

*ST 因美引援国资否认让渡控制权 创始人谢宏回归有望“摘帽”

▲本报记者 赵耘旋

12月5日下午,贝因美集团与长城国融投资管理有限公司(以下简称“长城国融”)的产融合作签约仪式在贝因美大厦23楼会议厅举行。长城国融将结合对民企的纾困政策,与公司在亲子食品、亲子用品、亲子健康、亲子服务等领域开展深度合作。

业绩稳中向好 有望摘帽“*ST”

作为中国婴幼儿食品行业的国民品牌,自2018年5月份,创始人谢宏重新出任*ST因美董事长后,公司在战略、模式上作出调整,重建渠道、重构体系、重造团队、重塑品牌、重溯文化、重树商誉的“六重奏”改革计划正在逐步推进,改革效果也开始显现。

目前,公司经营业绩稳中向好,今年前三季度实现归母净利润约2796.4万元,较上年同期同比增长107.3%;此外,公司预计2018年净利润为2800万元至7800万元,实现扭亏为盈。

贝因美集团董事长袁芳向《证券日报》记者表示,随着*ST因美业绩的逐步提升,公司今年有望将摘掉“*ST”帽子。

在袁芳看来,公司业绩的提升与创始人谢宏的强势回归以及核心经营团队的重新组建有着直



接的关系。袁芳对记者表示,“今年以来,公司重新组建了新的经营团队。包括总裁包秀飞在内,公司从强生、惠氏、美素佳儿等业内优秀企业引进了近10位总监以上高管。目前,公司的经营决策效率更高,运作良好。上市公司业务主要聚焦于婴童食品、营养品等领域,贝因美集团主要聚焦生态圈强关联业务多元化发展,进一步关注整个婴幼儿家庭,打开亲子家庭消费蓝海”。

今年9月12日,贝因美发布回购预案,公司拟以自有资金或自筹资金,通过集中竞价交易方式回购公司股份,回购金额为3000万元至10000万元。截至11月30日,贝因

美以集中竞价方式累计回购股份数量2010.12万股,占公司目前总股本的比例为1.966%,累计支付总金额为9196.79万元。袁芳透露,此次回购的股份将全部用于核心经营团队的股权激励和员工持股计划。

提及此次合作,长城国融总经理许良军表示,“贝因美作为中国民族奶粉行业的佼佼者,受内外部多重因素的影响,目前面临暂时性的经营困难和财务压力。为响应党中央、国务院关于纾解民营企业融资难和股权质押风险的号召,长城国融积极参与到贝因美纾困的工作中来,通过纾解企业股权质押融资风险,为企业的健康快速发展提供流动性支持,并积极推动贝因美业务结构调整和转型升级”。

贝因美创始人谢宏则称,公司和长城国融的牵手贯穿了2018年全年。在此次牵手长城国融之前,公司也曾与很多金融机构接触过。最终选择与长城国融签约,是因为整

引援国资缓解资金缺口 不存在控制权让渡

资料显示,长城国融投资管理有限公司系中国长城资产管理股份有限公司(简称“长城资产”)的全资子公司和拓展实质性重组业务的重要平台。而长城资产则是中国四大国有金融资产管理公司之一,由中华人民共和国财政部、全国社会保

障基金理事会和中国人寿保险(集团)公司共同发起设立。公司前身是国务院1999年批准设立的中国长城资产管理公司。

近年来,长城国融深刻把握金融服务实体经济的本质内涵,围绕问题企业大力拓展实质性重组业务,成功运作了“中国铁物”、“ST超日”、“广誉远”等经典项目,探索形成具有长城资产特色的不良资产实质性重组业务模式,促进了企业健康可持续发展,优化了社会资源配置,推动了经济结构调整和产业转型升级。在此过程中,长城国融也逐步发展成为同业通过投资投行和并购重组手段对问题企业开展实质性重组业务的领跑者。

对于市场风传的*ST因美可能面临控股股东变更、控制权让渡等消息,许良军“予以否认”。

记者了解到,长城国融关联方长弘基金将出资人民币约2.83亿元,受让上市公司5200万股流通股股份,以解决上市公司短暂时流动性现金流缺口;受让完成后,长弘基金将持有上市公司目前总股本的5.09%,成为第三大股东。贝因美集团第一大股东的地位仍保持不变,上市公司控制权不会发生变更。后续,长城国融将通过资产重组、产业并购等方式帮助公司进一步拓展产能及市场,依托长城资产强大的品牌和资源优势,为企业提供全生命周期的综合性金融服务。

