

## 飞鹤强攻高端图谋全球化

在竞争激烈的乳粉市场,有些企业以价换市,有些则向上突围。重启上市路径后,飞鹤一直坚持高端化探索。不久前,北京商报记者从飞鹤乳业战略成果发布会上了解到,今年上半年,飞鹤高端奶粉增长超200%。借力高端产品,飞鹤希望在未来将产业链向国际市场进行输出。不过,考虑到国内乳企都在布局海外市场,飞鹤也面对着不小的挑战。

“目前飞鹤乳业高端产品增长速度超过200%,是由市场决定的。”飞鹤乳业副总裁魏静表示,高端产品首先需要有高品质,其次是需要有高端服务。飞鹤乳业披露的数据显示,2014年、2015年、2016年飞鹤高端奶粉营收分别为9.87亿元、12.99亿元、15.86亿元,占飞鹤乳业总营收的27.6%、36%、42.6%。今年一季度飞鹤高端奶粉同比上涨达191%。

2015年,随着配方奶粉注册制等因素影响,国产奶粉市场逐渐回暖,飞鹤也借此再次开启对资本市场的探索。2013年7月,飞鹤在纽交所退市之时,就曾有业内人士认为,飞鹤退市意在对飞鹤进一步整合包装之后,重新登陆资本市场。经过几年的布局后,飞鹤再次IPO也被提上日程。对于赴港上市,飞鹤方面表示,来港上市对一家企业的发展来说,有利于业务推向国际化。

北京商报记者 钱瑜  
王满立



更多视频请扫二维码

## 澳优掘金羊奶粉市场

奶粉配方注册制下的中国奶粉市场,越来越多小众产品得到发展。受海淘、跨境购等影响,国内常规奶粉尚处低迷期,为打破局面,各企业开始发展羊奶粉。

作为一家以羊奶粉为主的企业,澳优乳业近几年得到快速发展。为了能够与奶粉产品进行互补,澳优乳业未来将发力保健品,从而更好地实现“三步走”战略。

财报数据显示,2017年前三季度,澳优乳业销售额同比增长44.2%至27.3亿元;自有品牌高端婴幼儿配方羊奶粉及牛奶粉销售额分别增长64.5%及51.8%至9.1亿元及10.1亿元;实现归属于公司股东净利润为2.2亿元,较去年同期的1.39亿元增长58.9%。澳优乳业董事长颜卫彬表示,澳优乳业的发展得益于在细分市场上发力,抓住了羊奶粉的机遇,因此取得了业绩方面的进步。此外,澳优乳业也在通过渠道等方面,构建属于自己的生态圈,做好奶粉的生产与销售。

“在牛奶粉行业中,澳优乳业想要竞争成为一流公司,需要很长的时间,因此选择了羊奶粉进行差异化的竞争,效果也很凸显。”颜卫彬告诉北京商报记者,澳优制定了三步走计划,首先做好婴幼儿奶粉这一业务;其次要做高端营养品。澳优借助国际上已有的保健品品牌,利用他们研发优势,更好地服务消费者。

有业内人士指出,奶粉与保健品同时发展是国内乳企未来的发展方向,保健品业务与奶粉业务也将成为乳企走路的“两条腿”。颜卫彬也认为,保健品与奶粉可以取得很好的互补,澳优乳业希望能够更长时间地服务消费者,将自己的产品线延伸至成人保健品业务,这种趋势是婴幼儿配方奶粉的发展趋势。

北京商报记者 钱瑜  
王子扬



更多视频请扫二维码

## ·乳业调查·

## 君乐宝的奶粉生意经

液态奶起家的君乐宝正在抢占婴幼儿奶粉市场。日前,在首届婴幼儿配方奶粉创新发展论坛上,君乐宝乳业副总裁刘森淼表示,君乐宝婴幼儿奶粉连续三年保持高速增长势头。业内认为,君乐宝在做奶粉之初因为价格低、经验少而受到业内质疑,经过三年半的时间,君乐宝奶粉在香港、澳门上市,同时也在克服业内竞争、建立消费者信心等难题。

## 进军奶粉领域

百余种品牌混战,液态奶起家的君乐宝也开始到婴幼儿奶粉领域“搅局”。数据显示,我国是奶业生产和消费大国,但是婴幼儿配方奶粉却是我国奶业中的短板。2016年,我国婴幼儿配方奶粉进口量同比增长25.8%,在全面“二孩”政策放开后,供需矛盾会更加突出。据市场调研数据,国外品牌占据国内市场份额达到60%,尤其是高端产品,国外品牌占额达到80%以上。刘森淼表示,与国外品牌相比,国内奶粉品牌呈现杂、乱的特点,即使是奶粉行业的从业者也不知道该如何选择奶粉。

公开资料显示,2017年可供查阅公开销售数据的国内外奶粉品牌在100个以上,且以大中型品牌为主,包括惠氏、雅培、达能等诸多外资品牌,其中主流品牌的销售增幅普遍在两位数左右,但个别奶粉品牌也出现停止增长,甚至下滑、亏损现象。

