

# 三元拟喝太子奶 欲复制“中粮式”成功

■ 本报记者 陈青松

太子奶重组的迷雾终于以三元股份的正式亮相而被驱散。

8月27日,三元股份发布公告称,公司与新华联控股组成联合体并与新华联控股指定方,拟以不高于7.2亿元的金额参与太子奶集团、太子奶生物以及太子奶供销的破产重整。

三年来,民营企业太子奶一直处于舆论的风口浪尖,传言与之合作的实体企业和风投机构犹如走马灯一般频繁,但出乎所有人预料的是,太子奶新的主宰者,就是2009年成功并购三鹿的三元股份公司,一时之间,三元再次聚焦关注。

但是,当初的大手笔并购,三元并没有让业界看到三鹿回归的竞争力,而此次入主太子奶,三元这一步棋该如何走?

## 三元急欲弥补自身短板

8月29日,《中国企业家》记者在上海证券交易所官网查询到,8月25日,三元股份在北京召开集团召开董事会,通过《关于公司与新华联组成联合体并与新华联指定方参与湖南太子奶株洲三公司破产重整的议案》。交易标的为三公司完成破产重整后100%股权及太子奶株洲三公司的重整资产。

三元股份表示,拟收购的资产具备一定的生产规模,可进行持续生产,“太子奶”具备一定的品牌影响力,对公司现有产品结构、市场结构将是较好的完善和补充,有利于公司的长远发展。

公开资料显示,三元股份是北京三元集团下属企业,是以奶业为主,兼营麦当劳快餐的中外合资股份制企业,1997年作为北京控股有限公司成员企业于香港上市,2001年公司改制成为北京三元食品股份有限公司。三元集团是经北京市政府授权的国有独资公司。2009年北京三元集团、北京华都集团、北京市大发畜产重组为北京首都农业集团有限公司。

除被业界传得沸沸扬扬的与新华联重组外,名单中突现三元股份。渐趋平静的乳业被扔下一颗重磅炸弹。

三元介入太子奶重组着实令业内意外。因三聚氰胺事件一飞冲天,地区性乳业三元股份两年前整合三鹿时就震惊业内,现在欲再次出手“收”太子奶,更令业内瞩目。

业内分析认为,三元当年不惜斥巨资收购三鹿,看中的是三鹿奶粉业务。如今又将目光盯向太子奶,则是太子奶在乳酸菌领域的市场份额。在太子奶的顶峰时期,曾一度以76.2%的市场占有率高居同行业榜首,遥遥领先于其他品牌,处于市场绝对的领导地位。

资料显示,我国乳酸菌产业正处于快速发展期,以每年25%的速度递增,目前产业规模已经超过300亿元。专家预测,未来三到五年将是我国乳酸菌行业发展的“黄金时期”。

据媒体报道,太子奶当初之所以取得成功,关键是在乳酸菌技术方面耕耘多年取得独特优势。虽然如今江河日下,但技术优势仍然领先全国。而三元股份是北京地区最大的乳制品企业,乳制品包括巴氏奶、UHT奶、酸奶、奶粉等基本涵盖了全产业链,但唯独缺乏一个拳头产品,特别是创利润很高的产品。三元介入重组太子奶,正好可以弥补自身短板。

## “三鹿”之鉴引发业内担忧

有学者指出,三聚氰胺之后的三



CNS供图 王利博制图

鹿只是个“不良资产”。《中国企业家》记者从公告中得知,河北三元(原三鹿资产)2010年虽然努力降低成本,节约各项费用支出,营业收入达到5.16亿元,但净利润为负1.55亿元。

品牌战略专家李光斗在接受《中国企业家》记者采访时表示,大的乳品企业要么是资源性乳企,如拥有奶源基地的蒙牛和伊利;要么是消费类乳企,如拥有北京、上海等消费区域的三元和光明。相对而言,在这几大品牌中,三元发展是最慢的。

对此太子奶重组,许多业内专家并不看好。东方艾格农业咨询有限公司高级乳业分析师陈连芳在接受记者采访时表示,几年了三元股份还没有把三鹿这个烂摊子弄好。“根本就不看好三元去插手太子奶的烂摊子。”

