

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。

北京本报记者 钱瑜
王潇立



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。

北京本报记者 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。

看到国产品的迷局,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乳业现状。

北京本报记者 钱瑜
鲁佳乐



更多视频请扫二维码

圣元奶粉海外淘金

中国乳业近几年逐渐“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。

2013年,圣元开始着手在法国兴建婴幼儿奶粉工厂。据圣元营养食品有限公司总经理李克介绍,圣元看中了布列塔尼

的地理位置以及当地成熟的技术后决定在这个地方兴建目前欧洲最大的婴幼儿奶粉制造工厂。

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。

北京本报记者 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)