看到国产品牌的谜局,君乐宝开始向婴幼儿奶粉领域进军。数据显示,君乐宝婴幼儿奶粉连续三年保持高速增长势头,在国内外领先奶粉品牌中蝉联增长冠军。2016年君乐宝实现营业收入80亿元,和2015年63亿元相比,增幅接近27%。其中,奶粉业务贡献12亿元,同比增长在67%左右。今年1-10月,君乐宝奶粉同比增长超过110%,明星产品增长超过300%,仅10月君乐宝奶粉单月订单量就超过4亿元。现在每天有110万消费者在饮用君乐宝奶粉。”刘森淼表示。

## 押宝低价销售

近年来,中国婴幼儿奶粉市场出现了价格高、品牌信任度低的局面,许多消费者开始到国外以及港澳地区购买奶粉。因此许多国家出台对消费者限购的法规,包括香港、澳门特别行政区也相继实施限购。君乐宝奶粉在2016年8月开始进军香港市场,2017年8月开始在澳门销售。

进入香港澳门之初,

君乐宝奶粉面临国际品牌竞争激烈、国产品牌信誉度低等诸多质疑。但刘森淼认为,相比于内地,港澳地区只有几十个品牌竞争,惟一需要解决的是内地品牌在香港如何获得认可。经过招商、手续办理等程序后,君乐宝经过300多项检测,获得在港澳销售的机会。

北京商报记者调查发现,目前国产品牌一段奶粉价格在200元左右,而同样规格的君乐宝一段奶粉价格仅在100元左右。对此,刘森淼表示,其实奶粉是一个相对标准化的产品,婴幼儿奶粉配方是标准化的,以任何理由涨价都不合理。而君乐宝奶粉价格只是在国内低,放眼全球市场,这仅是正常的市场价格。以目前国内奶粉价格来看,奶粉行业已经属于暴利行业,许多国外小品牌到中国后以高端的名义提高价格,但实际上这些品牌在本国也没有那么贵。

## 塑品牌信心

目前,君乐宝乳业整

体销售额已经突破100亿元,进入乳业发展四强。根据君乐宝五年规划,到2018年,借助开放“二孩”的人口红利,君乐宝将在婴幼儿奶粉领域做到全国第一名,工业装备水平达到世界一流。据了解,君乐宝奶粉业务上市三年以来,始终保持高增长态势,并成为全球奶粉业首家通过BRC食品安全全球标准A+顶级认证,登陆香港、澳门市场销售。

数据显示,2016年我国进口乳制品230万吨,进口货值占全国乳制品行业销售收入的13%,其中进口婴幼儿乳粉22.13万吨,接近国产婴幼儿乳粉的1/3,可见消费者对国产婴幼儿乳粉的信心还有待加强。刘森淼认为,2008年至今,中国奶粉经历了限购、品牌失控、价格失控三重打击,但这也给了国产奶粉不断提高品质、超越自我、比肩世界的决心和动力。

对于如何提升消费者信心,君乐宝的方式是开放牧场、工厂,做透明奶粉,让消费者了解真实的中国奶业现状。

北京商报记者 钱瑜  
鲁佳乐



更多视频请扫二维码

## 圣元奶粉海外淘金

中国奶业近几年逐渐“恢复元气”,国产品牌的触角也瞄准了海外市场。从目前的市场表现来看,国产奶粉的市场份额在快速提升,各大品牌也在逐渐发力高端市场。同时,一些企业的触角已经延伸至海外。在经历了考察、投建、磨合等一系列准备工作后,位于法国布列塔尼大区的圣元卡莱工厂正式生产并投入运营,经过近五年时间的探索,圣元已经正式开启自己的海外淘金之路。

资料显示,圣元投资15亿元兴建卡莱工厂,建成后将专门投入于生产圣元“100%优博法国原罐原装”系列产品,年产量可达10万吨。其中包括法版优博58系列配方奶粉、法版超级优博系列配方奶粉等共6个系列产品。

为了进一步拓宽战略布局,今年10月10日,圣元第一款布瑞弗尼儿童液奶在京东平台首发。同时,加速了特殊配方奶粉、孕妇配方奶粉产品的研发步伐,今年9-10月,

法国奶源的优博妈咪孕产妇配方奶粉(0段)、优博盖诺安幼儿配方奶粉等数款新品相继进入市场,也为圣元的细分领域销售注入了强劲的推动力。

李克表示,圣元已经从法国引进了4段配方奶,后期圣元会加紧部署婴幼儿配方奶,在不久的将来也会进入到中国市场。

在加速全球化布局的进程中,圣元也同样遇到过阻碍。在国外自建工厂,涉及到中国和欧洲企业文化的融合,圣元也难免会遭遇文化融合的“障碍”。“在工厂建立之初,可以说是中国和法国两个国家文化的一种碰撞,在这个碰撞当中,一定需

要有一个磨合期。但是最终实践证明,其实我们法国企业包括法国政府对于中国人的勤劳、善良都给予了非常高的评价,这也使我们有足够的信心能够提供更多的优质产品进入到中国市场。”李克直言。

北京商报记者 钱瑜  
刘之爽



更多视频请扫二维码

(更多乳业调查内容详见  
北京商报产经周刊电子版)