业内分析人士表示,此次贝因美集团与长城资产的深度合作是本轮国有资本参与纾困民营企业的新案例,是落实党和国家关于纾困民营企业政策部署的具体行动。贝因美集团通过长城国融实现全面产融战略升级,将享有更多的资本资源与要素资源支持,为民族品牌不断攀登新高峰提供支撑点和助推器。长城国融也将与贝因美集团的合作打造成为国资参与纾困民营企业的新典范,创新产融合作的新模式,探索培育具有全球竞争力的民族品牌的新路径。

亿利洁能回应上交所问询 39亿元募资发力13个微煤雾化项目

▲本报记者 李春莲 见习记者 王涛

12月6日晚间,亿利洁能发布了《关于回复上海证券交易所问询函的公告》,对于张家口项目、武威管网项目2016年非公开发行申请文件中承诺的募集资金使用计划,公告称,公司于2016年非公开发行股票募集了资金45亿元,其中39亿元专用于投资13个微煤雾化热力项目。

这13个微煤雾化热力项目分为热力项目、热电联产项目和管网项目三种类型,其中两个管网项目分别为张家口市集热降霾(供热管网)工程(以下简称“张家口桥东项目”)和武威市城区集中供热管网工程项目(以下简称“武威管网项目”)。

亿利洁能表示,经核实,张家口项目、武威管网项目均符合公司2016年非公开发行申请文件中承诺的募集资金使用计划。

不难发现的是,亿利洁能主要的募集资金正在发力微煤雾化项目,这项技术主要用于控煤减霾。入冬以来,雾霾再次袭来,而且比往年更加严重。对于该如何控煤减霾,也再次成为市场关注的焦点。

以亿利洁能微煤雾化技术为代表的煤炭高效利用技术,因为具备“清洁、低碳、安全、高效”的现代能源体系而受到业内人士称赞。该项技术的关键在于引进航空涡流技术,使加工配置后的微煤实现多次高效雾化,并使微煤和空气合理混合燃烧。利用该技术改造传统工业燃煤锅炉,可将燃烧效率提高到98%,热效率提高到90%以上,与传统燃煤锅炉相比,吨煤产蒸汽由5吨多提高到9吨以上,氮氧化物、二氧化碳、二氧化硫以及烟尘等排放指标都相当或优于天然气洁净燃烧指标。

江西、河北、湖南、浙江、安徽、河南、湖北、甘肃等10多个省区的市场布局。运营生产、开工在建和待开工储备项目共计2495T/H。

需要一提的是,亿利洁能的微煤雾化项目主要集中在南方工业发达地区,投产即盈利,公司以盈利角度控制建设速度。此外,以微煤雾化热力为基础,做三级增长战略,做工业环保管家。

从近期公司业务开展、资产并购等不难看出,公司在做好存量,引入增量,全面推进以“循环经济产业、清洁能源、工业园区节能环保业务”为核心的三级增长战略,已实现较大的突破。

日前,《证券日报》记者还走访了亿利洁能位于山东乐陵和广饶的两个微煤雾化项目。上述项目所在的工业园区都实现了“不见尘、不见煤、不见渣、不见烟”。

亿利洁能旗下亿利洁能科技有限公司总裁李惠波向《证券日报》记

者表示,目前,山东省煤炭消费总量位居全国前三,且主要支柱产业以重工业为主的山东省,制定出明确的节能+节约标煤的硬性指标,要求在大幅削减煤炭消费总量的同时,依据当地资源禀赋,宜煤则煤,宜气则气,宜电则电,在环保监测与监管上,全面实施污染物超低排放标准。目前,公司在山东省有6个项目在运营,都取得了不错的经营业绩和社会效益。

实际上,随着大气污染防治等环保要求的不断提高,煤炭清洁利用等技术也受到越来越多的关注。2014年,国家七部委联合发布了《关于燃煤锅炉节能环保综合提升工程实施方案的通知》要求,到2018年,在全国范围内,推广高效锅炉50万蒸吨,淘汰落后燃煤锅炉40万蒸吨,完成40万蒸吨燃煤锅炉的节能改造,力求实现4000万吨/年标煤的节能能力。并制定出“减排100万吨烟尘、128万吨二氧化