中国乳品工业协会一位专家向《中国企业家》记者介绍,现在太子奶品牌已经与从前不可同日而语,市场环境更是发生了天翻地覆的变化。仅太子奶所在的乳酸菌饮料行业,蒙牛、伊利、光明等大品牌均开发出乳酸菌饮品,养乐多、味全等专一的乳酸菌饮料企业也正攻城拔寨。不仅如此,在原动物性乳酸菌基础上,光明还研发出植物性乳酸菌。而太子奶“每瓶180亿乳酸菌”,味全早已取而代之变成了“300亿”。

广州市奶业协会理事长、乳业专家王丁棉表示,现在打着乳酸菌旗号的大小企业鱼龙混杂,市场非常混乱,市场环境早已不如太子奶鼎盛时期。如今太子奶品牌“含金量”已经很低,三元股份管理能力也有限,接手三鹿这个包袱之后又去接手太子奶,“都快成破产企业收购专业户了”。

李光斗对《中国企业家》记者说,三元一直在寻求全国性的突破。

然而,乳品企业要实现整合战略,要么是资源性的品牌,要么是拥有市场的品牌。但三元的整合战略不清晰,它在整合品牌价值为零甚至为负的三鹿并没有取得份额提高,而太子奶现在属于“休眠”品牌,前景并不乐观。

但在三元方面,最近人事调动不断。从6月28日开始,短短两个月内先是撤下财务总监杨庆贵,紧接着撤换担任总经理七年之久的钮立平。重组太子奶的重任则落在新任总经理常毅身上。

有分析认为,三元股份频繁换人的背后是为收购三鹿秋后算账,抑或是避免出现整合“三鹿”之痛为重组太子奶铺平道路,从常毅既懂奶业又懂房地产的履历表上可见个中端倪。

“中粮人主蒙牛是成功的,而三元收购三鹿效果并不好,此时插手太子奶会成功吗?”品牌战略专家李光斗对《中国企业家》记者说。

南开大学经济学院经济学系副教授陈瑞华表示,三元股份临阵换帅有可能是促使强势人物登场,为强势整合太子奶奠定基础。

## 再造“中粮式”成功?

2009年7月,我国最大的粮油食品进出口公司、世界500强企业中粮集团携手厚朴投资以61亿港元的高额资本共同入股蒙牛。这一交易也是迄今中国食品行业中交易金额最大的一宗。

那么,大型国企下属的三元股份如果“吞”下太子奶,比较曾经发生过的中粮并购蒙牛案例,是不是意味着乳业又一轮的“国进民退”?

在沸沸扬扬的争论声中,支持与反对的观点都相当明确。

彼时,业内人士担忧地认为,中粮人主蒙牛,隐隐看到“国进民退”的迹象。近些年来,国家经济政策和金融政策向国有企业倾斜,国企往往得到政府庇护。而民企不是被并购就是被参股,且并购者和入股者不是跨国企业就是大型国企。

不过,经济学家马光远则“双手赞成”“中粮式”的国进民退,他认为中粮收购蒙牛,本质上并非“国进”与“民退”,而是“国进外退”,是“收复失地”的重大战役。

2008年11月,牛根生在聚会上称公司可能被外资恶意收购,一度激动落泪。而牛根生终于兑现了“万言书”的诺言,没有将蒙牛卖给外资。

同样,2009年6月,李途纯明确提出反对雀巢接管太子奶的一个重要原因,就是他“强烈怀疑雀巢的动机”“雀巢跟我们谈了这么多年,谈判的结果就是要消灭太子奶,兼并、收购的目的就是要把太子奶PASS!”

虽然三元重组太子奶与中粮并购蒙牛两者从体量而言无法相提并论,一位不愿透露姓名的乳品专家还是表示了担忧:上半年乳业大整顿的直接后果是蒙牛和伊利二者在国内常温奶市场的占有率超过50%,加上光明,三者市场占有率达到2/3。未来随着行业的兼并重组,乳品企业会更加走向垄断。

中国品牌研究院高级研究员丁家永在接受《中国企业家》记者采访时表示,三元股份重组太子奶,肯定是又一轮的“国进民退”。但丁家永表示,现在无论是物资、渠道还是行政资源都掌握在大国企手中,“国进民退”是大势所趋,本身是一个自然选择的过程。“就像前些年私立医院纷纷成立,目前国家陆续收回一样,是一种市场必然现象。”

