



【乳品业“翻盘”】之趋势

市场淘汰率或超过 70%
地方奶企面临退出危机

未来行业三强企业的份额达到 90%，
很多地方性小品牌会消失

■ 本报记者 许意强

都说强龙斗不过地头蛇。不过,对正迫切希望通过“大鱼吃小鱼”这一战略重组提升牛奶行业产品质量安全、提升国产奶品信心的中央政府和龙头企业来说,显然不希望“地方性奶企”过多、过于分散的市场局面再延续下去。

“这一次国家出台的奶粉新政,表面上影响主要在奶粉相关企业,实际上却是‘城门失火,殃及池鱼’,产生的影响是对整个奶制品企业。最终,一些全国性或区域性奶业龙头企业,肯定会借助政策东风,拉开整个奶业洗牌大幕,众多地方性奶业品牌消失已不可避免”。

日前,来自广西、陕西等地的奶业企业告诉《中国企业报》记者,如果说三聚氰胺事件发生,延缓了一些全国性奶业龙头企业跨区域并购重组的步伐,给一些地方性品牌留下了几年的生存空间。那么随着这一轮政府“奶粉”专项整治行动,对于小企业而言,除了兼并重组,最糟糕的结果就是关门停业。

亏损企业占比已接近 40%

地方性奶企的日子,正变得越来越难过,市场淘汰率或超过 70%。

即使是在这一轮的“奶粉新政”没有出台之前,上述地方性奶企人士就透露,“市场规模上不去,中高端的新品开发不出来,但原料奶、人工、营销等运营成本却在持续上涨。同时,大企业的广告投入和营销攻势,还在不断加强。我们原本拥有的‘本地、安全’等优势,近两年也不再明显”。

来自艾格农业的统计数据显示,由于市场竞争激烈和原料涨价造成产品成本上升,2012 年全国 726 家乳品加工企业中,亏损企业占比已接近 40%。进入 2013 年,奶业洗牌还将继续加速。

随着这一轮“奶粉”新政,政府不再审批新的奶粉企业,同时鼓励并推动大企业对小企业的兼并重组。这也被不少地方性奶企认为是,“政府出手推动全国性龙头企业,展开新一轮的奶制品行业重组”。

一位来自陕西的地方奶企人士则指出,“大企业的冲击体现在两头夹击,在上游原料奶的抢夺,通过价格和规模优势抢夺了一大部分优质奶源。同时,还利用自身庞大的资金,在全国优质奶源地开始建立高规格的奶牛工厂。在下游市场上,通过大量的广告投入,特别是这几年来包括伊利、蒙牛都在大打品牌牌、安全放心牌,同时抢占各大商超的醒目位置,让地方奶企的生存空间越来越小”。

可以预见,这一轮由中央政府掀起并推动的“奶企整顿”浪潮的推动,2013 年下半年我国奶制品行业将会掀起新一轮的“重组洗牌”浪潮。来自广西的一家奶品企业负责人则透露,“今年下半年,地方性奶企的生存空间会被进一步压缩,预计明年会出现一些地方性牛奶企业的关门歇业潮,除了被并购只能自己停业”。

有业内人士预测,“对于地方性奶企来说,洗牌出局已不可避免,而且这一轮的淘汰率不会低于 50%,最高可能会突破 70%。在一些经济发达地区,地方性奶企会最先消失,全国性企业的品牌优势已经建立起来。而在一些经济欠发达地区,小企业可能还得益于产品口碑、人脉等因素,还将拥有 2—3 年的生存时间”。

强龙借政策再出手

做大做强,正在成为中国奶业新的产业规则,也将加速几大奶企龙头领跑格局出现。

上市公司年报显示:在 2012 年,伊利、蒙牛、光明三家奶制品企业的营收总合已超过 900 亿元,占据奶制品市场销售近八成份额。尽管受到外部市场经济环境的影响,过去一年间包括伊利、光明企业在经营规模之外的中高端产品结构调整、经营利润提升等方面的新增优势,得到全面确定。

业内人士指出,奶制品行业的“强者恒强、寡头垄断”格局已经形成,大企业的市场份额和占比还在进一步加大,未来行业三强企业的份额达到 90%,很多地方性小品牌会消失。

在这一格局的背后,则是政府一直在中国奶制品产业整合过程中扮演着“主导者”角色,而那些大企业无疑一直都是政府眼中的“好孩子”:早在 2010 年,国务院发布《关于进一步加强乳品质量安全工作的通知》,要求整顿乳品市场。此后,国家质检总局下发了乳品企业生产许可资格重新审核与换证的通知。到 2011 年初,在申报受理的 1176 家乳品企业中仅有 643 家获得通过审核,市场淘汰率接近五成。

