

饮料大跃进隐忧

内外资企业近 300 亿元砸向中国市场吉凶难测

■ 本报记者 陈青松

饮料江湖,从来不缺故事。对于蓬勃发展的中国市场,近来食品饮料行业更是热闹非凡。

这边厢,世界第一食品巨头雀巢一周前刚刚通过中国商务部反垄断调查,如愿和银鹭“联姻”,获得雀巢注资后,银鹭投入 10 亿元的新厂也已投入建设。那边厢,因“康百”联姻引起业界震动,而且还引发沸沸扬扬的维权大战。

一时间,自“达娃之战”、“可口可乐并购汇源”之后,中国饮料行业风云突起。

据《中国企业报》记者了解,除行业间的并购大案外,食品饮料业的各家大佬们,还竞相宣布自己在中国扩张计划:继去年百事可乐宣布未来 3 年在华投资 25 亿美元后,可口可乐也在不久前宣布再投入 40 亿美元。当然,饮料业的巨擘统一也不甘示弱,也表示欲 3 年内在中国投入 120 亿元新建 17 座方便面与饮料厂。另外,达能方面也表示,除了将现有工厂进行投资扩建外,还计划两到三年内再开设一到两家新工厂。

并购、扩产、新品……一刹那,饮料江湖里,上演数不清的新鲜故事。

然而,据《中国企业报》记者调查了解,这些国际及国内大食品饮料巨头在我国市场大手笔的背后,说明近来的我国食品饮料市场规模不断扩大,未来增长预期大,受到国际大食品饮料巨头的青睐;另一方面,由于各大企业纷纷斥巨资疯狂扩张,竞相扩大产能,而如此飞速扩张的举动必将加剧目前市场产能过剩的局面,在加剧市场竞争的同时,也将压缩各大企业饮料业务方面的利润,如此必然不利于未来行业的发展。

巨大的市场空间

近日,《中国企业报》记者就饮料行业问题进行了调查采访,发现无论走进哪个大市场,超市,甚至马路边的夫妻店,琳琅满目的食品饮料都会令人眼花缭乱:包装精美色彩鲜艳、形状各异的饮料,有全国性的品牌,有地方小品牌,更有合资的、国外的大品牌……

无论是促销员还是消费者,均对记者表示,现在饮料行业发展实在是太快了,可选择的品牌和产品实在是太多了,有时往往记住一个品牌,另一个新品牌就冒出来。

“过去能喝上一瓶汽水,就很开心了,哪像现在,什么娃哈哈营养快线、可口可乐汽水、康师傅绿茶……”一位五十多岁的家庭妇女对记者表示,“在超市买饮料,我都不知道选哪个好,选择的余地实在是太大了。”

调查发现,近年来随着我国居民消费购买能力的提高,我国饮料行业获得了巨大进步。不仅市场规模不断扩大,而且产品也逐渐走向多元,已经由过去单一的汽水发展成为包括碳酸饮料、果汁饮料、功能饮料、饮用水在内的各种饮料体系。

在接受《中国企业报》记者采访时,中投顾问食品行业研究员周思然表示,近年来,我国饮料行业发展迅速,市场规模飞速扩大。

“2010 年我国软饮料产量为 9983.7 万吨,同比增长 18.27%,销售收入金额为 3294 亿元;2011 年上半年



本报记者 林瑞泉/摄

年软饮料产量为 5580.5 万吨,同比增长 29.36%;2011 年 1—10 月,我国软饮料产量为 9856.3 万吨,同比增长 21.13%。软饮料行业 20% 以上的年平均增长率预示着未来巨大的市场容量,随着消费者购买能力和健康意识的提高,未来饮料行业发展前景乐观,并将走向多元化和高端化。”周思然介绍说。

近几年来,国内饮料业先后经历了娃哈哈、健力宝、红牛、旭日升、王老吉等几个具有代表性的饮料时代。我国饮料业是一个高成长性的行业,其市场发展不断呈现出新的特征。不但成熟饮品增长稳健,其新的热点和增长点不断涌现,并且新兴的饮品增长速度更快。

公开资料显示,2011 年前三季度,食品饮料行业保持稳定快速增长态势,全国软饮料累计产量达到 5580.53 万吨,累计同比增长 29.36%。其中包装水产量达 2126.17 万吨,碳酸饮料产量达 741.19 万吨。

2011 年前三季度行业运行良好,上市公司整体经营业绩优异,主业增长是净利润增量的主要来源。食品饮料行业全部上市公司实现收入和净利润 2105 亿元和 283 亿元,同比分别增长 25.32% 和 40.52%,毛利率上升 1.94 个百分点,净利率和 ROE 同比上升 1.45 和 1.13 个百分点。

