

终止收购 安记食品重寻增长点

近日,安记食品股份有限公司(以下简称“安记食品”)发布公告称,已经停止对味博食品有限公司(以下简称“味博食品”)部分股权的收购。业内人士认为,对于业绩增长乏力的安记食品来说,终止本次收购意味着需要重新寻找方向。



收购受阻

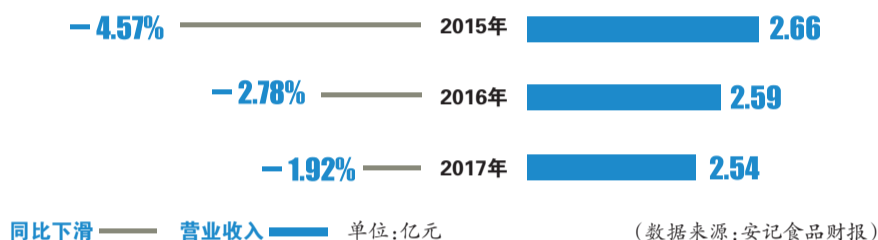
北京商报记者了解到,2月7日,安记食品发布因筹划发行股份购买资本的重大事项的停牌公告,3月7日,安记食品在进展公告中表明本次交易标的为味博食品。4月2日,安记食品决定终止筹划本次发行股份购买资产事项。

安记食品表示,鉴于交易双方对标的的交易金额、交易支付方式、利润承诺等交易条款无法达成一致,交易双方认为继续推进的条件不够成熟。因此决定终止本次非公开发行股票购买资产事项。

公开资料显示,味博食品是一家涉及生产、销售食品添加剂、调味料等领域的食品制造企业,经营产品主要包括可溶性大豆多糖及食用咸味香精。对于收购原因,安记食品表示,为了完善公司产业链布局,实现与并购标的在技术、管理、市场、渠道、品牌等方面的协同效应。

中国食品产业分析师朱丹蓬认为,从整个产业关联度来说,安记食品收购味博食品是一个不错的选择。但是,味博食品在环保等方面并不过关,因此安记食品从企业的中长期战略发展考虑放弃对味博食品的收购。

安记食品2015-2017年营业收入



对此,安记食品表示,未来公司将在做好原有主业的基础上,继续寻找符合公司战略发展的合作项目。

寻新增长点

实际上,安记食品欲收购味博食品,与安记食品近年来营收、净利润连续双降不无关系。资料显示,安记食品自1995年成立以来,一直专注于调味品的研发、生产和销售,主要产品包括复合调味粉、天然提取物调味料、香辛料、酱类、风味清汤五大类500多个品种。

近年来,中国调味品行业发展呈平稳增长态势,产销量持续上升,增速相对趋缓,集中度提高明显。海天味业等龙头企业在过去一年里都实现了净利润的增长。而在这种背景下,安记食品的业绩不升反降。

据了解,安记食品于2015年上市,从上市开始就一直处于营业和净利润双降的局面。数据显示,2015年和2016年安记食品营业收入分别为2.66亿元和2.59亿元,同比下滑了4.57%和2.78%;同期净利润分别为5316.35万元和4079.57万元,分别下滑6.02%和23.26%。安记食品2017年年报显示,2017年营业收入比上年同期下滑了1.92%,不过净利润比上年同期增长1.08%。

朱丹蓬认为,安记食品在销售模式上比较依赖经销商,在KA销售体系缺乏有力的运营能力。因此,在市场竞争不断加剧、经销商不断索取利润的背景下,业绩下滑是必然的。

产能空置率高

虽然安记食品的业绩出现连续下

滑,导致该公司产能利用率偏低,但安记食品依旧在大幅度地扩张产能。

资料显示,2013年、2014年及2015年1-6月,安记食品的复合调味粉的产能利用率最高还不到70%;酱类调味品和风味清汤低于90%,而天然提取物调味料的产能利用率更是不足30%。而且,安记食品依然在扩产能。

安记食品的2017年年报显示,安记食品在建工程主要包括年产1万吨1:1利乐装调味骨汤产品生产项目和年产700吨食用菌提取物及1625吨副产品生产项目,分别由全资子公司上海安记、永春味安负责实施。

据了解,近年来,随着成本的上涨以及各路资本纷纷涌入调味品市场,鲁花、中粮等都在布局酱油、食醋等调味品产业,给安记食品带来不小的压力。

业内人士普遍认为,如果不能及时开拓新市场来实现销量快速增长,扩产能项目投产后,安记食品将面临更大的成本压力。朱丹蓬则认为,安记食品应该塑造品牌力,将渠道进行多元化布局来挽救当前利润低迷的局势。

