

国内车市进入淡季 多种原材料短缺推升经营压力

■本报记者 龚梦泽

在海外部分地区疫情仍有反复的背景下,国内经济形势持续向好,出口走强,汽车消费需求继续保持稳定增长。中国汽车流通协会预估,今年5月份国内汽车市场销量为172.5万辆,同比增长8.8%,环比上升5.0%;同时,由于去年同期疫情影响减弱,零售逐渐恢复,基数回升,预测今年5月份汽车销量增速将有所放缓,6月份和7月份进入季节性下滑调整阶段。

《证券日报》记者观察到,近期河南、上海、海南等地出台相关政策促进汽车消费。其中,河南提出落实全面取消二手车限迁政策;上海制定发布了老旧汽车报废更新补贴实施细则,促进新车消费;海南发布2021年度稳定汽车消费措施,稳定和扩大汽车消费。

然而进入6月份,汽车市场的淡季效应也逐渐显现。中国汽车流通协会分析认为,麦收农忙时节,华南及东南部分地区持续降雨天气,消费者进店看车购车减少,市场需求有所回落;此外芯片短缺的影响波及到更多车型,厂家生产放缓,订单交付时间延长。

对此,中国汽车流通协会产业协调部主任邱凯对记者表示,整体而言,5月份汽车市场经营状况相对平稳,但没有达到理想预期状况。“而且芯片短缺的问题也会造成车辆交付的延长,会造成客户的流失,对经销商整体的经营造成不利影响。”

5月份车市销量未及预期

中国汽车流通协会发布的最新

一期“中国汽车经销商库存预警指数调查”VIA显示,2021年5月份汽车经销商库存预警指数为52.9%,同比、环比双降,分别下降1.3个百分点和3.5个百分点,库存预警指数位于荣枯线之上。

5月份库存预警指数同比、环比均有所下滑,意味着经销商的压力得到一定程度的释放。但单看5月份的预估销量,并没出现预期的涨幅。

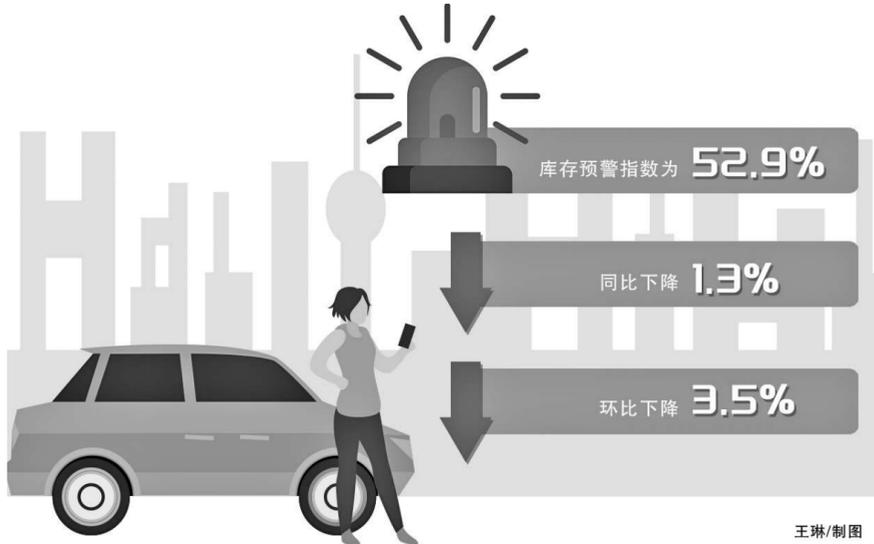
在中国汽车流通协会副秘书长郎学红看来,影响5月份销量变化的因素主要有两点:其一,5月份市场相对平稳,但没有达到理想预期状况。“车市的销量分大小月,4月份为传统淡季,5月份是大月。”郎学红对《证券日报》记者表示,按照以往的规律,5月份销量会大于或等于全年月平均销量。

其二,五一小长假部分替代了春节假期,人们返乡出行,进而影响了进店量和成交量。节后由于个别地区疫情反复、部分地区农忙等,导致市场需求不足,销量环比4月份基本持平。

具体来看,对于5月份的经销商运营情况,中国汽车流通协会指出,芯片短缺导致厂家实施减产计划,部分经销商表示热销车型存在供给紧张现象,车辆交付周期延长导致销量不稳,并且资金困于在途车辆,周转紧张。与此同时,原材料成本上涨,厂家促销政策有所收紧。今年5月份全国多地举办了购车节活动,但活动力度相比去年同期有所缩减。

