

君乐宝收购银桥乳业 强化全国化布局加码羊奶

本报记者 孙吉正 北京报道

近日,乳业格局又迎新变动。目前,君乐宝方面证实其已经成功收购陕西第一大乳企银桥

乳业。截至发稿,双方还未对收购证实并进行相关披露。但根据多方证实,目前君乐宝方面已经开始着手接管银桥乳业管理层,银桥乳业董事长刘华国将隐退。

对于君乐宝方面收购银桥乳业的动作,独立乳业分析师宋亮指出,君乐宝旨在强化液奶方面的市场,“君乐宝想通过收购银桥乳业,强化和布局西北市场,为上

市之后的全国化市场布局打好基础。”此外,君乐宝在今年已经完成对两家具备羊奶资源乳企的投资,意味着君乐宝此前进军羊奶产业的目标已经落地,并具备了

丰富的上游供应链。

《中国经营报》记者注意到,纵观君乐宝近年来的发展,其在低温酸奶及配方奶粉板块有着快速的增长。与此同时,君乐宝在

脱离蒙牛之后,开始逐步向各个乳品板块进军,试图成为综合性的乳业品牌。同时,君乐宝明确了上市的时间表,向成为全国性的综合乳品品牌发起冲击。

“马不停蹄”的君乐宝

值得注意的是,皇氏集团与银桥乳业均有丰富的羊奶资源,这与君乐宝近年来宣布进军羊奶产业的目标相契合。

君乐宝作为乳业的后起之秀,近年来的发展速度在行业内是有目共睹的。2019年,蒙牛以40.11亿元转让君乐宝51%股权,至此双方长达9年的联姻宣告结束。2020年,君乐宝完成超12亿元的战略融资,本轮投资方为红杉资本中国基金,并以15.26%的持股比例成为企业最大的机构股东。

根据君乐宝的披露,2021年,君乐宝全年营收达到203亿元,仅次于伊利、蒙牛、光明,其中奶粉业务销售额突破百亿元,成为第二家突破百亿元销售额的国产奶粉品牌。君乐宝计划在2025年销售额达到500亿元并完成上市,届时,君乐宝将成为仅次于伊利、蒙牛的全国性乳业品牌。

此次,君乐宝将收购陕西第一大乳企银桥乳业。公开资料显示,银桥乳业作为众多陕西羊奶企业中的一员,同时也是乳业D20成员之一,曾在新加坡借壳上市,2016年宣布退市。根据西安企业及企业家联合会发布的《2021西安100强企业》榜单,2020年,银桥乳业的营收为34.56亿元。

根据乳业圈内人士的说法,此次收购,君乐宝方面将收购董事长刘华国的股权,君乐宝将成为银桥乳业的大股东并直接接手银桥乳业的日常经营活动。值得一提的是,此前,君乐宝就进军了羊奶粉市场,并推出了旗下的羊奶粉品牌,此次君乐宝收购银桥乳业,将进一步强化其羊奶业务的上游产业链。



近年来,君乐宝在低温酸奶领域增长迅速。

视觉中国图

宋亮认为,君乐宝希望利用收购银桥乳业强化陕西以及西北市场,尤其是强化液奶方面的业务。“君乐宝的奶粉业务发展还是较快的,且整个市场布局对于银桥乳业没有太大的需求,反而液奶板块需要很多的地方龙头企业为支点来拓展市场。”宋亮表示,陕西的政府部门对于乳业的扶持是有目共睹的,君乐宝作为“白衣骑士”入场,当地政府必然予以大量的支持,这对于君乐宝坐稳西北市场非常重要。

正如上文所述,君乐宝自今年以来在各个地区均有动作。今年1月,皇氏集团发布公告称,皇氏集团将所持有的来思尔乳业20%股权、来思尔智能化20%股权以总价款2亿元转让给君乐宝。而君乐宝还将为皇氏集团提供2.63亿元委托贷款。皇氏集团作为西南地