硫、24万吨氮氧化物”的防治污染物排放指标。届时,京津冀及周边传输通道“2+26”城市35蒸吨以下、全国主要城市及工业园区20蒸吨及以下的燃煤锅炉要实现“清零”。亿利洁能乐陵项目总经理郑荣还向《证券日报》记者介绍称,目前,亿利洁能有多个微煤雾化项目位于京津冀大气污染传输通道“2+26”个重点城市。亿利洁能微煤雾化技术改造的燃煤锅炉,仍然以煤炭为主要能源介质,不但污染物排放达到了天然气标准,而且,部分数值甚至优于天然气,有效解决污染物排放对大气污染。

随着燃煤锅炉节能环保综合提升工程实施节点将至,亿利洁能的微煤雾化项目也有望被用到更多的区域。

李惠波透露,下一步,公司将重点跟进发展山东、江苏、浙江等工业发达省份的工业园区,同时对一些成熟园区进行跟进,寻求合作机会。

度,坚定必胜信念,揭开走向“世界牛”的新开端。蒙牛将聚焦特仑苏、纯甄、小蛮腰、冠益乳和优C等明星产品,加大产品创新与升级投入,为消费者带来更好营养,更多选择;锁定“中国好声音”、“向往的生活”、“声入人心”、“创造101”等顶级综艺资源,加大与热门IP的合作力度,基于更多场景与用户深度沟通交流;常温低温等板块将继续推动“镇村通工程”、“智网行动”、“亮剑行动”等渠道创新、提升项目,深耕传统渠道拓展新渠道,打一场漂亮的渠道仗;继续推进国际化战略,布局新零售、海外业务、鲜奶业务等新兴业务,为蒙牛注入新的生机与活力;进一步围绕要强精神,加强企业文化建设,提升团队能力,打造过硬铁军;采取新政策、新手段,帮助客户优化管理体系、提升盈利能力,多维度构建“客户盈才是真的赢”。

同时,卢敏放提出,蒙牛的2019年的“小目标”是:“我们所有的板块都要达到双位数增长。”

事实上,蒙牛近年来展现的“蒙牛速度”被外界所共睹。除了产品研发与销售方面创造了速度,同时,在海外布局方面也体现了蒙牛速度。“印尼工厂从动工到投产只用了172天,再一次刷新了‘蒙牛速度’。”卢敏放表示,国际化战略是蒙牛坚定推进

的核心理念,未来也欢迎更多的经销商和蒙牛一起“出海”。

在卢敏放看来,很多世界级的食品企业,都是在20岁前后走出过关键的一步。“20岁的蒙牛,拥有天时、地利、人和,秉承‘天生要强’的信念,下一个20年,蒙牛必将成为卓越的世界级品牌,必将成为伟大的世界级企业。”

值得一提的是,蒙牛乳业的良好业绩表现,也得到券商分析师们的关注。自2018年年初至12月6日,针对蒙牛乳业的券商研究报告共有15份发布,分析师们纷纷给出“买入”评级。另外,蒙牛乳业的公司股价年内总体表现活跃,年内走出30.20港元/股的历史高位,公司市值年内保持在1000亿港元左右。

对于蒙牛乳业的表现,国泰君安(香港)分析师吴宇扬在研究报告中称,蒙牛世界杯营销战役取得了令人满意的成果。乳制品行业集中度稳固上升但竞争变得更加激烈。“我们预计激烈的竞争将不会在短期内消停,因为蒙牛正在通过坚定执行通路深耕战略快速地上补短板。而且,其产品和渠道相关的创新能力正被全面强化。而强化的品牌影响力,改进的产品结构以及持续的渠道渗透可以驱动公司未来的增长。因此维持蒙牛‘收集’评级。”

同时,卢敏放提出,蒙牛的2019年的“小目标”是:“我们所有的板块都要达到双位数增长。”

事实上,蒙牛近年来展现的“蒙牛速度”被外界所共睹。除了产品研发与销售方面创造了速度,同时,在海外布局方面也体现了蒙牛速度。“印尼工厂从动工到投产只用了172天,再一次刷新了‘蒙牛速度’。”卢敏放表示,国际化战略是蒙牛坚定推进

