董事长面对面

山东赫达董事长毕于东:

练好内功招才引智 做全球的“赫达”

本报记者 王 僖

春节前夕,亚洲纤维素醚龙头企业山东赫达传来喜讯:公司今年1月份纤维素醚、植物胶囊单月销量双创历史新高。经历了一段时间的行业环境震荡与竞争格局巨变,持续一体化扩张的山东赫达将以何种姿态与战略迎接此轮行业景气度回升?近日,《证券日报》记者实地探访山东赫达并对公司董事长毕于东进行了专访。

来到山东赫达在淄博周村的主厂区,记者看到,所有员工、车辆都会严格按照地面指示标志、规划线路区域行进,无人越线。“这是一个国际化公司应有的规矩,想做一家国际化企业,必须要达到国际化的标准。”小声提醒参观厂区的注意事项后,毕于东对《证券日报》记者说起了他的理念。

图①山东赫达产线智能中控室 图②山东赫达位于山东淄博周村的主厂区
图③植物胶囊 王 僖/摄

一体化扩张难免历经阵痛

大学一毕业就进入父亲毕心德创办的公司;三十而立之际接过公司的总经理之职,后协助推动山东赫达于2016年成功上市;即将不惑之年正式执掌“帅印”,并稳健带领公司驶过三年疫情与行业扩产周期共同激荡的浪潮。毕于东并不很在意身上“二代”的标签,因为他更看重的是接过“父辈的旗帜”后,在如今的市场环境中,如何审时度势、全球引智,进一步锻造全球的“赫达”。

尽管掌舵公司三年多来持续推行一体化扩张,为深耕纤维素醚20多年的山东赫达带来了优异且确定性极强的成长性,但2023年,对于毕于东和山东赫达以及整个纤维素醚行业来说,仍是经历“阵痛”的一年。

海内外经济复苏不及预期、房地产市场下行、海外客户去库存、行业无序扩张等“短痛”“长痛”齐至,让山东赫达在2023年上半年的业绩一度下滑至近三年低点。好在从2023年三季度开始,行业景气度逐步回升,可那些萦绕在公司发展过程中的“痛”,也是山东赫达迈向全球纤维素醚龙头过程中,不得不正视的问题。

对于如何破解公司发展痛点,毕于东在接受《证券日报》记者专访时坦言,确实心里会有点急,但更应拿出“风物长宜放眼量”的态度来应对。

例如,公司主营业务中占营收大头的建材级纤维素醚,在国内房地产市场调整的背景下,加上过去几年行业无序产能扩张,出现了供需错配、产能过剩。

但在毕于东看来,这个问题是暂时的,也有发展规律可循。“从宏观面上看,纤维素醚是一种长盛不衰的新材料,其下游应用范围广泛,这个行业不会被代替,如今还是欣欣向荣之态。”

公司2023年三季报显示,由于海外基础建设和建筑行业需求比较稳定,公司纤维素醚在2023年三季度的出口表现有所改善。此外,近年来,多地陆续出台相关政策,推进城镇老旧小区改造工作,在此背景下,山东赫达建材级纤维素产品有望受益。毕于东表示,存量市场下,旧房更新、二次装修等也依旧会支撑建材级纤维素醚的市场空间。

还有一个“痛点”则是公司此前基于行业政策和发展前景判断,下大成本投建的环保装置,近年来无形中增加了不少管理成本。

记者实探山东赫达周村主厂区时看到,公司所有污水、废气等先进环保设备,均在正常高效运行。据介绍,山东赫达2023年实现产能逐步释放的高青一期项目,也配备了同样完善的环保装备。

“短期看它提高了公司的管理成本,但长期看其始终会是公司产品的核心竞争力之一。”毕于东说。此外,在环保政策逐步趋严的背景下,山东赫达作为国内环保投入最大、治理最规范的行业龙头也有望受益。

全球引智加速迈向国际化

“行业产能扩张的首要原则,还是要看需求,以及如何去匹配这种需求,最关键的还是自己要有真正领先的核心竞争力。”在毕于东看来,纤维素醚行业的发展方向并不会被短期扰动所改变,还是要往高附加值领域升级和扩张,应用场景宽广的医药食品级纤维素醚增长潜力巨大,也是与国际巨头博弈的领域。

