定,除有特殊需求外,贵州省所有省级政务部门将不再自行购买服务器、交换机、存储等硬件设备,不再自建机房,政府数据统一存到“云上贵州”系统平台。

阿里云业务发展总监潘立维透露:“我们有60多名工程师参与,短时间内完成了飞天云计算平台的输出,并将贵州7个厅局41个系统顺利迁到了‘云上贵州’平台。”贵州省政府希望加快“云上贵州”和大数据的发展速度,打造一个中国的“数据之都”。

贵州政府在全国率先开放政府数据目录,已梳理出工业云、智能交通云、智慧旅游云、食品安全云、环保云等7个领域的的数据资源目录,在政府数据资源安全前提下逐步有序开放。此外,贵州还要求省级政府部门将数据资源迁上平台,引导省

内、省外企业的数据资源上云。

数据共享的价值正在显现。以交通数据为例,一般情况下交通运输厅掌握着省内高速公路、重点车辆等数据,但市内交通的数据更多的在公安交警系统,很难互通。“云上贵州”的智慧交通云打通了交通、公安、气象、国土等部门的数据,交通运输厅和公安交警之间可轻松实现视频互调,整个贵州的交通信息一目了然地呈现在“一张图”上。

此外,贵州省还联合阿里启动了“智慧交通算法大挑战”,希望通过开放海量交通数据,由阿里和外界的大数据团队进行分析,寻找到解决交通拥堵的方法。

信息孤岛的打破与政府大数据的开放为企业带来了新的商机,对传统产业的升级提供了“云”动力。一家名为“希望泥腿”的贵州本地创业团队,计划通过对茶叶生产过程中的关键数据进行采集,为茶叶的种植、销售、质量检测提

供技术支持。上海千贯看到了贵州政府对大数据战略的决心,希望能在贵州搭建一个面向绿色城市综合体的智能用电大数据服务平台,通过智能硬件收集千家万户的电力数据,为用户提供智能节电策略。

对于贵州百姓来说,云计算和大数据正在使他们的生活变得更便捷。在将各政府部门底层数据打通后,贵州正在筹划政务超市,将几百个行政审批放到一张网上,人们可以像逛淘宝一样,在手机上动手指就可以把事情办了。

当下的贵州,政府官员都在谈论大数据,创业者从全国各地涌入,他们想的正如马云所说“如果大家错过了30年前广东、浙江的投资机遇,今天一定不能错过贵州”。

今年11月,贵州省会贵阳刚刚与班加罗尔结成“姐妹城市”,希望复制印度“软件之都”的奇迹。