的核心理念,未来也欢迎更多的经销商和蒙牛一起“出海”。

在卢敏放看来,很多世界级的食品企业,都是在20岁前后走出过关键的一步。“20岁的蒙牛,拥有天时、地利、人和,秉承‘天生要强’的信念,下一个20年,蒙牛必将成为卓越的世界级品牌,必将成为伟大的世界级企业。”

经验式作坊升级为数字化工厂 会稽山用机器人酿酒

▲本报记者 周瑾 见习记者 吴文婧

近日,会稽山“年产10万升黄酒后熟包装物流自动化技改项目”已建成并正式投产。12月5日,《证券日报》记者来到了会稽山湖塘厂区。

机器人代替人工不减工艺

在会稽山黄酒生产车间里,记者见到自动化灌装生产线井然有序的运行,“这种方瓶每小时可灌装20000瓶,圆瓶的那两条线每小时可灌装25000瓶”,会稽山董秘金雪泉向《证券日报》记者介绍,“这里共有7条灌装生产线,自动化灌装包装生产的年产能达到10万升”。

黄酒从传送带运送到装箱区,机器手臂开始自动打包并送入立体仓库。据了解,会稽山自动化立体仓库是黄酒行业首个自动化立体库,共有43000多个货位,货架总高度超过20米,最大存储能力在300万箱以上,能够确保每天10万箱成品酒及原辅料的自动入库、出库。

金雪泉告诉记者,之前公司首发募投项目“年产4万升黄酒智能化生产线”已经改变了绍兴黄酒立冬开酿、立春榨酒的传统做法。值得一提的是,该生产线中用到的卧式蒸饭机是由会稽山自主设计研发,是黄酒行业首台智能化自动蒸饭机,填补了国内黄酒酿造生产自动化的技术空白。

“虽然酿酒的过程用机器代替了人工,但浸米、蒸饭、制曲、发酵、压榨、煎酒整个酿酒工艺,仍保留了传统的工艺,配上现代化的工具,减少了生产过程中的人为干预,为的是生产出高品质的标准化的产品。”金雪泉提到,“由于智能管控,培养出的麦曲质量更加稳定,糖化率等质量指标甚至高于传统培曲,生产过程中全密闭管道的安全清洁性更是不言而喻,因此生产出的黄酒品质可以说是更优的”。

在采访中,记者了解到,会稽山从酿酒到灌装实现了“传统工艺、现代装备、智能控制、绿色精酿”的自动化、信息化、数字化酿酒生产。智能化酿酒尤其在生产效率方面成效显著,劳动用工比传统的酿造方式减少了30%,占用土地只需用到原来的1/4,每吨酿酒所需用水可以节约6吨。

打造黄酒生产基地

在会稽山湖塘厂区,记者还见到了正在建造中的黄酒博物馆与研究院。据了解,此次项目投产后公司将淘汰华舍厂区陈旧的生产设备,将其产能并入湖塘厂区。未来湖塘厂区将成为公司生产、物流基地和经营、销售、管理中心。

金雪泉告诉记者:“湖塘厂区位于绍兴鉴湖上游,用鉴湖水酿酒一直是会稽山黄酒的一大原料优势。由于湖塘厂区位于浙江省第一批特色小镇‘绍兴黄酒小镇’湖塘片区内,公司将其作为大本营,积极打造黄酒行业内领先的自动化、信息化、智能化的黄酒生产基地,将成为一个集工业、观光、鉴赏于一体的工业旅游景点。”

浙江省人民政府办公厅发布的《关于推进黄酒产业传承发展的指导意见》中指出,到2020年,我国黄酒产业销售收入将达到100亿元,全国市场占有率将达到40%。黄酒品牌影响力凸显,消费区域和消费群体得到进一步拓展,将加快创建绍兴黄酒小镇,黄酒酿造传统技艺、民俗文化、老字号企业将得到有效保护和传承。

据了解,由于受历史、文化和地理等诸多因素影响,黄酒行业区域经济的特征显著,其成熟消费市场仍主要集中在江浙沪等传统黄酒消费区域。2017年,会稽山实现营业收入12.89亿元,实现净利润1.50亿元。在江浙沪地区的销售收入为11.77亿元。