在奶业专家王丁棉看来,“按照中乳协原先的统计,2010 年的这一轮洗牌,被淘汰出局的企业远远超出 1000 家。这其中有 500 多家企业拥有自知之明,根本就没有申报换证,主动关门”。

不过,对于目前拥有 600 多家企业的中国奶制品行业而言,近年来不断走低的“国人对国产奶制品消费信心”,并没有达到当初政府整顿奶业的初衷。

【乳品业“翻盘”】之论道

做大规模并非提振乳品信心最佳路径

■ 陈昌成

中国的反垄断重拳最终砸向乳制品行业。7月1日,国家发改委价格监督检查与反垄断局确认正在对合生元、多美滋、美赞臣、惠氏、雅培等多家奶粉企业进行价格反垄断调查。7月2日,发改委披露掌握被查奶粉企业的违法证据。

由于发改委反垄断调查紧贴着工信部“双提”行动方案之后,这一举动被外界解读为帮助乳制品企业兼并重组扫清障碍。是否真的如此,官方尚未有明确表态。不过可以明确的是,中国政府整顿行业积弊的决心已下。

一个消息是,工信部发布“双提”行动方案,要求对婴幼儿奶粉参照药品管理,并鼓励乳粉企业兼并重组,整体提升婴幼儿乳粉质量,提振消费者信心。工信部所设定的行业集中度是70%以上。

另一个消息是,九部门下发《关于进一步加强婴幼儿配方奶粉安全生产的实

施意见》,规定“任何企业不得以贴牌、委托、分包的方式生产婴幼儿配方奶粉,不得以同一配方生产不同品牌的奶粉,不得使用除牛、羊乳以外的原料生产婴幼儿配方奶粉”。

随之,企业也展现了积极支持的态度。首先是蒙牛收购雅士利,为乳品行业的重组兼并大戏拉开了序幕。随后,业内传出伊利有意将奶粉企业飞鹤和完达山收入囊中的消息。显然,这两起并购都极大地迎合了工信部的要求:用两年时间培育形成10家年销售收入超过20亿元的具有自主知识产权的知名品牌和国际竞争力的大型企业集团。

问题是,做大规模是解决婴幼儿乳粉质量、提振消费者信心的最佳路径吗?已经有企业表达了自己的疑惑:以什么标准来衡量大小企业、政府在乳企兼并重组中扮演何种角色、地方政府如何与企业对接等。如果这些细则问题不能得到有效解决,未来的方案执行难度将大大提高。

更为要紧的是,国产奶粉的弱势地位的形成,不仅仅是因为洋奶粉在规模上的优势地位。一次次的国产奶粉严重的质量危机足以击溃消费者脆弱的承受能力。不得不说国产奶粉排名靠前的规模上都不算小,消费者又何以敬而远之,这是不能不去思考的深刻问题。

实际上,随着技术、工艺、品质、品牌建设和市场营销等方面的日趋成熟,国产奶粉同洋奶粉相比差距仅在于消费者的信心。消费者信心的缺失恰恰就是因为我们所认知的大企业反而隐藏着更多的质量风险。

显而易见,尽管国家力推奶粉行业并购重组,并大力提升民众对国产奶粉的信心,但短期之内,同洋奶粉相比,国产奶粉的弱势地位仍然难以根本改变。而唯一可以改变的只是国产奶粉的行业排序。

但这并不是消费者真正关心的问题核心。消费者唯一关心的是,究竟哪个品

牌能够给“祖国的未来”提供足够的安全保证。我们更为期待国产奶粉在质量管控上更为积极的表现,在品牌建设上更为主动的作为。

自然,政府除了兼并重组外,还要将重点放在对不合格的乳粉企业的严厉打击上,以便净化消费环境,为优质品牌创造更多的生长空间。实际上,不少业界人士担忧,如果一家乳企质量不达标,仅通过被收购的方式来整合实际上于事无补,并不利于行业的健康发展。

对于消费者而言,似乎更为关注的是工信部正在推动建立食品企业的质量安全信息追溯体系以及9月份前后完成修订的《婴幼儿配方乳粉生产许可审查细则》。国产奶粉产业如果真正能够让消费者感受到,企业把质量作为自己的生命一样呵护,又何尝不回消费者的心?企业擦亮自己的良心,不仅仅维护着品牌的生命,更是维系着中国奶业的命运。

王利博制图