

第四届中国乳业资本论坛成功召开 众志成城构建乳业发展新格局

■本报记者 许 洁
见习记者 王 君

2021年是“十四五”规划开局之年。涉及国计民生的乳制品行业,在经历去年新冠肺炎疫情考验后,今年整体呈现加速增长态势,向高质量发展迈进,中国乳制品行业依然面临诸多挑战。在此背景下,10月22日,《证券日报》社主办的第四届中国乳业资本论坛在北京召开。论坛以“新开局、新战局、新格局”为主题,围绕中国乳业面临的机遇与挑战,以及细分赛道奶酪、益生菌行业高成长背后,行业、产业存在的乱象等话题展开讨论。

乳业与资本的风口已经来临

《经济日报》社副总编辑徐立京在致辞中表示,上半年24家A股和H股上市乳企交出不错的成绩单,净利润总额同比增长超五成,行业景气上行。“十四五”已经顺利开局,在新发展格局下,如何把握企业升级新机遇,推动创新发展、品牌升级?在巩固拓展国内外市场竞争中,有哪些业态担当继续领跑的接力棒?如何助力乳业创造新价值,提升新业态,开拓新局面?这都是资本市场的必修课,需要各乳企献计献策,为中国乳业高质量发展贡献思想和智慧。

“中国乳业已成为具有世界先进水平的现代化食品制造业。”中国乳制品工业协会副理事长兼常务副秘书长刘超表示,上市乳企半年报表明行业的整体势头增长强劲,多数上市乳企的增长达到了双位数。但是随着乳业快速发展,深层次的问题也越来越凸显。比如,原料奶价格以及乳制品的产品增长、区域发展不平衡、乳制品市场结构过剩与短缺并存、对国际市场依仗度越来越大,这都影响了行业健康稳定的发展。

乳业的机遇是无限的。一是经济有支撑;二是政策有保障;三是产业有基础。中国奶业协会副秘书长周振峰表示,我国奶业产业素质全面提升,质量安全水平大幅提高,转型升级明显加快,现代乳业格局初步形成,产业发展潜力大。

“2021年是‘十四五’开局之年,



对中国乳企而言,只有牢牢抓住历史机遇期,积极推进数字化转型,打造数字化企业,才能顺势而上,赢得未来全球乳业竞争新优势。”伊利股份副总裁张轶鹏表示,在这一进程中,资本市场扮演着关键的杠杆角色。一方面,乳制品行业要想加速数字化转型,离不开资本市场在资金、资源等方面的助力;另一方面,数字化作为驱动企业产业链变革、提质增效的重要手段,本身也蕴藏着极大的潜力和价值。

蒙牛集团党委副书记、执行总裁李鹏程表示,全球乳业特别是中国乳业已经进入了一个新时代,踏入了一个新征程。乳业与资本的风口已经来临。“‘十四五’规划首次将奶列入需要保障供给安全的农产品。同时,按照奶业振兴规划,到2025年,中国乳业全面实现现代化和振兴。由此可见,发展乳业不仅国家有要求,市场也有需求,企业也有动力。作为提升生活品质的重要消费品,乳品的消费增

长和趋势不可逆转,中国必将成为世界乳品消费第一增长极。”

奶酪、益生菌等细分行业呈现出高速发展态势

“对于企业来说,最核心的竞争力是拥有能够持续地为消费者提供差异化的产品和服务的能力。”针对如何打造乳制品行业新格局?君乐宝集团总裁助理冯进茂认为,对于乳品企业来说,品质和研发创新很重要。只有产品品质得到根本提升,研发创新速度能跟上消费者需求更新迭代的速度,才能为消费者提供更好的产品,企业的竞争力自然也会得到提升。

