

三全食品鲜食新零售停摆 速冻食品行业突围考量

本报记者 党鹏 成都报道

“该售货机没有配餐”。点开一款名为“鲜盒”的APP,搜索在北京富力广场购物中心设置的无人售货机,会自动弹出灰色界面和这样的提醒。

鲜盒的运营方为三全鲜食(北京)科技股份有限公司(以下

新零售停摆

目前鲜盒APP显示在北京市场只有三个点位,停摆已有近1年时间;上海市场15个点位还有零星售货机处于营业状态。

“我们致力于为每一个用户提供新鲜、可口的鲜食产品”。四年前,当鲜食科技成立之时,他们做出如此的承诺。

2014年,新零售的风口刚刚开启,果小美、小e微店、七只考拉等国内无人零售平台也相继成立。工商资料显示,生鲜科技注册资本为2000万元,其中三全食品持股70%,另外30%由河南全惠食品有限公司持有。后者主要生产速冻食品,是三全食品主要股东的关联公司。

在2015年,鲜食科技在北京和上海两大城市正式运营。根据当时对外宣布的数据,北京市场启动规模是100台。但是根据记者调查,目前鲜盒APP显示在北京市场只有三个点位,停摆已有近1年时间;上海市场15个点位还有零星售货机处于营业状态,第一上海中心、上海广场、时代光华等多个黄金地段的售货机,显示停止供货甚至已经撤离。

此外,三全食品的财报显示,鲜食科技2015年、2016年营业收入分别约为716万元、1033.5万元,而同期净利润则分别约为

简称“鲜食科技”)。如今,鲜盒在北京的无人售货机均已停摆。在上海设置的15个点位也有一半停摆。对于持股70%的三全食品(002216.SZ)来说,在新零售的尝试,未能让其在风口上“飞起来”。

此外,三全食品的财报显示,公司净利润率从2008年上市



三全鲜食停摆,主营业务净利润率越来越多,三全食品亟须寻求突围。 本报资料室/图

-846万元、-2200万元。平安证券研报预测认为,2017年鲜食科技会亏损2000万元。

就此,三全食品董秘承认,鲜食科技确实出现亏损,这两年业务也在收窄,“但我们不会砍掉鲜食科技。”董秘称,基于公司之前大量的市场调研,鲜食配送仍然具有市场前景,“我们会对未来产品进行升级,同时调整生产线,对售货机进行改造”。至于何时能够重新全面实现供货和铺点,尚不得而知。

记者注意到,一份北京铁路运输法院的判决书显示,鲜果科技起诉北京增益物流,称其因延迟配送、摆放错误等因素,导致公司的无人售货机销售受到影响。判决书显示,鲜果科技无人售货机的摆放一般一个点位1~2台(个别点位3台),每台机器最少容纳26盒餐(小型机26盒,中型机32盒,大型机64盒),平均售价16元,因此单台机的营收可以

之后的百分之五六,如今已经跌至1.37%。

“速冻食品行业放缓已经是必然趋势。”战略定位专家徐雄俊告诉《中国经营报》记者,行业竞争仍然在加剧,加上电商平台的冲击,使得速冻食品的利润率受到挤压,必须向三四线以及乡镇下沉才能进一步拓展市场。

达到416元至1024元。

虽然法院在2017年6月驳回了鲜果科技的诉讼请求,但并未因此改变“鲜盒”的命运。“鲜食的发展受到几个因素的决定:一是网点的布局,二是品牌的高度,三是食品安全的信任背书。”中国食品产业分析师朱丹蓬认为,三全食品在生鲜的布局上有些操之过急,技术和布局都不成熟,投入产出是失衡的,“未来鲜食还是有一定的市场空间,但是基于三全食品以速冻水饺和汤圆为主,因此有一定的局限性。”朱丹蓬认为,鲜食在国内还没有进入试用期,现在节点和阶段还不适合。

就此,徐雄俊也认为,鲜食无人售货机铺货和运营成本太高,很多企业都处于跟风状态,尤其是三全食品的主业和鲜食供应存在差异,技术、保鲜、物流成本都比较高,“对于未来鲜食的发展尚不好做出判断。”