区的区域龙头乳企,在君乐宝入局之后,也表示将同君乐宝迈向全国打下坚实基础。

值得注意的是,皇氏集团与银桥乳业均有丰富的羊奶资源,这与君乐宝近年来宣布进军羊奶产业的目标相契合。

纵观液态奶市场,在伊利、蒙牛率先实现全国化布局之后,其他的乳企想要实现全国化布局必然会受到一定的阻力。乳业专家王丁棉表示,后来者想要实现全国化最便捷的方式就是整合各个地区的龙头企业,借以实现全国化布局,例如,新乳业在上市前后对全国各个地区的区域乳业收购和整合,以达到完成全国化的市场布局。多年来,君乐宝在液奶市场尤其是低温酸奶市场在很多主要地区已经有所布局,因此只要继续强化弱势地区的布局和

整合,成为全国性的乳业品牌并不是难事。

自脱离蒙牛系之后,君乐宝便开始在乳业各个板块快速扩张。除了传统的液奶、婴幼儿配方奶粉外,又逐步进军诸如奶酪等新兴板块。去年,君乐宝推出了儿童奶酪品牌。

“君乐宝是以低温酸奶产品起家,现在来看,在低温酸奶领域确实是头部品牌,同时,君乐宝在婴幼儿奶粉的增长也非常迅速,可以说,君乐宝已牢牢把控住乳业中净利润最高的细分产业。在此背景下,君乐宝有足够的能力和家底向各个细分品类进军。”宋亮说,“君乐宝的商业版图已经很明显,就是要成为对标伊利、蒙牛的全国性乳业品牌,且目前来看,只要君乐宝稳扎稳打,确有能力成为三分天下有其一的乳业品牌。”

脱离蒙牛之后,开始逐步向各个

乳品板块进军,试图成为综合性的乳业品牌。同时,君乐宝明确了上市的时间表,向成为全国性的综合乳品品牌发起冲击。

西北羊奶局面待破

按照羊奶源来看,目前主要分为欧洲产地和国内的陕西地区。

“创始人兼董事长刘华国大概率将退出银桥乳业。”宋亮告诉记者,君乐宝的管理层将接受银桥乳业的经营活动,未来银桥乳业将作为君乐宝产业的一部分。对于创始人退出银桥乳业,宋亮认为,目前陕西羊奶企业状况不佳,君乐宝接受银桥乳业,从长远来看,对于企业自身来说是一件好事。

“按照目前来看,未来羊奶粉将会主要集中在三到四个企业手中,届时,很多小的羊奶企业将被挤出市场,呈现出如今婴幼儿奶粉的市场格局。”王丁棉说,“目前的羊奶粉市场,头部主要由澳优乳业占据,据行业人士估算,澳优目前可以达到羊奶粉市场4成左右的份额,澳优、伊利、圣元等头部乳企销售量占比在70%以上,其余乳企分食30%不到的市场份额,羊奶粉市场集中度逐渐提升。”可见,中小品牌将面临更激烈的竞争环境。

按照羊奶源来看,目前主要分为欧洲产地和国内的陕西地区。在欧洲,澳优、伊利、圣元等品牌都有自己的奶源地,而陕西作为国内的主要羊奶产地,整体发展落后于上述企业。根据资料显示,陕西获得配方注册的企业和工厂超过30家,其中绝大部分都在经营羊奶粉。

“很多中小企业盲目跟随市场做中高端产品,但是中高端产品是需要品牌作为背书的,很显然区域型的中小企业并不具备这一特征,因此在进军中高端之后,就处于被基层市场抛弃,难