因此,公司立志锻造“全球的赫达”,眼下的“难”反而是更具挑战的机遇,而要抓住这个机遇,还是要继续“练好内功”。

“练好内功无非就是要继续加大研发投入,建设好资源渠道,这就相当于在战场上准备好上阵冲锋的‘子弹’。”毕于东说。

以山东赫达“十年磨一剑”的植物胶囊业务为例,2014年公司成立子公司赫尔希胶囊,以自产医药食品级纤维素醚作为原材料生产植物胶囊,凭借一体化产业链优势,在不到10年的时间里,成功与瑞士龙沙、韩国苏恒、印度ACG等海外对手比肩。

对于植物胶囊业务来说,在2023年同样也经历了海外胶囊去库存的艰难时刻,但目前行业已经回归常态化,植物胶囊需求逐步回升。期间,山东赫达也时刻不忘储备“子弹”:升级智慧产线、加大研发攻克技术难关、铺开海外销售渠道等,另外,公司价格更高的二代植物胶囊也已经通过验证,开始批量销售。

“我认为,拥有能‘造子弹’和‘打子弹’的人同样至关重要。”毕于东如是说。

从升任公司总经理时,毕于东就开始注重招揽优秀的管理人员、研发技术人员、销售人员等,正式掌舵公司后,更是放眼全球招募优秀人员。毕于东向记者透露,其新近从法国招聘的一位专家人才正在办理入职手续。

“难者不会,会者不难。”毕于东笑言,对于公司还没有攻克的技术难关、销售领域、销售区域来说,也许有了一个会造、会打“子弹”的人后,能很快闯出一片新天地,因此必须不拘一格降人才,放眼全球引才引智。

练好内功“静待花开”

在采访交流中,毕于东身上展现出一种松弛感,对于公司很多业务的未来走向,他相信,在积极“练好内功”的同时,可以“让子弹飞一会儿”,然后“静待花开”。

“目前,植物胶囊在英、美等发达国家已经比较成熟,使用植物胶囊的制剂品种占据了相当的市场份额。”毕于东说,相比来看,我国保健品的人均消费额还有较大的提升空间。保健品行业是目前植物胶囊的主要下游行业,其市场规模的扩张将有效推动植物胶囊行业的需求增长。

除了保健品行业,放眼未来,随着技术水平不断提高,尤其对植物胶囊溶出度的改善,以及国内对于药品包装材料相关政策逐步完善,植物胶囊还有望在医药产品领域,特别是在对胶囊吸湿性要求较高的中医药行业打开市场空间。

“从国内市场的渗透率提升等方面看,我们非常看好植物胶囊行业的未来前景。”毕于东说。

另外,植物胶囊在生物制药、中药提取、粉剂中草药包装等领域,也具有明显优势。在毕于东看来,随着技术的进步和产业政策的发展,目前行业面临的问题都会逐步得到解决。

同样“静待花开”的业务还有植物肉。由于食品级纤维素醚是植物肉的关键辅料,有着天然原料优势的山东赫达,也在2020年与高起在上海共同投资设立参股公司米特加(上海)食品科技有限公司,进军植物肉市场。

我国植物肉市场尚处于蓝海阶段,竞争格局较为分散,随着市场逐渐成熟,或将重塑竞争格局。其中,植物肉的研究发展速度较快,已经进入商业化生产阶段。截至2023年底,米特加1万吨植物肉产能已完成设备调试,投入生产。

凭借原料优势,山东赫达有望赚足植物肉产业链差价,并在同类产品中拥有更强的竞争力。

在山东赫达的公司食堂,可以品尝到米特加推出的小酥肉、鸡米花、鱿鱼圈等植物肉产品,从外形、口感、口味上已很接近同款的肉类产品。毕于东还向记者介绍了公司最新研制的植物肉蟹黄面产品,无论是外观还是口感都非常接近真蟹黄,深受消费者喜爱。

毕于东也期待,未来成长空间巨大的植物肉业务能为公司的未来发展开启第二成长曲线。“我们提前布局,也希望能多点开花,香飘全球!梦想是一定要有的,相信也一定会实现。”