利润率低谷

“净利润率下滑是不争的事实。”三全食品回应称,盘子越大,附加值越低,速冻食品全行业都是如此。

“我们仍占有目前速冻食品市场30%的份额。”三全食品董秘告诉《中国经营报》记者。

根据三全食品2018年一季度数据显示,其营业收入为18.17亿元,同比增长7.65%;净利润为2825万元,同比增长6.41%。此外,2017年年报数据显示,营业收入为52.56亿元,同比增长9.93%;净利润为7210万元,同比增长82.45%。

但是梳理三全食品的财报数据显示,从2008年到2013年公司的扣非净利润分别为7844.05万元、8986.75万元、1.25亿元、1.32亿元、1.37亿元、1.09亿元;2014年到2017年扣非净利润分别为6666.54万元、-1603.00万元、1680.42万

元、4315.76万元。

公司的销售净利率从2008年至2017年分别是5.64%、6.13%、6.39%、5.12%、5.09%、3.28%、1.97%、0.82%、0.83%、1.37%。由此可见,作为速冻食品行业龙头的三全食品,不得不面临着净利润率持续下滑的考验。

“净利润率下滑确实是不争的事实。”三全食品回应称,盘子越大,附加值越低,这在速冻食品全行业都是如此。“但三全食品的收入规模持续增长,这缘于公司不断加强内部管理、优化销售渠道提高了相关费用的使用频率,使得整体利润逐步增长。”

“行业利润率下跌,主要由于市场竞争带来的下滑。”朱丹蓬说,包

括要跟外卖竞争、电商竞争、同行业竞争、行业内竞争的多维与多元化越来越加剧。此外,速冻食品主要在大卖场销售,但这几年大卖场的销售同样出现下滑,也影响了速冻食品的利润率。

此外,平安证券分析认为,鲜食科技在2018年有望盈亏平衡。主要基于两个原因:一是公司已开始注重与公司、学校等合作的2B端业务,有望带动量的提升和费用率的下降;二是鲜食2B端输血可支撑后续2C扩张,得益于三全强大的品牌力与鲜食供应链能力及长期的试错经验。但是三全食品未来能否持续输血,以此带来利润上的增长,尚有待鲜食科技的深度调整和市场认可。

投资的尴尬

速冻食品进入了一个疲劳期,行业很难再做大型投资,更多的是做产品创新。

根据四川一家大型连锁超市给记者提供的数据显示,其卖场目前销售的速冻产品包括有思念、三全、甲天下、湾仔码头等品牌,其他就是一些小品牌。“速冻食品的销售主要还是社区居民为主,在销售增长能够达到10%。”该公司业务主管介绍说。

就此,三全食品仍然看好速冻食品的发展前景,公司董秘称,“目前一二线城市的竞争确实激烈,但是我们已向三四线城市,特别是乡镇下沉,这成为增长的拉动力。”

但是对于三全食品而言,除了不断寻求市场空间之外,在投资上却不得不面临尴尬的窘境:鲜食科技的亏损,让三全食品不得不谨慎而为。

记者注意到,日前公司公告称,董事会同意公司使用不超过5亿元的自有资金进行低风险的理财产品投资,在上述额度内,资金可在董事

会审议通过之日起一年内滚动使用。随后的5月18日,三全食品利用自有资金7000万元购买了浦东银行的理财产品。

“我们根据上市公司的严格要求,做一些理财产品的短期投资。”公司回应称。

但有证券分析人士认为,上市公司用闲置资金投资低风险、低收益的理财产品,一方面说明公司投资谨慎,另一方面也说明公司在主营业务的扩展,其他业务板块的投资并不乐观。

不仅如此,三全食品在华东基地建设工程项目缓慢的建设节奏可见一斑。2008年2月,三全食品在深交所中小板上市,其首发募集资金主要投资上述项目。三全食品曾预计,华东基地项目2012年12月31日实现盈利,一期建设计划周期为两年,项目达产后,形成7万吨/年速冻食品的生产规模。若该项目

