

# 加码低温市场 光明乳业追逐“光明”

在2018年三季度经历业绩双降后,新上任的光明乳业董事长濮韶华,开始带领光明乳业向低温乳品市场寻找增长点。濮韶华近日表示,在打造“领鲜”产业链的同时,未来光明乳业将坚守新鲜保障、丰富新鲜品类:“在现有‘优倍’、‘如实’、‘赏味’等明星产品基础上,将推出更多新品,同时2019年光明乳业还将填补一直以来在冷饮业务方面的空白,发力冷饮板块。”他说。

数据显示,2017年,光明乳业营收216.72亿元,同比增长7.25%;净利润8.18亿元,同比增长21.15%。但是,2018年三季度,光明乳业业绩出现双降,营收155.64亿元,同比下降5.71%;净利润3.93亿元,同比下滑25.53%。

面对业绩压力,上任仅4个月的濮韶华笑称:“原来压力是梨那么大,现在压力有西瓜那么大。”如何在扩大自身优势的同时寻找新利润增长点,使光明乳业尽快摆脱业绩困局,成为濮韶华面临的重大难题。

与伊利、蒙牛等乳企相比,低温奶无疑是光明乳业的优势之一。一直以来,光明乳业倡导消费者饮用保存温度在4℃左



右,保质期在7天内的鲜奶。国家乳业工程技术研究中心主任刘鹏表示,未来乳业竞争是软实力的竞争,发展低温巴氏奶使光明乳业能够走出一条差异化道路。

据了解,目前澳大利亚、加拿大、英国、美国、日本、韩国等发达国家的巴氏奶市场份额均在98%以上,而中国内地巴氏奶市场份额仅为14%。事实上,国内巴氏奶存在的巨大市场空间,也成为光明乳业持续加码的方向。目前,光明乳业已经打造出“领鲜”全产业链,其中,在“如实”、“优倍”等产品基础上,

2018年相继推出健能J CAN中高端系列风味发酵乳、有格高蛋白运动牛乳等新品,布局功能性产品品类。据透露,2019年,光明乳业将进一步丰富低温奶产品种类。

在推出低温奶新品的同时,光明乳业旗下上海领鲜物流有限公司,在稳固华东市场的同时,已逐步布局全国,目前已形成华东、华中、华南、华北冷链物流圈。乳业分析师宋亮表示,目前低温奶市场需求增长明显,但总量提升受到限制,价格抑制消费,同时冷链物流不

能及时覆盖三四线城市。对此,濮韶华对北京商报记者表示:“渠道下沉是我们一直都在做的事情。”

值得一提的是,2019年在加码低温奶市场的同时,光明乳业还将补齐冷饮业务板块的短板。目前,伊利、蒙牛、三元等乳企均拥有冰淇淋业务,并成为整体业绩的重要贡献者之一。以三元股份为例,数据显示,2018年上半年,在三元股份8个事业部中,以艾莱发喜为代表的冰淇淋分部,利润高达7448.75万元。据了解,为布局冷饮板块,2018年12月17日,光明乳业以1.43亿元收购上海益民食品一厂有限公司,光明乳业相关负责人表示,本次收购将进一步丰富公司产品品类,弥补冷饮业务空白。2019年夏天,光明乳业生产的冰淇淋将上市销售。濮韶华也表示:“2019年,光明乳业将发力冷饮板块。”

此外,北京商报记者还注意到,除加码低温巴氏奶、填补冷饮业务空白,光明乳业还将品牌年轻化作为2019年工作重点,将酝酿跨界品牌合作,未来将推出日化、美妆、潮服等跨界合作产品。

北京商报记者 刘洋 高春艳/文并摄

## · 资讯 ·

## 南侨食品拟上市募资拓产能

北京商报讯(记者 刘洋 叶静)南侨食品集团(上海)股份有限公司(以下简称“南侨食品”)近日首次公开发行股票招股说明书。招股说明书显示,南侨食品将募资用于扩产建设及技改项目、冷链仓储系统升级改造项目、研发中心升级改造项目、客户服务中心与信息化系统建设及升级项目建设。

数据显示,2018年上半年,南侨食品营收11.4亿元、净利润1.26亿元。近年来,尽管南侨食品营收保持增长,但是净利润表现并不理想。2015-2017年,南侨食品营收分别为16.38亿元、18.79亿元、21.09亿元,净利润分别为2.16亿元、2.84亿元、

2.17亿元。南侨食品主要从事烘焙油脂相关产品的研发、生产与销售。产品主要分为烘焙应用油脂、淡奶油、馅料、冷冻面团、进口品五大系列,产品范围涵盖200多个品种。其中,烘焙应用油脂销售额在主营业务中占有较高比重。2018年上半年,烘焙应用油脂销售额为7.62亿元,占比67.01%,进口品和淡奶油销售额位列第二、第三,销售额分别为1.74亿元、1.6亿元。