医药行业并购重组迎来活跃期

张 敏

医药行业并购重组在今年一季度持续升温。

从并购主体来看,涉及多家企业,呈现出鲜明特点,行业并购重组正全面启动。

其一,医药央企并购重组提速。近日,国药集团、中国通用集团以及华润集团纷纷公布新动作。其中,华润旗下华润双鹤宣布拟斥资31.15亿元收购控股股东北药集团持有的华润紫竹100%股权;国药集团拟以154.5亿港元私有化中国中药;重药控股对外宣布,中国通用技术集团拟与重化医药开展重庆医药的战略整合,而重庆医药为上市公司重医控股的控股股东。

其二,民营龙头药企加速并购、进行创新业务布局。1月28日,国产医疗器械龙头迈瑞医疗称,拟斥资66.5亿元收购科创板上市公司惠泰医疗控制权,由此进入心血管赛道。

其三,跨国药企并购中国生物科技公司。随着我国生物技术的持续进步,跨国药企也开始在中国创新药企以及优质研发管线中“淘金”。2月22日,亘喜生物宣布,阿斯利康完成了对公司的收购,这也是首个中国生物技术公司被跨国药企完整收购的案例。此外,1月5日,诺华制药又宣布收购信瑞诺医药,以进一步加强在肾病领域的布局。

并购重组是优化资源配置和推动产业整合的有效手段。医药行业短期内并购案例增多,背后是多方面因素内外交织、共同推动。

从政策层面来看,近年来,并购重组的利好政策频出。例如,随着新一轮国企改革深化提升行动持续推进,支持国央企专业化、产业化重组整合的政策陆续推出。国务院国资委印发《关于优化中央企业资产评估管理有关事项的通知》,旨在推动中央企业布局优化和结构调整。在近日召开的国新办新闻发布会上提到,今年国资国企的重点工作方向之一是着力深化国资国企改革,其中提及稳步实施战略性重组和专业化整合。

从资本市场方面来看,近年来,证监会持续推动并购重组市场化改革,有效激发市场活力。2月5日,证监会上市司召开支持上市公司并购重组座谈会,就进一步优化并购重组监管机制、大力支持上市公司通过并购重组提升投资价值征求意见。未来,上市公司并购重组的活力有望进一步被激发。

从行业层面来看,一方面,在经历了资本过热之后,生物医药企业的估值整体回调,逐步回归合理区间;另一方面,部分创新药企资金链承压,并购重组可让这类企业实现资金输血,与此同时,部分拥有较强资金实力的龙头企业试图通过并购重组扩充产品管线、提升技术实力,以实现业绩的稳定增长。

不过,在当下的市场环境中,医药行业并购对标的资产有着更严苛的标准和条件。梳理已有案例,有两类企业会获得资本的青睐:一类是拥有成熟产品体系、稳定盈利能力的企业;一类是拥有差异化产品管线、较强产品研发实力、良好产品商业化前景的企业。

笔者认为,在行业并购重组逐步活跃之际,企业进行并购重组要重视资源优化整合和产业协同,深度调研标的资产质量,提升重组交易质量,避免盲目交易,如此才能真正提升企业发展潜力,实现做优做强的目标。

微观公司

美克生能源董事长魏琼:

坚持科技产业化 “卷”技术确保竞争优势

本报记者 李春莲

2023年,储能行业经历了从野蛮生长到产能过剩,成为最“内卷”的赛道之一。

即便如此,进入2024年,储能行业扩产仍在继续。据中国储能网不完全统计,1月份,储能产业链签约、开工的扩产项目共26个,容量规模超121GWh,总投资近400亿元。

“内卷”之下,企业提高竞争力迫在眉睫。

近日,美克生能源董事长魏琼在接受《证券日报》记者采访时表示,中国制造业非常“卷”。但“卷”并不一定是坏事,我国现在的光伏和风电可以做到全球领先位置,某种程度上来说也是“卷”出来的,因为企业在“卷”的过程中都铆足了劲去降成本、提质量。

据了解,美克生能源是面向新型电力系统的分布式绿色能源聚合服务商,深耕储能安全及数字能源等硬科技领域及其相关产业化技术,拥有300余项国内外专利,为构建新型电力系统提供关键技术支撑服务。

“在以新能源为主的新型电力系统中,储能是一个非常核心的载体。而美克生在最开始创业的时候就锚定了解决储能安全问题,主要针对预诊断,也就是提前发现电信级的故障。”魏琼表示,公司会给大型储能电站提供安全系统服务,保证储能可以在安全状态下运作。公司也可以提供运维服务,通过减缓储能的衰减以保证其经济价值。