在邱凯看来,虽然此前上海车展的举办有助于需求的释放,但转换为实际购买力还需要一定过程。

展望6月份,中国汽车流通协会



王琳/制图

判断,6月份汽车市场进入传统淡季,经销商也面临第二季度及上半年的销量冲刺,压力不减。此外,受芯片短缺带来供给不足的影响,预计经销商多以保价销售为主,价格战强度低于往年同期。

原材料短缺带动车价上涨

记者注意到,在“缺芯”、“缺钢”、“缺铜”等多项不利因素叠加下,由于厂商经销商难以全部承担,因此市场上部分新车和各级别二手车的价格在5月份出现了全面上涨,其中SUV车型涨幅更大。

根据中国汽车流通协会发布的数据显示,高档品牌二手车价格涨

幅最为明显,甚至已经“边缘化”的DS品牌价格也有所上涨。相比之下,特斯拉价格下降,一方面是因为口碑滑坡,另一方面也是电动车的局限性决定其与一线高档品牌仍有差距。

合资品牌保值率整体上涨,大众品牌涨幅最大,其中朗逸、迈腾上涨2个百分点;自主品牌方面,领克、荣威品牌涨幅较大。其中荣威全新i5轿车改款换代,二手车价格上涨;奔腾品牌与其他领先者的差距扩大,二手车市场上暂时还没有出现新款车型。

新能源车方面,5月份,纯电动车型三年车龄保值率超过40%,达到41.1%,为近期较高水平;插电混

动车型三年车龄保值率达到48.8%,较上月有所提升。具体车型来看,三年车龄的保值率排行中,进口车型价格居高不下。国产车型中,比亚迪有一定的规模优势。一年车龄保值率排行中,五菱宏光MINI EV仅次于特斯拉Model X,排名第二。

值得一提的是,此前,商务部、公安部、税务总局办公厅联合印发了《关于推进二手车交易登记跨省通办便利二手车异地交易的通知》。中国汽车流通协会信息部主任李鑫认为,这将成为促进今年二手车市场繁荣发展的具体举措之一,宏观经济和政策层面的支撑,使二手车市场充满期待。

聚焦三孩政策

三孩政策引爆婴幼儿产业 陕西羊奶粉行业或迎发展良机

■本报记者 殷高峰

三孩生育政策对婴幼儿奶粉市场产生的影响,受到广泛关注。

红星美羚董事长王宝印在接受《证券日报》记者采访时表示,三孩政策出台有望促进新生儿数量的增长,“婴幼儿配方奶粉作为婴幼儿的刚需产品,其消费需求也有望得到拉动,这对整个行业都是利好。”

“三孩政策对陕西羊乳企业来说是一个利好消息,羊乳婴幼儿配方奶粉将会有非常大的市场机遇。”陕西乳品安全生产协会秘书长王伟民在接受《证券日报》记者采访时表示。

陕西羊乳行业迎发展机遇

国家卫健委有关负责人日前表示,十八大以来,单独两孩、全面两孩政策取得明显成效。从第七次全国人口普查数据看,目前0岁-14岁少儿人口占比从2010年的16.6%提高到2020年的17.95%。近年来,由于政策调整,全国累计出生二孩1000多万人。出生人口中,二孩占比由2013年的30%左右上升到近年

来的50%左右。

“羊奶粉市场目前正处于整体品类的上升期,随着一些规模型企业不断进行市场教育,越来越多的消费者开始对羊奶粉有所认知,所以羊奶粉市场整体方向是向好的。”上海睿农咨询高级合伙人赵恒在接受《证券日报》采访时表示。

“目前羊奶发展还处于初级阶段,在全国乳品行业里面的销售额仅占到4%,还有很大的发展空间。”王伟民说。

王宝印认为,如果加强消费者教育,扩充奶源,持续提升饲养水平,提升生产工艺,强化营销力度和渠道覆盖度,羊奶规模一定会成倍增长。

陕西省是国内羊奶粉的主要生产地,“陕西省羊乳加工企业有34家,其中有20家企业具有婴幼儿配方乳粉生产许可证,在全国排名第二,每年可生产3万吨-5万吨婴幼儿配方羊奶粉。”王伟民表示,三孩政策落地后,每年需要婴幼儿配方羊奶粉的消费者肯定会大幅增加,这对于推动陕西省千亿羊乳产业的发展具有十分重要的意义。