新乳业党委书记、董秘郑世锋表示,在当下大背景下,企业需要从消费者角度出发,做好企业自身建设,提高自身核心竞争力。

事实上,近年来,液态奶稳定发展的同时,消费者开始从“喝奶”向“吃奶”转变,奶酪已经成为乳制

品新的消费增长点。

“从工艺加工、产品形态上来说,奶酪这个产品形态其实是非常多样的。”源峰基金消费行业资深分析师付竹云表示,每隔一段时间,中国乳业市场上就会有一种非常新的产品形态出现,比如液态奶、常温液态奶、常温酸奶,以及现在的奶酪棒。因此,在产业和资本的共同努力下,中国奶酪市场会有一些新的突破。

付竹云认为,不一定要跟随西方奶酪产品形态和饮用方式,我们完全可以在产品形态上进行创新,甚至可以跳出整个动物蛋白奶酪范畴,关注植物蛋白(奶酪)形态。“因为从底层逻辑上来讲,所使用的蛋白发酵技术是相通的,找到根本原理,或许会有更多创新存在。”

除了奶酪产品,中国益生菌市场正处于快速增长期,且益生菌行业未来有国产替代趋势,针对人体质及肠道菌群,自主国产化研发

具有不可替代的突出优势。

澳优乳业副总裁、锦旗生物董事长兼总经理刘学聪表示,益生菌企业需要纵向挖掘益生菌科学属性,也需要横向拓展,走“益生菌+”模式。“高水平的学术文章深挖益生菌科学属性。近年来,益生菌在科学领域有很多突破,新的益生菌功能被证实,通过大规模人群临床试验发现,益生菌新功能包括缓解精神紧张、辅助治疗二型糖尿病等。因此,我们需要通过‘益生菌+’的模式,向烘焙食品、休闲食品、日化、美妆甚至女性产品方面拓展,这不仅要求我们有菌种,更要求我们对下游市场和应用有扎实的知识储备。”

论坛现场,《证券日报》社与海通国际联合发布《2021中国乳业产业深度研究报告》称,我国乳制品行业发展已进入新阶段:一方面,行业空间和结构有提升和升级的空间;另一方面,竞争格局改善,龙头集中度提升,上下游产业链一体化成为趋势。

多项金融措施助力“专精特新”企业发展

专家建议未来可加大股权融资支持力度

■本报记者 刘 琪

“小微企业一直是我国国民经济当中非常重要的一个主体,绝大部分的就业、相当部分的税收,以及经济的增长都离不开小微企业的贡献。”中国银行保险监督管理委员会政策研究局负责人叶燕斐10月21日在国新办举行的新闻发布会上表示,“专精特新”小微企业是所有小微企业当中的中坚力量。

一直以来,银保监会积极配合有关部门做好“专精特新”小微企业的金融支持和金融服务工作。叶燕斐介绍,银保监会主要工作表现为:一是引导银行机构注重小微企业“硬”方面,比如资产规模、资金实力等;同时,更加注重“软”竞争力,比如产品质量、企业品牌、知识产权价值以及技术力量,使金融机构挖掘

到更多、更好可以支持的“专精特新”小微企业。

二是引导银行机构在期限方面尽可能和“专精特新”小微企业生产经营周期相匹配。叶燕斐强调,特别是从新产品开发到大规模应用可能是跨周期的,所以要鼓励金融机构增加长期性的产品投放。

三是引导银行机构尽可能增加信用贷款。“因为很多‘专精特新’企业技术很强,但是可能并没有可抵押的房产或者其他不动产,所以增加信用贷款也是我们着力引导的一个方面。”叶燕斐表示。

《证券日报》记者注意到,今年以来,金融在支持新动能、新产业、新业态方面取得了较大进展,金融资源向国家的“专精特新”企业倾斜,“专精特新”企业贷款势头增长良好。

据中国人民银行在近期举行的2021年第三季度金融统计数据新闻发布会上公布的数据显示,9月末,“专精特新”企业的获贷率是71.9%,户均贷款余额7582万元。同时,贷款余额稳定增长,成本持续下降。9月末,“专精特新”企业贷款余额同比增长18.2%,高于全部贷款增速6.3个百分点,贷款合同平均利率是4.52%,分别比上年年末和上年同期低0.15个百分点和0.25个百分点。