会稽山总经理、国家黄酒评委傅祖康向《证券日报》记者表示,黄酒行业的升级趋势十分明显,企业通过技术改造和产品升级,已逐渐摆脱经验作坊时期单纯依靠“以量取胜”的低毛利发展模式,不断拓展为追求高品质、高价格细分市场的高毛利发展模式。

近年来,会稽山以“深耕核心市场、开发潜在消费”为策略,“流通、商超、餐饮、电商、个性化定制”多渠道拉动有力结合,推进市场营销的创新。傅祖康还提到,会稽山通过不同市场区域的产品定位,主攻高端消费市场,不断优化品牌形象,以逐步实现黄酒价值的理性回归。

本版主编 赵学毅 责编 孙月 制作 王敬涛 E-mail:zqbzb@zqrb.net

解码“共赢冠军” 蒙牛起航2019



(蒙牛集团 CEO 卢敏放做“天生要强 共赢冠军”的主题报告)

“过去的一年,蒙牛业绩取得超预期的高增长。蒙牛已经进入了传统业务结构完善、新兴业务蓄势待发的高质量、可持续发展的快车道。”12月6日,蒙牛集团CEO卢敏放在2019蒙牛集团客户年会上如此表示。

值得一提的是,此次客户年会是蒙牛集团成立以来规模最大的一次客户年会,近万名经销商代表、蒙牛员工参加。卢敏放在年会上做

了“天生要强·共赢冠军”的主题报告。中粮集团副总裁、蒙牛集团董事长马建平代表蒙牛董事会用六个“很满意”肯定了蒙牛团队一年的成绩。

各大板块齐头并进

在本次客户年会上,卢敏放晒出了2018年成绩单。

2018年,蒙牛的各明星产品表

现优异,特仑苏、纯甄、冠益乳等明星产品均取得两位数增幅。海外、鲜奶等新业务单元同样亮点纷呈,成为蒙牛业绩新支点。伴随印尼工厂的开业,蒙牛海外市场渠道拓展继续提速,销售网点突破5000家,全年销售额同比增长25%。鲜奶业务全力出击,“每日鲜语”成功卡位高端细分市场,实现73%的跨越式增长。

卢敏放表示,今年,蒙牛的良好业绩来自于各个业务板块“齐头并进”,各个明星产品“表现突出”。“今年,常温板块整体增长率可观;基础白奶明显回暖,全年预计实现较高增长;常温酸奶总体增长更上一层。低温板块,蒙牛的市场份额连续13年保持行业领先地位,主力产品状态稳健,BB-12、卡趣滋等年度新品成绩亮眼,‘炭烧酸奶’更是出现爆发式增长,成为当红爆款;冰品板块,今年提前两个月完成年度目标,实现了连续三年的复合双位数增长;奶粉板块在去年实现成功扭亏的基础上,今年同步实现大份额增长”。

值得一提的是,世界杯期间,蒙牛提出的“我不是天生强大,我只是天生要强”的主张,也引发社会广泛共鸣,天生要强更成为年度热词。2018年,蒙牛作为FIFA世界杯全球官方赞助商,借助这一平台,蒙牛率

先在世界舞台展示了自己的品牌形象,在国内,通过全品类统一声音、统一口号、统一形象的整合营销,获得巨大的市场成功,显著拉升了企业的品牌力、促进了销售。世界杯期间,蒙牛“扫码赢红包”主题活动全程吸引2.6亿人参与。世界杯后,蒙牛品牌力提升了11.4%,消费者对蒙牛品牌喜爱度更是提升22%,品牌购买意愿提升20%。

2018年,蒙牛“天生要强”这一广告语可谓深入人心,对此卢敏放强调指出,“天生要强”虽然始于2018年,但其始终贯穿蒙牛的成长历程,指引着蒙牛人前行,“天生要强”是蒙牛企业文化的一大精神内核。天生并不强大的蒙牛,过去的20年,与客户风雨同舟,成长为国内外同行尊重的领军企业,靠的就是“天生要强”蒙牛精神。新的20年蒙牛将继续逢山开路,与客户共同开启从“中国牛”向“世界牛”迈进的新时代,共同创造百年蒙牛的新辉煌。

赢在2019 加速国际化布局

2018年步入尾声,作为乳业龙头企业蒙牛,各大板块表现不俗。对于2019年的布局,卢敏放在此次客户年会上也进行了清晰的战略目标。

卢敏放表示,蒙牛将基于产品、品牌、渠道、创新、文化等五大维