# 十年磨一剑 大企业发展踏上新征程

(上接第二版)

中国企联的统计数据显示,2010中国企业500强中海外收入比例高于30%的企业只有26家,其中,除了雅戈尔、中兴通信等少数消费品公司外,其他的基本都是以贸易或中间产品为主的企业,这说明中国大企业的国际竞争力需要进一步提高,需要用更过硬的最终产品去占领国际市场。

“今年申报的500强企业里有300家左右企业申报了国际化方面的数据,跨国指数还不到10%。而世界100大跨国公司的跨国指数已经达到60%多,部分发展中国家也达到了50%多,中国大企业国际化水平与国际上的企业差距还是比较大。”李建明说。

美国飞翰律师事务所合伙人王宁玲认为,“企业在走向全球化的过程中,会充分利用经营方面的资源,去建立创新的体制和品牌的体制、人才体制等,其实知识产权应该作为非常核心的任务来做,在企业创品牌和创新过程当中,如果有了知识产权的保护,将会是如虎添翼。”

李建明建议,与国际大企业相比,中国大企业应该在研发投入、探索新的商业模式、培育世界级品牌、员工队伍职业化培养等四方面努力。

与此同时,李建明认为,中国大企业还在管理上创新,提高我们的研发能力。在研发方面,作为大企业不仅自己要做研发还要利用社会资源协同配合,把社会资源利用起来为大企业来服务。

李建明认为,中国尽管是经济大国但还不是强国,要由大国变成强国就需要一批有国际竞争力的企业,中国企业就必须在管理模式、自主创新上改变目前的做法,创新商业模式,引领中国从经济大国走向强国。

## 以案说法培训普及商标权益知识



王利博制图

为了促进海淀区品牌强区建设工作,提升辖区企业商标自我保护能力,海淀工商分局商标科近日组织海淀区媒体主办单位进行了商标权益系列培训会。

商标科在查办包头市粉煤灰综合利用及污染防治协会诉某杂志社商标侵权一案中发现,很多报刊、杂志等媒介机构,尽管公众知名度很高,但并未建立起品牌保护意识,没有对主要刊名申请注册商标。同时,某些个人或单位则打起了法律“擦边球”,抢注了大量媒体名称,并提起商标侵权投诉,要求获得赔偿。尽管尚有商标争议、异议等保护手段,但对媒体单位来说仍极为被动。商标科以此案为契机,组织海淀区各媒体单位举办商标战略知识培训,就及时申请注册商标的必要性和商标维权保护措施等方面知识进行讲授,增强媒体单位的商标意识。

北京市工商局海淀分局  
助力企业发展专题报道 14

## 中金数据搭建祥云工程云后台

北京充分发挥产业聚集的优势效应,抢占云计算产业发展的制高点,成为中国乃至全球的云计算中心。在已经推出的四大产业链示范项目中,中金数据以构建云产业链多方共赢的基础平台与支撑枢纽为目标,搭建起北京祥云工程中金云后台。

据中金数据副总裁黎江介绍,“北京祥云工程中金云后台”作为云计算产业链生态链的核心环节,也是我国第一个公共云后台。它以自主建设、覆盖全国的大规模、高等级数据中心为基础,以符合国际规范标准的运行管理体系为保障,以专业和富有经验的服务团队为支撑,以社会化服务和合作共赢为发展方向,通过与国内外合作伙伴的紧密合作,在云咨询、云集成、云运营方面向用户提供一站式的服务,为云产业链良性运转提供基础资源支撑、各层次的服务、产品市场及运营体系保障。

中金数据作为国内领先的数据中心服务商,正充分发挥创新引领优势,推动云计算业务全面提升。不仅成为北京市政府指定的祥云工程云后台,还积极参与国内其他城市的云计算规划建设与运营,已经或正在为广州“天云计划”、重庆“云端计划”和哈尔滨“云飞扬计划”提供云计算产业链规划和云后台规划,为中国云计算产业进步保驾护航,也将为实施智慧北京战略开创新纪元。

# 环宇钢圈

倾力打造一流的商用车配套企业

兖州市环宇车轮有限公司 山东兖州·环宇车轮工业园 客服热线 400-0536-888