

辉瑞剥离营养品业务

惠氏奶粉出售牵动中国市场

■ 本报记者 原金 宋江云

随着蒙牛发布澄清公告,蒙牛收购惠氏奶粉的坊间传言已归于平静。

自从辉瑞宣布要出售惠氏奶粉以来,传闻不绝于耳。蒙牛、雀巢、多美滋、美赞臣、亨氏、法国达能等企业,都纷纷与惠氏奶粉扯上关系,尽管各家企业都出面澄清,但一场争夺惠氏的大幕已经悄然拉开。

抛售惠氏

2009年1月,辉瑞与惠氏达成并购协议,辉瑞收购惠氏所有股份,涉及金额达680亿美元。然而,就在今年7月份,辉瑞发布消息称,将以分拆、出售或其他交易形式将动物保健和营养品业务全部或部分剥离,此次准备剥离的动物保健和营养品业务年销售额达55亿美元,占总营收的8%。惠氏奶粉作为辉瑞旗下营养品业务的主要组成部分,自然不可避免地面临被出售的命运。

此消息一出,多家企业开始将目光投向惠氏奶粉。惠氏作为全球500强企业之一,上世纪80年代中期开始进入中国市场,根据国家信息中心2010年6月统计数据显示,目前惠氏旗下的惠氏奶粉在中国内地市场份额为4.72%。

中国食品商务研究院研究员朱丹蓬在接受《中国企业报》记者采访时表示,当前我国的婴儿营养品市场上国外品牌占据主导地位,在全国一线和二线城市共126个城市中,所谓的洋品牌拥有85%以上的市场份额。与之相对应的是,我国的乳制品品牌大多占有中低端市场,但现在看来,过度低端化已成发展瓶颈。

惠氏奶粉作为“洋奶粉”的代表,在我国市场中占有相当大的分量,所以,据坊间传言,无论是中国品牌还是国外品牌,已经有不少企业对惠氏抱有浓厚的兴趣。

据《中国企业报》记者了解,受三聚氰胺等奶粉安全事故影响,近年来外资品牌发展迅速,已经占据了我国婴幼儿奶粉市场的半壁江山,国产奶粉表现则较为低迷。

由中投顾问产业研究中心提供

惠氏奶粉若被收购,将影响目前全球及中国市场占有率乃至整个奶粉行业的格局。

的数据显示,截至2010年7月,我国奶粉市场上多美滋、美赞臣、雀巢、雅培、惠氏的占比分别为16.76%、12.06%、10.58%、7.29%和4.72%,而国产品牌伊利、贝因美、飞鹤、圣元、完达山、雅士利分别占据10.97%、7.13%、4.72%、3.27%、3.88%及2.69%的份额。

数据显示,全球婴儿配方奶粉市场上,雀巢占有率为19.3%,美赞臣紧跟其后为16.4%,达能、雅培和惠氏分别为13.5%、12.1%和5.6%。

惠氏所属的辉瑞集团中国区企业沟通负责人席庆此前在接受媒体采访时表示,出售惠氏目前还在评估过程当中,预计最快要到明年才会有消息。对于有多少家企业有兴趣参与收购惠氏,席庆表示也不予评论。

传言风起

11月24日,有外媒爆出一条消



惠氏奶粉在中国市场4.72%的市场份额令同行觊觎。

本报记者 林瑞泉/摄

息,“中国最大的民营奶制品公司——蒙牛乳业正在与美国制药巨头辉瑞谈判,计划斥资100亿美元收购辉瑞旗下婴幼儿配方奶粉公司惠氏,交易最快可能于下个月完成。”

但就在10月24日晚,蒙牛方面发表了一份《关于婴幼儿食品业务收购传闻的自愿澄清声明》,《声明》称,“截至本公告日期,本公司并未与辉瑞公司人士直接洽商该项收购事宜,现时对于该项收购亦未有任何实际安排或计划”。并称,若公司日后决定参与该项收购计划,将会在适当时候刊登公告。

根据业绩报告显示,惠氏2010年销售收入高达19亿美元,有市场分析人士对惠氏的估价为100亿美元。根据蒙牛发布的中报计算,蒙牛17.38亿股,每股2010年收益0.86元,约400亿元的市值。有分析人士称,目前惠氏的市值将近为蒙牛市值的两倍,蒙牛想要收购惠氏,有以

小吞大的意味。

朱丹蓬认为,蒙牛之所以会传出打算收购惠氏“消息”,是因为婴幼儿奶粉市场对于蒙牛有非常巨大的吸引力。“蒙牛背后有中粮集团的支持,所以说蒙牛有收购惠氏的想法不奇怪,蒙牛又想通过收购惠氏来进入高端市场,把中国品牌推广出去,实现全球化。随着现在国内市场上国产奶粉的逐渐消失,中国必须在快消品中树立一个世界性品牌。”

中投顾问食品行业研究员周思然对《中国企业报》记者分析称,惠氏奶粉若被收购,将影响我国整个奶粉的行业格局,甚至带来层次的重排。根据目前各品牌在我国的市场占有率分析,无论惠氏被哪家接手,都将大大提高该企业的综合实力,增加其在中国奶粉市场的份额。

另外,很多分析人士都表示,雀巢或达能接盘惠氏的可能性最大,国家信息中心2010年6月统计数据显示,在奶粉行业,雀巢和达能旗下品牌多美滋的市场占有率分别为

10.58%和16.76%。面对惠氏奶粉在中国内地市场4.72%的份额,无论谁收购成功,都对该公司发展和整个行业布局产生重大影响。

《中国企业报》记者之前对雀巢公关负责人何彤采访时,何彤拒绝发表对有关雀巢收购惠氏奶粉传闻发表意见。

除蒙牛外,传言中其他几家意向收购惠氏的公司都是跨国企业,相对实力较为强大。其中,雀巢、美赞臣、达能在全中国奶粉业务占比排名前三。相比而言,美赞臣更倾向于内生性增长,竟购意愿相对较弱。而雀巢和达能近几年来均在新兴市场动作频频。因此,惠氏在新兴市场的成就必然对他们有非常强烈的吸引力,并购意愿非常强大。再加上两者在资金、全球经营管理经验等方面均具备优势,相比其他竟购者综合实力较为强大。

诸强比较

朱丹蓬在接受《中国企业报》记者采访时分析说,多美滋已经是达能旗下的一个品牌,达能若再收

2012年全新改版

中国企业家报

汇聚对企业有价值的新闻资讯

《中国企业报》创刊于1988年1月4日,当时由国家经委主办、中国企业管理协会承办,陈云同志题写报头,袁宝华同志任名誉社长。

《中国企业报》现由中国企业联合会、中国企业家协会主管,秉承“面向企业,为企业服务”的办报宗旨和“专业、高端、引领”的办报理念,致力于成为有品质、有实力、有影响力,服务企业、服务中国与世界经济的现代传媒。

全国各地邮局均可订阅
国内统一刊号: CN11-0029 邮发代号: 1-128
全年订价: 192元 单价: 4.00元

发行热线: 010-68701057
网址: www.zgqy.cc 邮编: 100048
地址: 北京市海淀区紫竹院南路17号