2018年,陕西省作出“培育千亿

元级奶山羊全产业链”的决策部署,提出用8年时间,实现千亿元级奶山羊全产业链培育目标。

“陕西省羊乳产业的综合产值已经达到355亿元,每年可生产羊奶粉13万吨,这次国家出台三孩政策,对陕西省羊乳行业来说肯定是一个机遇。”王伟民表示,目前陕西省羊乳加工能力很大,产能可达100万吨,但由于市场原因,实际产量只有十几万吨,“目前加工能力过剩,不愁生产。若市场有需求,陕西完全可以满足。”

乳企纷纷入局羊奶行业

“从羊奶粉的未来发展走势看,我认为在存量市场中与牛奶粉的竞争还是非常重要的,羊奶粉的趋势是向好的。”赵恒称。

在5月18日举行的“富平羊奶粉 健康中国”全国巡回推介会上,与会专家一致认为,羊奶中不含牛奶中所含的A1-β酪蛋白,是更好的婴幼儿配方奶粉原料。婴幼儿配方奶粉的竞争更趋向于差异化的竞争,A2奶粉、有机奶粉、羊奶粉等成为各大乳品企业的重点发力点。

A2奶粉为例,随着消费者对A2乳制品的优势产生越来越多的认知,伊利、蒙牛、飞鹤、君乐宝等纷纷杀入这一细分领域。

先行战略差异化经营合伙人、北京先行营销咨询有限公司总经理王力伟对羊奶粉产业的未来发展表示看好。他认为,羊奶粉品类认知已建立,又有大量未被开发的潜能,羊奶的市场规模还能翻倍,有望占据婴幼儿配方奶粉的半壁江山,甚至更高。

“蒙牛、伊利等大型乳企进入羊奶行业,恰好也说明了该行业备受关注,已被市场认可,充分表明羊奶未来会有良好的市场前景。”在王宝印看来,羊奶将会成为一种新型、时尚的消费品。

“但是奶山羊的养殖有一定的区域限制条件,对于上述大型乳企而言,羊奶行业的上游产业仍需要较长时间的培育和发展,才能具有一定规模。像红星美羚作为国内为数不多的专业奶山羊全产业链经营企业,将会拥有快速发展机会。”王伟民表示。

“事实上,对于陕西省羊奶粉企业来讲,最大的挑战或许是进口羊

奶粉。”王伟民表示,以前有“世界羊奶看中国,中国羊奶看陕西”的说法,市场上10罐羊奶粉就有5罐是陕西的,但是随着进口羊奶粉品牌进入国内市场,给陕西羊乳企业造成了很大压力。“面对这种局面,陕西羊乳企业首先要改变观念,解放思想,放下身段,勇于创新,虚心学习。同时,要加强行业内部的团结,加强与舆论宣传,争取在羊奶粉市场发出自己的声音。”

作为国内最早生产羊奶粉的企业,红星美羚目前正在IPO排队,“上市后我们可以借助资本的力量,补短板、强链条,通过上市提升品牌价值,加大品牌推广宣传,同时公司积极响应陕西千亿元级奶山羊产业的规划,进行产业资源整合,不排除并购重组的机会,寻求快速发展。”王宝印表示,红星美羚是国内首家打出羊字品牌、做羊奶粉的企业,发展多年,已经打造了集饲草种植、奶山羊生态养殖、良种繁育、研发生产、销售服务为一体的全产业链。“三孩政策下,乳品市场面临新机遇。羊奶面临广阔蓝海,好奶粉最终也将会以品质赢得市场。”

三孩概念股站上风口 贝泰妮沃森生物等滇企受投资者关注

■本报记者 赵学毅

三孩政策近期引发广泛关注,相关上市公司也纷纷被投资者问询。据同花顺数据统计,三孩政策出台后,相关概念股数量由67只增至73只,母婴概念企业表现活跃。业内专家认为,三孩生育政策的出台或有利于婴幼儿用品、教育等行业的发展。

在云南上市公司板块中,被纳入三孩概念股的股票包括婴幼儿护理用品股——贝泰妮、婴幼儿免疫防护疫苗股——沃森生物、学区房概念股——我爱我家、美好置业和*ST云城等。

IPG中国区首席经济学家柏文喜对《证券日报》记者表示,三孩政策的影响是多方面的,多领域或蕴含商机,但也要经历大浪淘沙、适者生存的过程。

《证券日报》记者注意到,已经有投资者在互动平台上就婴幼儿护

理及疫苗免疫防护相关情况向贝泰妮、沃森生物等发出提问。此外,柏文喜表示,三孩政策从逻辑上是利好地产行业的,因为中国人有给孩子置业的习惯,多一个孩子,就有可能多一套房子的需求,由此涉及到的房地产企业是非常广泛的。