业内人士分析认为,虽然今年上半年塑化剂影响令今年整个饮料行业大有疲软之势,但实际上上半年饮料业仍保持上行趋势,整体规模将不断扩大。未来 5 年,我国软饮料产量将保持 12%—15% 的年均增速发展,其中包装饮用水或将继续占有最大比重。主因是我国人口将会以每年 4% 左右的速度增长。

中投顾问发布的《2011—2015 年中国软饮料行业投资分析及前景预测报告》显示,2006—2010 年,我国软饮料产量年平均增长率为 20.6%,分别为 4219.7 万吨、5110.1 万吨、6415.1 万吨、8086.2 万吨及 9983.7 万吨。同时,5 年来软饮料行业年销售收入也保持较快的增长态势,其中,碳酸饮料、瓶装饮用水、果菜汁及果汁饮料、含乳饮料和植物蛋白饮料、固体饮料、茶饮料及其他软饮料的销售收入复合增长率分别为 13.76%、

21.24%、25.90%、35.25%、18.10%、30.28%。

大混战与大跃进

产业的齐扩产与并购几乎是目前饮料行业巨头的家常便饭。

媒体报道称,继去年百事宣布未来 3 年在华投资 25 亿美元后,可口可乐也宣布再投入 40 亿美元。据了解,到 2014 年可口可乐重返中国市场 35 周年之际,其累计在华投资将达 90 亿美元。

统一表示,欲 3 年内在中国投入 120 亿新建 17 座方便面与饮料厂。另外,达能方面也表示,除了将现有工厂进行投资扩建外,还计划两到三年内再开设一到两家新工厂。

康师傅在 2010 年 7 月以 630 万美元投建红河厂之后,又以高达 12 亿的投资在漳州建设综合饮品项目。

在投资 6 亿的江苏宿迁工厂建成不过两周之后,汇源投资 20 亿、规划年产能达 52 万吨的旗下最大果汁生产基地鲁中汇源工业园正式开业。

早在 2009 年,娃哈哈就投资 100 多亿元从美国、法国、德国等国引进 330 余条世界一流的自动化生产线,主要生产含乳饮料、饮用水、碳酸饮料、果汁饮料、茶饮料等 8 大类 100 多个品种。

这些国际国内食品饮料巨头除纷纷扩张产能外,还不断进行并购,提高自己的实力,扩充自己的势力范围。未来饮料业的竞争将持续升级,争夺或将更白热化。

欧睿报告显示,2010 年可口可乐是中国最大软饮料生产商,市场占有率为 16.8%,而康师傅和百事分别第二、第四位,份额达到 14.4% 和 5.5%。单从数据上分析,后两者结盟后,市场份额很可能赶上可口可乐。

业内人士分析称,百事与康师傅合作,由双方产品结构和渠道布局变化所带来的影响,将不可避免对整个中国饮料行业产生冲击,可能引发行业的重新布局。

在行业巨头的巨大冲击下,我国

饮料企业将面临多方困境。中投顾问发布的《2010—2015 年中国软饮料行业投资分析及前景预测报告》显示,我国本土软饮料企业规模

一般都比较小,而区域性饮料品牌较多,但真正在全国饮料市场上有影响力的名牌屈指可数,同时企业还面临着资金不足、融资渠道单一、技术含量低以及自身实力不强等因素的制约。

东方艾格饮料行业分析师陈静认为,可能引发行业的重新布局:娃哈哈、可口可乐、百事可乐 & 康师傅形成三大寡头,并有可能开启饮料行业的兼并收购,行业由初级发展阶段向垄断经营阶段发展。

周思然对《中国企业报》记者表示,我国饮料行业产能过剩现象早已出现,市场上供过于求的局面已经形成,而国内外巨头仍斥资建新厂、新的生产线等,此举再次加剧了国内饮料业的竞争局面,这意味着饮料行业将进一步加速优胜劣汰进程,提高行业集中度。“事实上,目前国内外饮料企业的产能已经超过我国饮料行业的市场容量,国内外饮料企业的投资主要是为未来市场做准备。”

未来: 差异化竞争至关重要

就目前我国饮料行业大跃进的隐忧,周思然向《中国企业报》记者表示,饮料行业未来预期的高增长刺激了饮料企业产能的大跃进,各大企业纷纷斥巨资疯狂扩张,而如此飞速扩张的举动必将加剧目前市场产能过剩的局面,在加剧市场竞争的同时,也将压缩各大企业饮料业务方面的利润,如此必然不利于未来行业的发展,因此,投资者应该理性看待整体消费的升级。