南侨食品在招股书中表示,未来,南侨食品将着重在西点蛋糕等领域发力,并引进高端进口品丰富产品线,满足客户差异性要求。

同时,目前南侨食品旗下产品

销售地区以华东、华中、华南地区为主。其中,华东地区销售额2.86亿元,占比高达25.18%。

南侨食品相关负责人称,未来三年,南侨食品将针对长江经济带11个省市、京津冀协同发展区、珠三角城市群与东北振兴经济圈加大投资,并深化三四线城市,开展新零售、便利店等通路,并开拓海外市场。

此外,南侨食品以经销模式为主要销售模式,2018年上半年,南侨食品经销模式收入占比为62.61%。业内人士认为,经销模式占比过高会吞噬一部分企业利润,南侨食品需积极进行渠道创新和拓展。

## 9家境外婴配厂注册资格被注销

北京商报讯(记者 刘洋 高春艳)海关总署近日发布《关于公布准予延续注册的进口婴幼儿配方乳品境外生产企业名单的公告》显示,截至2018年底,注册有效期届满,9家未递交延续注册申请的进口婴幼儿配方乳品境外生产企业注册资格被注销。

除海关总署在公告中提及的“注册有效期届满,但未递交延续注册申请”的说明外,暂不清楚这些企业未递交延续注册申请的具体原因。

据了解,自2014年5月1日起,中国正式对进口乳品的境外企业实施注册管理,境外企业只有获得注册资格之后才可以进口产品。

海关总署在公告中表示,注销注册资格的进口婴幼儿配方乳品境外生产企业,2019年1月1日及以后生产的产品不得进口。2019年1月1日前生产的产品,报关时保质期不足3个月的不得进口。

## 保卫首都碧水蓝天 “亮剑”加油站防渗改造

2018年12月28日,刚一吃过午饭,中国石油北京销售分公司新景都市加油站经理张美茹就走到四合一“监控仪”前查看油罐内油品情况。她轻触屏幕,屏幕立即显示出加油站4个油罐的罐容、管线、观察井、油温、油高等信息。新景都市加油站位于北京市海淀区西三旗,是北京销售公司今年完成的第23座防渗改造加油站,12月11日重装开业。

据了解,加油站防渗改造工程是公司贯彻党的十九大新发展理念、落实国家《水污染防治行动计划》和中国石油的践行绿色环保安全理念,自2015年启动的加大保护首都北京土壤、水源、环境和保卫首都碧水蓝天的一项民生工程。

2018年北京销售加油站贯标改造工程建设工作坚持“持续推进、质量创优、安全受控”原则,深化工程建设HSE管理,致力于加油站防渗改造与功能形象同步提升。截至目前,公司已完成所属加油站(含控股参股公

司)防渗改造任务的98%,在销售公司下半年组织的加油站防渗改造HSE专项审核中由于管理突出,在销售企业中排名第一。

一提起新改造的新景都市加油站,张美茹就滔滔不绝:“我站有4个双层油罐,国际品牌双层管线,功能强大的四合一‘监控仪’更神奇,轻触屏幕,油罐里、油罐外的情况一目了然,罐里一旦出现漏油、进水等情况,监控仪第一时间就会报警。现在对加油站的本质安全更有底气了,心里更踏实啦!”

为了打造智慧加油站,南湖和新景都市加油站防渗改造工程相当于推倒重建一座新加油站。新景都市在加油站贯标改造中,加油站站房、罩棚、工艺电器和油罐区全部新建。为保证改造的顺利进行,公司成立了工程管理组、支持保障组、现场运行组负责项目全面管理。通过优化工序衔接、加大施工力量配置等措施,施工工期比计划提前5天,加油站投运提前9天,实

现了工程质量优良、安全受控、工期缩短的目标。

三年多来,北京销售投入巨额资金,克服“全国两会”、“一带一路高峰论坛”、“党的十九大召开”、“采暖季停工令”等一系列重大活动对施工的影响,在工期控制上面对前期改造经验不足、外部货车进京常年受限、环保标准不断提高等困难,公司防渗改造实现了“零伤害、零事故”,打造出南湖、北苑、新景都市加油站等一批施工质量优良、形象亮丽的精品加油站。

为了保证施工质量和工期,公司采取简化手续、强化沟通、及时报审等10项“外围因素十控制”和方案细化是核心、节点控制为手段、人机匹配是基础等6项“施工管理六举措”。

北京销售加油站贯标改造通过强化施工工期控制和考核,单站平均工期同比降低12%;施工现场管理和工程质量进一步提升,施工安全管控行之有效,公司实现了全年施工“零事故、零伤害”的目标。(邱晓华)