“养娃”配套板块受关注

对于实施三孩政策还需要哪些配套措施,国家卫生健康委相关负责人日前表示,要将婚嫁、生育、养育、教育一体化考虑。也因此,相关产业受到市场关注。

据艾瑞咨询发布的《2021年母婴市场消费报告》显示,随着90后开始步入而立之年,以90后为首的新一代母婴消费人群已经进入迭代期。新生代父母更加崇尚“高品质养娃”,养娃产品的丰富以及对安全、质量的追求成为趋势,由此带动

了婴幼儿护理产业的发展。

6月2日,有投资者在互动平台上向贝泰妮提问称:“贵公司的婴幼儿护肤品目前的市场份额如何?这个细分市场竞争如何?贵公司是否处于领先地位?”对此,公司董秘王龙回复称,“WINONA Baby”是针对婴幼儿脆弱肌及对应皮肤问题创建的婴幼儿专业护理功效性品牌,配有专门的品牌打造团队,品牌成长值得期待。”

事实上,贝泰妮早就敏锐地发觉了市场需求:“婴幼儿洗护行业消费升级趋势明显,尤其是随着90后、95后女性成为主要孕龄人群,越来越多高学历妈妈加入带娃梯队,追求专业与高品质的‘优育优养’。婴幼儿洗护消费也向专业功效和精细化转型,带动行业向高端化升级。”

2020年8月份,贝泰妮开始逐步丰富婴幼儿养护品牌“薇诺娜宝贝”,彼时推出的“舒润滋养霜”,专门针对宝宝最易复发的湿疹,富含

多种植物精华成分,测试表明对湿疹、干有明显缓解效果。此外,“薇诺娜宝贝”还为宝宝皮肤在不同阶段进行针对性护理,现有产品包含0岁-2岁产品线:特安系列按摩油、湿巾等;2岁-12岁产品线:倍润洗擦洗发露、沐浴液等。

“精细化”提升婴儿疫苗普及率

随着三孩政策的推出,针对未来可能提升的生育率,必要的疫苗接种也是精细化“育儿经”需要考虑的重要部分。除国家免疫计划要求必须在儿童7周岁之前完成注射的一类疫苗外,还包含需自费的二类疫苗,沃森生物则涉及其中多款重要疫苗。

有业内人士分析,三孩政策的推出对疫苗行业或许不是直接的影响,但从长远来看,疫苗普及率的提升,也意味着疫苗企业成长空间的提升。目前,国家对婴幼儿健康防

护的重视,也体现在对免疫计划内部分疫苗采购价格的提升。

沃森生物介绍称,“公司目前已上市的疫苗产品绝大部分用于婴幼儿接种(具体接种年龄段根据每个疫苗的不同而有所差异),另有一部分用于成人接种,如部分23价肺炎多糖疫苗,但成人接种目前占比不大。”就沃森生物现有产品而言,除适用于6周龄-5周岁的重磅疫苗——国内首个13价肺炎结合疫苗外,还有多款婴幼儿适用疫苗。

用“中国制造”疫苗为“健康中国”贡献力量,正如沃森生物副董事长黄镇对《证券日报》记者所言:“沃森生物及疫苗同行在做的,是关于人类健康的事业,我们希望能为中国乃至全世界的儿童撑起健康免疫‘保护伞’。”但公司并未强调“三孩政策”与产品的联系,婴幼儿疫苗的研发与生产只是沃森生物正常的经营状态,该政策对公司的影响尚不确定。

利洁时出售美赞臣中国 春华资本22亿美元接盘

■本报记者 许洁

伴随着利洁时集团(以下简称“利洁时”)与春华资本集团(以下简称“春华资本”)签订交易协议,业内关注许久的美赞臣大中华区业务出售一事,终于尘埃落地。

6月5日,利洁时与春华资本签订交易协议,以22亿美元将大中华区(包括中国大陆、中国香港和中国台湾地区,简称“美赞臣中国”)的婴幼儿配方奶粉及营养品业务出售给春华资本。交易完成后,利洁时将保留8%的股份,并预计得到13亿美元的现金收入。

值得一提的是,2017年2月份,利洁时以179亿美元的价格收购了美赞臣全球业务,4年时间过去了,其为何要卖掉大中华区的业务?春华资本集团接盘后,对美赞臣中国未来的发展会有什么影响?