一期建成达产后,可以实现正常年销售收入约4.69亿元,实现年平均利润总额5021.41万元。

但十年过去,该项目从2012年到2017年底分别累计完工40%、60%、70%、85%、90%、95%。截止到2017年底,实际投入17736.47万元,占拟投入19380万元的91.52%。

“实际上项目已经全部建设完工并投产,前期主要受拆迁、土地变更等客观因素的影响。”三全食品解释称,企业主要是根据业务的轻重缓急,来逐渐推进项目的建设。

“现在速冻食品进入了一个疲劳期。”朱丹蓬认为,现在行业很难再做大型投资,更多的是做一些诸如儿童水饺、私厨等面向年轻化的产品创新,但行业主要是依靠“绞杀型”的增长,即通过绞杀中小品牌实现的增长,大盘的格局和空间短期难以改变。

《踢球吧少年强》活动举行出征仪式 蒙牛带中国少年登上世界杯赛场

6月3日,旨在助力青少年足球发展、带领中国足球少年走向俄罗斯世界杯的蒙牛《踢球吧少年强》活动在上海东方体育中心举行盛大出征仪式,作为中国世界杯少年队名誉队长,新生代偶像关晓彤和多名小球员一起接过了《踢球吧少年强》出征俄罗斯的大旗。在包括本届世界杯开闭幕式在内的八场重要比赛中,88名足球少年将代表中国踏上世界杯比赛的赛场,他们中既有来自贫困山区和蒙牛总部所在地内蒙古和林格尔县的孩子,也有来自革命老区志丹学校的绿茵少年,这一次将在世界舞台的中央,展示中国足球未来的力量。这也是2002年韩日世界杯结束16年后,第一次有中国球员踏上世界杯决赛阶段的草坪。

《踢球吧少年强》活动由2018FIFA俄罗斯世界杯官方赞助商蒙牛发起,从各地足协、足球俱乐部、学校、公益组织、民间组织中经过层层选拔,遴选出的88位足球小将,将在菲戈、杨晨、李毅、

范志毅等四大足球明星导师的带领下前往俄罗斯,登上世界杯的舞台。

健康、阳光青春偶像关晓彤作为名誉队长加盟了本次蒙牛世界杯少年队,在这位“大姐姐”的引导下,足球少年们一定会受到健康、要强的运动精神感染,从而更快地成长。关晓彤也一定会对这些小球员们关怀备至,为他们在世界杯舞台上更好地展现中国足球力量助力。

对于参加大型体育赛事,关晓彤也颇有经验。这不是她第一次亮相世界级体育赛事了,早在2004年的雅典奥运会上,关晓彤就在闭幕式“北京8分钟”的宣传片中亮相,那时的她只有7岁。如今,21岁的阳光偶像关晓彤对于这些小球员来说,更是一个值得学习的榜样。此次参加《踢球吧少年强》活动的名誉队长关晓彤表示,虽然自己是跨界,但对足球却是满怀兴趣,希望用自己的实际行动给小球员们精神上的感染,同时也会以“大



姐姐”的身份,关怀小球员。

随后明星导师范志毅为球队送上了祝福。作为球员导师,范志毅回顾了整个选拔过程,小球员的坚持和努力给他留下了深刻的印象。期望小球员们不负所托,在世界杯赛场上有好的发挥。

榜样的力量是中国足球少年们追梦路上的精神食粮,蒙牛作为一直关注着中国青少年足球发展的民族乳业品牌,不仅给这88个足球小少年提供了圆梦俄罗斯世界杯的机会,更为了让全中国的少年健康成长不遗余力。

少年强则中国强,在中国足球的未来发展中,这句话同样意义非凡。正如蒙牛集团战略管理副总裁张邕在出征仪式上所说的那样:“今天,中国和世界足球之间最大的差距,依然在‘娃娃’身上。我们的青少年足球人口,与全球第一的人口总量不相配!我们对青少年足球的投入,与全球第二的GDP不相配!我们对青少年足球的关心,与全球最大球迷群体的地位不相配!少年强则国强,少年足球水平的提高,才能助推国家足球的腾飞。中国青少年足球要进步,必须倾注更多的社会力量,必须有更多的职业俱乐部、更多的大企业积极参与进来。”

