

奶粉行业收购频现 头部企业积极卡位应对挑战

面对新生儿出生率的下降、“新国标”在配方注册上更高要求等客观因素的挑战，在经历了较长时期的快速发展后，如今整个婴幼儿配方奶粉行业面对的外在环境逐渐严峻。强强联手或者大吃小的并购，成为不少头部企业的选择。这样的举措，一方面更有利于头部企业在行业整体不景气的情况下，保住市场地位，另一方面资源的再次整合，也可以视为提前布局，在三孩等各种人口政策红利真正释放时抢占先机。

■新快报记者 杨澍



■廖木兴/图

强强联手的现实价值

3月3日，澳优与伊利全资子公司香港金港发布联合公告，宣布要约方金港对澳优全部已发行股份全面要约收购成功。公告显示，金港共持有或控制澳优股份达953163623股，约占澳优已发行总股份的52.70%。

澳优董事长颜卫彬表示，两家公司除了发展战略趋同，在上游奶源布局、研发创新、供应链构建、产品组合、人才培养、国际化开拓、品牌建设以及终端渠道开发等方面也都有着良好的互补性。

作为全球乳业5强，伊利依托常温奶优势带来的辐射效应，早早确立了中国乳业“大而强”的龙头地位。

一举两得的如意算盘

无独有偶，就在金港完成对澳优全面要约收购的前一天，国际巨头达能在3月2日完成了对中国本土企业欧比佳的收购，成为后者的控股股东。

天眼查信息显示，欧比佳现已发生股权信息变更，达能旗下的DAN-ONE ASIA PACIFIC HOLDINGS PTE.LTD.出资28678.6万元，持有欧比佳95%的股份，剩下5%股权为欧比佳原实际控制人持有。

欧比佳的股权变更一方面反映出在奶粉行业持续调整下，中小品牌面临的严峻生存压力，但另一方面，更凸显出头部企业对于资源整合的迫切。独立乳业分析师宋亮此前在接受媒体采访时分析，达能此次战略合作的核

对于现在的伊利而言，通过精细化操作，加快品类优化进度，提升乳业细分市场的影响力是发展方向之一。而聚焦高端婴配奶粉市场、手握全球羊奶第一品牌佳贝艾特的澳优，无疑是细分领域的佼佼者。数据显示，佳贝艾特的平均年复合增长率高达76%，自2018年以来销售额已连续3年占国内婴幼儿配方羊奶粉总进口量六成以上，居全球羊奶粉销量第一，可以说澳优确实是相当优质的标的。

具体到伊利自身的奶粉业务，其2021年中报提及总营收为76.27亿元，且奶粉及乳制品业务近三年的平

均增速分别为25.14%、24.99%、28.15%。2021年第三季度，奶粉业务更是发展迅速，奶粉及奶制品实现收入40.41亿元，同比增长48.2%。另外，伊利去年中报奶粉业务的毛利率为43.25%，而澳优去年中报的平均毛利率为50.03%，强强联合之下不仅带来了更大的规模效应，在盈利能力上同样存在进一步提升的可能，这对于二级市场来说就有了更多想象空间。

在业内看来，伊利“联姻”澳优，除了可以优化产业结构，还可以加快整体品类的升级，更好助力其实现2030登顶全球乳业的中长期战略目标。

心目的之一就是“获得国内配方注册资格”。公开资料显示，欧比佳已获得了9个奶粉配方注册资格，分别归属欧素力、羊滋滋与可唯安三个品牌。对达能来说，这将有效缓解旗下多个品牌由于配方注册原因进入不了中国市场的压力。对于这样的巨头来说，虽然新国标要到2023年2月22日正式实施，但围绕修改配方、更新技术、修改包装的未雨绸缪早就开始，而面对竞争愈发激烈的红海，直接收购手握配方名额的企业无疑更为快捷简单。

另外，欧比佳主要生产经营婴幼儿配方羊奶粉产品，此次收购不仅让达能进一步整合了行业资源，更关键的是拿到了一个市场规模3亿元-5亿

元的羊奶粉品牌，在真正意义上进入了中国羊奶粉市场。据佛若斯特沙利文报告显示，中国婴幼儿配方奶粉市场持续低迷，预计2020年-2025年，零售销售量的复合年增长率为-4.1%，至2025年将下降至76.49万吨。尼尔森数据显示，2019年上半年中国婴配粉市场总体同比增长为9.4%，而羊奶粉增速高达30.8%。相关数据显示，2020年我国羊奶粉市场规模104亿元，其中本土羊奶粉市场销售额为72.4亿元，占羊奶粉市场销售额的69.62%，中国已成为全球最大的羊奶粉消费国。而且，在婴配粉增长整体放缓的当下，表现更为出色、依然具备相当增长潜力的羊奶粉品类被视为更好的赛道也在情理之中。

行业

东阿阿胶原总裁 涉严重违纪违法被调查

新快报讯 日前，华润医药在官网发布公告称，东阿阿胶股份有限公司原党委书记、总裁秦玉峰涉嫌严重违纪违法，目前正接受华润医药控股有限公司纪委和山东省聊城市监察委员会纪律审查和监察调查。同时接受调查的还有东阿阿胶股份有限公司原党委委员、高级副总裁吴怀峰。

2006年，秦玉峰接棒刘维志成为东阿阿胶掌舵人，此后东阿阿胶净利润长期保持高速增长。与东阿阿胶业绩增长相同步的是，不断上涨的东阿阿胶的产品价格。据东阿阿胶公告及公开资料不完全统计发现，2006年-2019年，东阿阿胶累计提价高达17次。2001年，每公斤阿胶的价格为80元，而2006年至今，东阿阿胶主打产品阿胶块的出厂价已从每公斤不到200元上涨至5200元左右。

2020年1月中旬，东阿阿胶称由于到龄退休原因，秦玉峰辞去东阿阿胶第九届董事会董事、总裁和公司法定代表人等多个职务，辞职后秦玉峰将不再担任东阿阿胶任何职务。也正是在2019年，东阿阿胶迎来自1996年上市以来的首个亏损年。数据显示，2019年东阿阿胶实现营收29.59亿元，同比下滑59.68%；归属于上市公司股东的净利润-4.44亿元。

求解同质化 海底捞外卖烧烤上新

新快报讯 海底捞的外送“菜单”中又多了一位成员。据北京商报报道，3月6日，海底捞宣布上线烧烤食材外送业务，目前在北京、成都等部分海底捞外送门店推出，其他城市陆续开放中。

记者从外卖点单界面看到，多款烧烤食材产品已经上线，包括羊肉串、麻辣排骨串、奥尔良鸡翅串等多款生食肉串，价格为20-28元不等。还增加了蒜蓉辣酱烤粉丝、蒜蓉辣酱烤脑花等四款烧烤锡纸菜品，售价在11-22元之间。除了烧烤食材外，还提供瓦斯气、电烤炉、刷子、夹子等烧烤炉具与工具。

其实，这并非海底捞首次对外送业务进行补充。去年11月，海底捞宣布茶饮产品加入外送行列，在第三方外送平台搜索“海底捞外送茶饮”即可下单。

海底捞相关负责人表示，为补充居家消费场景需求，海底捞外送北京、成都部分站点以及海底捞外送抖音小店增加了烧烤食材。同时，随着天气回暖，海底捞外送提供烧烤食材也能丰富踏青郊游等用餐场景的选择。



扫
一
快
获
更多
消
资
讯