北京商报记者 钱瑜 高春艳/文 宋媛媛/制表

菲仕兰全球CEO:五成增长将来自低线城市

北京商报讯(记者 钱瑜 高春艳)近日,荷兰皇家菲仕兰全球首席执行官司马翰上任后首次来到中国。司马翰表示,为迎合婴幼儿配方奶粉注册新政,菲仕兰未来会将渠道继续下沉、抢占四五线城市蓝海市场,这是菲仕兰2018年加大市场拓展力度的重要手段。“中国奶粉市场未来的五成增长将来自三到六线城市。”菲仕兰中国区总裁高瑞宏预测说。

AC尼尔森数据显示,2017年,菲仕兰的销量在外资品牌中排名第四。其中,美素佳儿单一品牌在中国销量排名第一,在中国的销量接近3万吨。菲仕兰财报显示,2017年,菲仕兰在华销量为6.04亿欧元,同比增长5%,主要增长点为美素佳儿奶粉。2017年,秀水工厂生产的子母婴幼儿奶粉的销售额达到1亿元人民币。

荷兰皇家菲仕兰是世界五大乳制品公司之一,也是荷兰最大的乳制品公司。在中国,菲仕兰主要产品为荷兰原装进口婴幼儿配方奶粉品牌“美素佳儿”和本土生产的Dutch Lady子母”婴幼儿配方奶粉。

高瑞宏表示,菲仕兰在中国的业务开展时间不长,只有十年,最开始聚焦在一线40个城市,现在拓展到120个城市,2018年计划拓展到180个城市。随着中国消费者收入提高,三四线城市有很大的潜力,未来增长50%都会来自三到六线城市,菲仕兰目前正积极跟线下的合作方和电商平台探讨,共同开发一些新的服务模式触达中小城市的消费者。

2014年10月,菲仕兰曾斥资7亿元与辉山乳业成立合资公司,菲仕兰获得辉山乳业秀水工厂50%的股权和辉山乳业1.1%的股权。

2016年,菲仕兰旗下低端奶粉品牌子母正式在合资公司投产并上市。不过,在双方合作步入正轨时,辉山乳业却爆发了严重的经营危机,使得合资公司受到影响,资金链出现断裂。对此,菲仕兰向辉山乳业收购菲仕兰辉山乳业50%股权,交易价为200万美元。通过该交易,菲仕兰对于菲仕兰辉山乳业实现100%收购。

菲仕兰相关负责人在接受北京商报记者采访时表示,菲仕兰作为荷兰皇家菲仕兰旗下的两大婴幼儿配方奶粉品牌,子母品牌采用当地生产销售的经营模式,美素佳儿则采用全进口模式。因此,全资后的菲仕兰辉山乳业会继续负责子母品牌在中国的生产和销售,美素佳儿则将保持现有的全进口方式在中国销售,预计2018年美素佳儿的销量将超过3万吨。

· 简讯 ·

第三届爱茉莉太平洋公益跑开跑

北京商报讯(记者 钱瑜 高春艳)4月15日,第三届爱茉莉太平洋女性健康公益跑(即“茉莉跑”)在上海东方体育中心开跑,以进一步提升女性两癌防治意识。作为爱茉莉太平洋“妆典生命(MAKE UP YOUR LIFE)”公益项目中备受欢迎的公众活动,本届“茉莉跑”共吸引了近4500名爱心跑友参与其中,一起用自己的脚步传递爱心。

作为一项以女性健康为关注核心的公益活动,“茉莉跑”由爱茉莉太平洋携手中国妇女发展基金会共同主办。自2016年以来,已先后举办两届。凭借专业、丰富的跑步体验,充满乐趣的赛后嘉年华以及热情满满的赛后派对,这项活动正吸引越来越多公众的参与及好评。

连续第三年举办的“茉莉跑”,在今年也创下了参赛人数历届之最,无论年龄、性别,还是参与5公里、10公里的个人跑者及2公里亲子跑的全家总动员,每个人身处其中都以十足的热情为女性健康温暖加油。此次爱茉莉太平洋还通过移动运动社区“悦跑圈”开展了线上“茉莉跑”活动。2018年2月25日至3月26日期间,2018线上“茉莉跑”共吸引了173690余位跑友热心参与,积累公益跑步里程达608.6万公里。