周思然认为,目前我国饮料市场上品牌众多,造成产品同质化现象严重,尤其是不少区域性品牌的不断涌现,更加剧了这一现象。对饮料巨头而言,在扩大产能的同时更应该提高研发能力和创新意识,一方面有利于新品类的开发和开拓,并推动产品体系的完善和全面升级;另一方面采取新颖的促销手段也有利于产品的宣传和品牌的传播。

据中投顾问发布的《2010—2015 年中国软饮料行业投资分析及前景预测报告》显示,1999 年国内老牌饮料企业仍然占据市场竞争的主动,而后国内饮料品牌却是纷纷落马,果汁饮料由 1999 年汇源果汁的一枝独秀,到 2002 年统一鲜橙多的迅速崛起,市场格局发生改变,而统一品牌在 1999 年果汁市场的占有率仅为 3%。

周思然认为,外资品牌的高度集中极大地阻碍了我国饮料企业的快速发展,我国饮料企业在品牌经营方面弱势明显,不管是经营理念,还是经营模式,目前正面对日趋国际化态势的国内饮料市场都处于劣势。企业应及时跟上市场发展步伐,同时借鉴外资的成功经验,努力改善自身经营的不足,争取闯出自己的一片天。

近日在上海举行的以“创新、管理、产品、效益”为主题的 2011 中国饮料行业企业家论坛上,中国轻工业联合会会长步正发对如何转变发展方式、提升饮料行业可持续发展能力提出了方向性的建议。

步正发认为,要开发适应不同消费需求的健康饮品,主导产品应各具特色,做精、做好差异化的小品种,在产品开发和市场推广上要避免过度扎堆,形成与加工相匹配的原料基地。企业与农业和谐共赢的体系,优化产业布局,形成区域协调,大中小企业、上下游企业共同发展的产业组织结构,加大对中西部地区的投资力度,不断推进饮料生产的规模化、科学化和节约化。

西部中小企业 风景独好

(上接第一版)

同时,重庆国资委还将按照市政府要求,从今年起,连续 5 年每年上缴财政 1 亿元,专项用于支持微型企业发展。

“十一五”期间,重庆市属国有银行累计向“两翼”区县、“三农”、非公和中小企业发放贷款 6642 亿元。目前,有 8675 个非公企业与国有集团形成产业链服务关系。

在重庆万亿国资中,非公经济占比 40% 以上,有近万家非公企业为国企提供配套服务。重庆非公经济占比由直辖初的 26% 上升到去年底的 60%。

“第三财政”

通过“八大投”运作和国有资本经营收益上缴,重庆市拥有了除预算内、预算外之外的“第三财政”。

“第三财政增强了政府统筹城乡发展、惠及民生的底气,为公共财政转型腾出了财力空间。”崔坚说。“八大投”超前实现了靠财政投入需要几十年才能完成的基础设施建设目标。

通过国有集团承建公租房、改造危旧房,控制投资集团储备土地的投放速度和建设强度,促进了重庆市“低端有保障、中端有市场、高端有约束”的住房体制建设。

重庆城投集团是重庆公租房的主要开发商之一,“城投集团从 2010 年 5 月 22 日动工兴建公租房开始,到现在短短一年半时间已全面开工建设公租房 860 万平方米,明年上半年将突破 1000 万平方米。”城投集团党委书记华渝生表示。目前城投集团已经成为全世界最大的保障房开发商。

重庆成立了全国首家农畜产品交易市场,通过形成生猪等农副产品未来价格,让买卖双方都能看清未来的利润和成本,从而有计划地组织生产,避免因供需矛盾引起的农产品价格波动。

为解决群众看病贵、看病难的问题,重庆市成立药品交易所。“通过药交所交易,实现了药厂不出厂门就可卖药、医院不出院就可买药,有效防止了医院和药厂在交易中的‘暗箱操作’,减少了中间环节,群众承担的药价大幅降低,药厂和医院的利润也有所增加。”重庆药品交易所党委书记、董事长刘高清说。

大国资监管模式

当前,国民收入偏低,主要原因在居民收入占 GDP 的比重过低。据了解,重庆市目前这一比例大致为 43%。前不久,重庆市委三届九次全会研究并审议通过的《重庆市委关于缩小三个差距(即贫富、城乡、区域差距)促进共同富裕的决定》提出,通过 5 年努力将这一占比提高到 50% 以上。

用重庆市市长黄奇帆的话说,5 年时间里重庆居民总收入要增加 5600 亿元。“全市去年的 GDP 接近 8000 亿元,居民总收入仅有 3400 亿元。未来 5 年如果 GDP 每年涨 15%,加上通胀,2015 年有望达到 1.8 万亿元,50% 就是 9000 亿元。”