以被中高端市场接受的尴尬境地。”业内人士王子恒说,相反,很多小型企业踏实地做基层市场,反而能够生存下来。

王丁棉认为,众多陕西羊奶企业在技术财力上都很难对羊奶粉有更高维度的开发,且在过去很长一段时间内都是以成人奶粉为主,尤其是在婴幼儿配方奶粉领域,缺少技术和经验的积累。在羊奶粉作为高端产品被消费者接纳后,这些企业想要乘羊奶粉“东风”来发展自己,但同时又受限于自己的能力。

此外,去年,国家市场监管总局发布《市场监管总局关于进一步规范婴幼儿配方乳粉产品标签标识的公告》(2021年第38号),进一步规范婴幼儿配方乳粉产品标签标识,要求使用的同一种乳蛋白原料有两种或两种以上动物性来源的,应当在配料表中标注各种动物性来源原料所占比例。如今该规定正式通过,就意味着目前市场上使用牛乳清的羊奶粉,未来就不能称为“羊奶粉”了。

宋亮指出,上述文件的落地意味着超过6成的羊奶粉品牌将退出市场,而这些品牌和产品大部分是以中低端价位的为主,以澳优、飞鹤等为代表的巨头将进入存量竞争的时代。“无论是之前银桥乳业上市还是红星美羚IPO,背后都是当地政府作为推手,但陕西一些乳企的技术和资金瓶颈却迟迟难有突破,此次君乐宝入主银桥乳业,或许将给众多陕西乳企展示了一条新的发展路径。”

宠物市场规模达千亿 烘焙粮成新趋势

头部企业加大布局

本报记者 刘旺 北京报道

今年6月,家住北京的张女士捡到了一只2个月大的流浪猫,经过一段时间的照顾,流浪猫已经成为了张女士一家的新宠,各类专属猫粮、猫罐头、小鱼干、功能性食品等,列入了张女士家庭的常购清单。

将视线放宽,在“爱宠风潮”下,无数个像张女士一样的爱宠人士,助推了宠物经济的壮大。京东发布的《2022年中国宠物行业趋势洞察白皮书》显示,宠物实体市场规模已达1158亿元,其中宠物食品份额进一步增至46%,宠物主粮更是占比高达34%。

市场份额逐步增长,头部企业也在抓紧加码宠物食品。在这过程中,《中国经营报》记者了解到,消费者的认知正在发生变化,国产品牌正在走入消费者的视线当中,尽管在很多方面与进口产品仍有所差距,但从现阶段看,国产宠物食品崛起正当时。

另外,在经历了冻干、鲜肉粮等热潮之后,烘焙宠粮正在成为不少消费者的新选择。根据上述白皮书,烘焙宠粮2022年以来的成交总额同比增长96倍,新品数量也在日益增长。在此背景下,烘焙宠粮的行业标准亟须制定。

耕宠物食品30年的国内宠物食品龙头企业佩蒂股份今年上半年实现营收8.46亿元,同比增长18.93%;实现净利润9043.79万元,同比增长39.23%。

上述张女士告诉记者,“在固有认知里,宠物食品进口的总是好一些。但这几年明显感觉到国产宠粮在快速发展,以前认为很多猫粮都是进口的,但随着后期慢慢了解才发现,有一些经常买的猫粮原来是国产的。例如现在用的耐威克猫粮,使用了很长一段时间才发现是国产的,而且配料的来源大都是国内知名的生鲜产品企业。中宠股份旗下的顽皮宠物食品,也是非常热的牌子。”

实际上,宠物品牌正在资本的助力下提速。天眼查数据研究院数据显示,2021年,宠物赛道共计发生融资金额累计超过36.2亿元,发生融资数量57起。今年以来,已

经有十余家宠物赛道企业获得不同轮次融资,其中帅克宠物宣布完成约5亿元Pre-IPO轮融资;魔力猫盒宣布完成C1轮2000万美元融资;易宠科技宣布完成数亿元战略融资。