春华资本22亿美元接盘

据《证券日报》记者了解,早在今年2月份,利洁时就宣布对大中华区婴幼儿营养品业务进行全面的战略性评估。此后,坊间有关伊利、君乐宝、新希望集团、飞鹤等有意购买美赞臣中国业务的传闻不断。如今,伴随着利洁时出售公告的发布,该业务的归属终于清晰。

对于接盘者春华资本,业内并不陌生。作为春华资本的创始人,胡祖六可谓投资届大咖,其掌舵的春华资本专注于消费零售、技术、医疗保健和金融服务业领域。目前,春华资本的投资组合中包括众多行业龙头,比如阿里巴巴、蚂蚁集团、字节跳动、滴滴、君乐宝、快手、老百姓大药房、小鹏汽车、百盛餐饮集团等。

虽然春华资本之前涉足过乳业,持有君乐宝10%的股权,但此次以22亿美元将美赞臣中国收入旗下,斥巨资来做婴幼儿营养品业务,对于春华资本而言可谓大动作。

利洁时发布的公告显示,此次交易将大中华区婴幼儿营养品业务整体出售,包括位于荷兰奈梅亨和中国广州的生产设施。另外,本次交易包括在大中华区使用美赞臣以及蓝臻、铂睿、安儿宝品牌的没有许可费的永久独占许可。交易完成后,利洁时将保留在全球保有美赞臣蓝臻、铂睿、安儿宝品牌,并在大中华区以外的其他国家或地区继续经营这些品牌。

利洁时表示,该交易仍须完成与荷兰当地工会的法定协商程序,利洁时即将启动有关协商程序,也将就此交易与其他相关工会进行接触。交易有望在2021年下半年完成交割。

对于此次收购,春华资本集团创始人及董事长胡祖六表示:“我们期待与利洁时保持紧密合作关系,继续发扬美赞臣的品牌传承和品牌力量。我们拥有相当丰富的在华投资经验,以及丰富的本土资源网络,这些优势均能为业务下一阶段的发展提供有力支撑。”

新东家能否助力美赞臣中国更好发展

截至2020年12月份,利洁时全球婴幼儿营养品业务净资产总额为88亿英镑。

对于利洁时将美赞臣中国卖给春华资本,利洁时CEO拉什曼·纳拉辛汉(Laxman Narasimhan)表示:“这项交易标志着利洁时在实施重振可持续增长和创造长期价值的战略上又迈出了坚实的一步。作为这个过程的重要环节,我们正在积极果断地调整投资组合。”

在拉什曼·纳拉辛汉看来,上述交易完成后,美赞臣的营养品业务将迎来更好更持续的增长和利润表现。公司将继续在北美、拉美、东南亚保持市场领导地位,继续拥有包括维生素、矿物质和营养补充剂以及成人营养品在内的强大产品组合。同时,公司将努力整合品牌优势和科研创新方面的投资积累,以及在电子商务和提升效率方面的宝贵经验,为未来的成长奠定坚实的基础。

那么,美赞臣中国业务脱离利洁时后,在新东家的运作下,公司未来是否会迎来新的发展呢?

对此,乳业专家宋亮对《证券日报》记者表示,美赞臣在中国有很好的品牌效应,特别是在一线、二线市场,美赞臣的中国研发中心有很好的研发实力,春华资本收购后,对美赞臣中国业务肯定是利好。首先,春华资本会持续投入美赞臣,用于产品研发、品牌建设和市场拓展;其次,美赞臣中国与君乐宝可以发挥协同效应,有效进入三线、四线市场;第三,将大大提升管理团队因地制宜自主开发市场的效率,改善品类结构,灵活拓展渠道。

宋亮认为,在价高者得的规则下,利洁时将美赞臣中国业务卖给春华资本,而春华资本收购美赞臣以后,美赞臣中国的业务管理和经营依然是由美赞臣中国团队独立执行,公司CEO可能会有所变动,但其他不会变。

另一个关注点是,春华资本此次收购后,美赞臣与君乐宝之间是否会擦出火花?

对此,宋亮表示,美赞臣有可能会和君乐宝做进一步整合,因为从资本角度来看,收购美赞臣后,要么是包装后再卖给其他企业,要么就是通过上市进行退出,第二种可能性比较大,就是跟君乐宝进行整合上市。

不过,在香颂资本执行董事沈萌看来,春华资本作为投资基金,不会长期持有,未来不排除会将该部分资产上市或卖给其他企业。而君乐宝目前仍属区域性品牌,想吃掉美赞臣恐怕还有点难。并且,此次收购并没有携同君乐宝,也说明未来和君乐宝整合并不是唯一选择。

事实上,目前在存量竞争格局下,中国奶粉市场竞争非常激烈。“奶粉市场集中度会进一步提升,一二线和三四线市场进一步统一,国产和进口的界限不再明显,未来市场仍将是龙头企业之间的强强并购、强强竞争。”宋亮如此表示。