鉴于“专精特新”小微企业抵押品较少的特点,银保监会开展的工作还包括除了传统不动产抵押,还可能引入一些新的知识产权抵押、品牌抵押、应收账款和其他动产抵押,使企业有可供抵押的资产。在无法获得信用贷款的情况下,抵押可以尽可能拓展到其他方面。

此外,银保监会还引导金融机

构特别是推动地方政府对比较好的“专精特新”小微企业提供一些政府性担保,或者提供一些风险补偿。同时,保险也是着力点之一。叶燕斐表示,因为很多企业和产品可能是首台(套)设备或者首批次材料应用,所以银保监会引导保险公司来为其提供保险,通过需求端来引导“专精特新”小微企业产品应用,促进整个生产经营的良性循环。“我们已经做了很多工作,但是和企业实际的需要相比还是有很大差距”,叶燕斐表示。

针对下一步工作,叶燕斐表示,银保监会将继续引导金融机构,包括保险公司、银行机构积极配合各地工信部门做好“专精特新”小微企业的金融服务和金融支持工作。

“专精特新”企业在产业链中占

据比较重要的地位,是产业链条强化的关键。”中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、广州数字金融创新研究院执行院长盘和林在接受《证券日报》记者采访时认为,金融信贷支持可以有效增强“专精特新”企业的竞争力、提升业务规模,从而强化中国制造在整条产业链中的关键地位,完善国产产业链条,实现中国产业链强化,补足中国产业链的短板。

盘和林表示,未来可通过ABS债、企业债、信托等方式,为“专精特新”企业提供更多直接融资和间接融资渠道。同时,还可以加大股权融资的支持。相对于债务融资,股权融资没有本金偿还压力,“专精特新”企业大多数需要长期研发投入,流动性回收需要一定时间周期,通过股权融资能够更好地帮助“专精特新”企业进行长期研发。

资管新规过渡期倒计时仅剩两月有余 中小银行加码布局理财子牌照

■本报记者 彭 妍

2021年是资管新规实施的三周年,也是过渡期的最后一年。随着过渡期临近结束,银行理财业务未来如何发展成为市场关注焦点。

银行理财业务转型与银行理财子公司成立发展相伴相生。据《证券日报》记者不完全统计,截至目前,已经有29家银行理财子公司获批筹建。此前,市场曾传言未设立理财子公司的银行将无法新增理财业务。事实上,并非所有银行都有能力或有资格成立理财子公司,特别是能力较弱的中小银行,他们的理财业务将何去何从?

理财子牌照“吃香”

自2018年12月份银保监会正式批准首批银行理财子公司筹建以来,银行理财子公司数量大幅增加。截至目前,已有29家银行理财子公司获批筹建,涵盖6家国有大行、11家股份行、7家城商行以及1家农商行。同时,还有4家外资控股理财子公司也已获批筹建。

此外,还有不少地方银行在“门外”候场。据乌鲁木齐银行官网信息显示,该行定于10月19日召开2021年第二次临时股东大会,审议关于请求授权设立理财子公司和信托公司的特别议案等事宜。值得注意的是,此前,北京银行、富滇银行、东莞银行等一些城商行已公布设立理财子公司的计划。农商行也不甘示弱,包括广东顺德农商行、江苏江南农商行、上海农商行等在内的多家地方银行均公布了设立理财子公司相关议案。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林表示,理财子公司设立的目的主要是将银行理财业务剥离,进行更加专业的理财运营,同时在理财子公司和商业银行之间通过隶属关系设置风险屏障,避免风险传导。理财子公司通过专业性和集中式营销,推动银行理财业务的发展,通过投资者教育、风险评价等方式,提高投资者风险意识以及产品管理能力,降低投资风险。