京东零售集团大商超全渠道事业群宠物业务部总经理刘露认为,“在10年前,宠物食品还是进口品牌的占比比较高,国内工厂会给国外品牌进行代工,这两年国产品牌比较多,京东宠物也得益于国产品牌的蓬勃发展,增速高于行业三倍。但是国内品牌仍不太成熟,一方面产能比较多,但优质产能仍比较缺失。再有就是科研上的研究和投入有待提升。国外很多品牌都是上百年历史,产品成分的稳定性、适口性都比较成熟,但国内品牌还处于发展过程当中。”

“但目前国内很多工厂开始加



宠物经济逐渐壮大,货架上的猫粮、狗粮、罐头、功能性食品等产品种类丰富。

视觉中国图

大布局,产能也在进一步增加,科研机构也在增加,这是一个比较好的趋势。再有的标准上,专属于宠物食品的标准比较少,但行业人士

比较积极,国内有很多机构和相关协会正在共同推进品质标准的建立,也希望能够有助于行业进一步的发展。”

烘焙粮异军突起

“我买了一个自动加粮加水的猫咪饭盒,解决了宠物猫平时吃饭的问题;还买了平时奖励它用的猫罐头和小鱼干;宠物医院建议我买了一盒营养剂,猫不舒服的时候可以喂它;还买了一盒类似钙片的东西,掺在猫粮里,可以补充微量元素。”张女士告诉记者,现在养猫越来越细致,自己在力所能及的情况下,也愿意为猫花一部分钱,来感谢猫的陪伴。

实际上,近年来宠粮正在朝着精细化方向发展。根据上述白皮书,在营养升级方面,冻干粮、烘焙粮

升级工艺加强营养成分及风味保留受到宠主青睐,尤其是烘焙粮的交易额同比增长超96%;专宠专用方面,细分不同年龄段、不同体型、不同品种的宠物专用粮增长迅速;以食养颜方面,具备美毛、减轻泪痕、口腔除臭等功能的主粮也有明显增长。

在精细化趋势当中,近年来烘焙粮异军突起。京东零售集团大商超全渠道事业群宠物业务部宠物食品部负责人史德龙介绍,“今年以来,烘焙粮的销售趋势呈现了非常强劲的增长,从京东宠物的数据来看,截至目前,今年烘焙里的

整体增速接近100倍,搜索量同比增长接近20倍。仅在6·18期间,成交额也有将近10倍的增长。”

北京市某宠物医院的李院长告诉记者,所谓烘焙粮就是经过低温冷压,让原料缓慢熟成,烘焙而形成的,与膨化粮最大的区别就是不需要在高温高压环境加工,因此营养流失率大幅度降低。

史德龙认为,烘焙粮更多的是工艺的升级,不同于之前的几次革新,不管是冻干还是鲜肉粮,都是食材上的升级,而烘焙粮和膨化粮对比来看是工艺上的升级版本,它

是以低温烘焙的形式做到了更好地保留食材的营养和新鲜度。从目前的整体数据来看,这种工艺能够给宠粮有更健康和更营养的赋能,预计在未来一年还是会持续保持高增长的势头。

但实际上,近年来宠物产品乱象频发,广东省分析测试协会宠物健康产业分析技术专业委员会副秘书长钱昱蓉表示,市面上的“烘焙粮”鱼龙混杂,现有烘焙工艺生产的全家猫犬粮无标准可依,危害了消费者权益。

据了解,今年上半年,全国消协组织受理宠物类投诉6617件,同比增长约89.17%,其中宠物食品安全成为消费者投诉的主要问题。在此情况下,京东宠物联合宠康委,及宠熙、阿飞和巴弟、辽宁海辰宠物有机食品等代表品牌及工厂,共同启动了“烘焙全价猫犬粮团体标准”项目。

据了解,该项标准将系统地规定相关术语和定义、工艺、原料和添加剂、营养要求、实验方法、检测规则和包装等,并邀请专家团队、宠垂测评达人等联合参与制定标准,推进立项并在国家相关部门备案。