重庆市国资委日前下发了《关于贯彻落实市委三届九次全会精神实施意见》,要求全市国有企业以做强做大自身为基础,为“缩差共富”做出新贡献。

据介绍,重庆国企正全力实施“十大工程”,包括实施公租房支撑工程,完成主城 120 万人的保障住房建设;年均投入 800 亿元左右,解决和带动就业 50 万人以上;实施对口扶贫模式的创新工程,建立国有企业组团、每年重点帮扶 1—3 个贫困县的机制等。

崔坚表示,经测算,通过实施上述“十大工程”,到 2015 年,可以投入和带动资金 1 万亿元以上,可以解决和带动就业 200 万人以上,对全市缩小“圈翼”差距和城乡差距的拉动可达 60% 左右。

“在推动缩小‘三大差距’、促进共同富裕的伟大征程中,国有集团必须担当骨干,充当引领,充分发挥支撑和带动作用,决不辜负市委、市政府重托。”崔坚说。

总体来讲,重庆创新国资监管模式,其中最受外界关注的无疑是创新国资监管与运营模式,即“三项体制”措施——管资产与管人、管事高度统一的国资监管体制;金融资本和工商产业资本一体化的国有资本运营体制;以渝富公司为资金运作平台,加速国企改革与国资发展的国有股权流通体制。

专家认为,这种国资监管模式,有助于堵塞国资监管体制的真空和漏洞,有助于提高国有资源的配置效率,更有助于发挥国企在中国社会主义市场经济建设中的功能。

把环保当成责任

中铁四局一公司委铁项目部环保施工侧记

2009 年 12 月,国内建筑龙头企业——中铁四局一公司迈出国门,走进委内瑞拉北部平原铁路。一年来,一条钢铁巨龙正在不断向前延伸,而紧张有序的施工现场也与当地美丽的自然风光共生并存、和谐共融,这一切与中铁四局一公司参建委铁的干部员工工作生活中的一言一行息息相关。委内瑞拉作为一个移民国家沿袭了欧美国家严格的环保法规。2010 年 1 月份刚到委内瑞拉的中铁四局一公司副总经理、委铁项目部经理阳自强,党支部书记郑连平就亲身经历了这一点,一本本厚厚的环保施工法律法规、一项项必须遵守的环保施工合同条款放在了他的面前,有些在国内见过,有些却是第一次看到。施工的每一个细节项目更是严格把关。针对铁路施工特点,为减少施工对环境的污染,项目部采用设置围挡、洒水降尘、道路硬化、垃圾封闭等方法控制施工扬尘,并冲洗施工车辆轮胎防止泥土带出现场,及时清运施工过程堆放的渣土;选用高性能、

低噪音、污染小的设备,采用机械化程度高的施工方式;混凝土结构施工尽量采用预制构件,运至现场拼装;桥梁施工中为避免泥浆对环境的污染,尽量采用旋挖钻机干法成孔;为防止施工作业造成水的污染,所有施工污水和营地生活污水均经处理达到相应标准后排放。在环保和成本之间,项目部也都坚决选择了前者。一位当地农场主为了获利在自己的农场取土,准备出售给项目部作为铁路路基填料,由于当地土地使用必须办理环评资料,而该农场主却并未办理,虽然他的土方比较便宜,项目部还是对他说了“no”。项目施工管段长达 50 公里,经常有数百台机械设备分布在各作业点施工。于是,项目部每隔 10 公里就安放了一个油罐供机械加油。可是这样一来设备集中加油过程中很容易散落零星的油污污染土壤。项目环保部门发现后,及时建议取消油罐,



委籍环境工程师卡比列(左一)、比德里(中)与中方工程师在项目部混凝土拌和站共同商讨环保施工方案

改用加油车给沿线机械设备加油,并将油罐改装成水罐为工地便道洒水降尘。虽然这样成本增加了,可是却得到了委方业主的好评。委内瑞拉的青山绿水作证,在中铁四局一公司委铁项目部施工的 51 公里管段,干部员工把施工生产给环境造成的影响和破坏降到了最低,展示了中国企业良好的形象。

(弈轩 郑连平)

海淀工商分局广告科约见辖区广告媒体



王利博制图

海淀工商分局广告科向《精品购物指南》、《中国经营报》、中关村在线、搜狐网、百度网、新浪网等 70 多家主要媒体负责人通报了违法广告发布现状,援引案例全面讲解了当前的常见违法广告形式,就如同规范广告敦促相关媒体加强自律自查,杜绝虚假宣传、误导宣传,严格筛选广告项目、及时纠正广告表现形式、杜绝未经审批擅自发布广告的行为,并对户外、印刷品、网络广告易出现的问题进行重点提示。

北京市工商局海淀分局 助力企业发展专题报道 30