银行理财仍面临转型压力

随着银行理财子公司阵营不断壮大,相关公司发行理财产品的数量也在大幅增加。据中国理财网数据统计,今年以来,截至目前,银行理财子公司已发行理财产品6765款。

从目前已公布三季报的银行来看,净值型产品转型工作仍在加速推进。例如,据平安银行三季报显示,2021年9月底,该行非保本理财产品余额为8351.38亿元,其中符合资管新规要求的净值型产品规模达7371.94亿元,占非保本理财产品余额的比例上升至88.3%。

同时,银行理财子公司的盈利情况也备受瞩目。截至目前,获批筹建的银行理财子公司中大部分已经开业,且今年上半年整体盈利能力大幅度提升。在已开业的上市商业银行半年报中,有18家上市银行披露了理财子公司的经营情况。整体来看,这18家上市银行理财子公司全部实现盈利,总盈利额为101.18亿元。

资管新规过渡期即将结束,银行理财业务在持续转型和进一步发展过程中,仍面临一定调整压力,包括存量整改、银行理财产品估值、推介和销售等问题。

存量改造仍是银行理财转型过程中最艰巨的任务。业内专家表示,在已获批开业的银行理财子公司中,部分商业银行已将存量理财业务逐步迁移至其理财子公司,但产品迁移过程中仍然存在一些问题。例如,按照监管层态度,理财子公司应“洁净起步”,因此银行对不合规产品的整改效率会影响理财子公司的承接节奏。同时,在推进“老产品”压降同时,部分银行的净值型产品比重已持续上升至80%以上,非净值型产品仍占据一定比例,给银行造成一定压力。

据2021年半年报数据显示,国有商业银行既有产品存量较大,迁移节奏相对较慢。例如,建设银行及其理财子公司产品规模合计18493.93亿元,其中建设银行理财产品规模9031.27亿元,理财子公司产品规模9462.66亿元。

此外,银行理财转型过程中最核心的是估值问题。尽管现在市场上净值型理财产品占比超过80%,但具体的估值方式仍各不相同,摊余成本法很难反映资产价值的实时变动。中信证券FICC首席分析师明明对《证券日报》记者表示,“对于理财产品的估值问题,近日监管部门采取包括窗口指导在内的一系列举措加以规范,相信银行能够及时整改,实现产品的‘真净值’。”

“当下理财子公司的投研能力、客户管理能力相对不足,需要在这两方面继续加强。”苏宁金融研究院高级研究员陶金对《证券日报》记者表示,理财产品净值化、投资标的范围变大等是大势所趋。银行理财子公司应在继续保持风控管理能力优势的基础上,加快推动产品净值化转型,提升投研能力,增强业务竞争力。

中小银行理财业务何去何从?

理财业务整改转型和理财子公司建设有序推进的同时,中小银行理财业务发展方向备受关注。近日,业内传出消息称,未设立理财子公司的银行将无法新增理财业务。

对于大量中小银行而言,在人员团队、系统、专业等方面的配备较为有限,直接投资能力不足,并非所有银行都有能力或有资格成立理财子公司,特别是能力较弱的中小银行。

“中小银行的吸储能力本身较弱,理财业务资源也有限,目前面临的理财业务转型升级挑战较大。对于无法争取到理财子公司资格的中小银行,未来可能较难获得大规模的外部资金用于理财投资。但事实上,许多区域性的中小银行的核心业务为信贷和区域金融服务,并不以理财业务作为重要的业务收入来源。”陶金表示。

盘和林认为,“中小银行如果没有办法成立理财子公司,又没有办法新增理财业务,或作为理财产品代销渠道而存在。”

招联金融首席研究员董希淼在接受《证券日报》记者采访时表示,对理财规模小于1000亿元的中小银行而言,成立理财子公司并不是最佳选择,而应抓住相关办法暂未开放第三方机构销售理财产品的时间窗口,提升理财产品销售能力,打造成为理财产品的“综合超市”。