“卷”技术才是王道

储能发展如火如荼,但由于资本一拥而入,行业也出现了产能过剩以及价格战等问题。而“内卷”的必然结果就是优胜劣汰,业内多认为,储能行业将在2024年出现洗牌。

对此,魏琼表示,在适度“卷”的过程中,可以看到优质的企业跑出来,劣质的企业可能被淘汰,最后还是回归到商业本质和产品本身。哪家企业在技术上做到领先,在降本增效上做到极致,就会体现出优势。

魏琼认为:“与其说美克生是一家储能公司,不如说是一家新型电力系统能源供应公司。储能只是公司整个产业链当中的一环。公司核心技术是围绕储能安全和寿命问题展开的,我们的商业模式是提供光伏和储能等一系列新能源服务,通过最优能源配置为企业提供面向新型电力系统所需的服务。总体来说,储能价格战对公司而言影响不是非常大。”

这也得益于美克生能源一直以来在科研上下功夫。

魏琼表示:“作为一家科技企业,我们的科技基因来自高校,从高校出来的专利非常书本化,因此在我们走向市场化的时候做了很多努力,包括和国企合作以及在不同领域去反复试验自己的产品,以得到更好的一个结论。”

在此过程中,美克生能源在创业前三年处于亏损状态,近三年才开始逐渐盈利。不过,魏琼认为,公司产品和技术在此过程中得到极大提升。一家科技企业熬过亏损是必经的过程。当看到产业机会的时候,一定是可以盈利的。优质的企业应该是洞察机遇,在产业化过程中创造并产生价值,自身也必然会产生利润。

她进一步表示,通过数字化技术为企业提供高质量低成本的绿色电力服务,是美克生能源的核心竞争力。

发力工商业储能赛道

在储能赛道的细分领域,工商业储能在去年以来出现井喷式增长。从装机容量看,仅2023年1月份至6月份,我国新增工商业储能装机容量就达到2826.7千瓦时,同比增长1231%。

而对于美克生能源来说,在工商业储能领域也成绩斐然。

据了解,截至2023年底,美克生能源已经走进30余个城市,赋能29个行业,签约500+MWh工商业储能项目,月滚动交付100+MWh。

魏琼表示:“2023年是工商业储能元年,公司也锚定这个方向进行了深入的产业化,并取得了非常好的成果。我们不‘卷’价格,主要是‘卷’技术。”

在技术支撑下,美克生能源也不断获得资本青睐。日前,美克生能源宣布完成数亿元D轮融资,这是这家成立6年的企业在近三年内完成的第六轮融资。

魏琼表示:“此次获得了国家级大基金的融资,让我们更加有信心去走好科技产业化这条路。我们会进一步聚焦主营业务,不断把工商业储能赛道夯实。”

在魏琼看来,一家科技企业想要持续保持领先,第一是坚持科研。科研的深度要不断挖掘,只有挖得足够深,自己的“城墙”才会足够高;第二是要坚持服务优质企业;第三是服务产业。美克生能源希望通过自身的技术,把整个产业链的上下游都服务好。一家好的科技公司,要能带动整个产业的进步。

高管访谈

多个外资奶粉品牌中国市场业绩齐增

本报记者 谢 岚 见习记者 梁傲男

近期,菲仕兰、a2、达能、雀巢等企业发布的2023年财报显示,其中国市场业绩齐增。

对此,中国农垦乳业联盟专家组组长宋亮对《证券日报》记者表示,外资奶粉品牌在中国市场业绩增长得益于几个方面:一是全家营养业务(孕产妇、中老年及儿童奶粉业务)精准发力;二是主打控货稳价,维护了良好的品牌形象,消费者对品牌认可度持续提升。

具体来看,2月22日,达能发布的2023年业绩报告显示,公司去年实现销售收入276.19亿欧元,同比增长7.0%。其中,中国、北亚及大洋洲地区销售收入34.96亿欧元,同比增长10.1%。四季度,中国市场婴幼儿营养品和医学营养品均保持了增长势头。

同日,雀巢发布的2023年业绩报告显示,雀巢大中华大区的净销售额约为436亿元,同比增长4.2%。其中食品饮料业务有机增长率4.2%,包含销量贡献率2.5%,定价贡献率1.7%。受母乳低聚糖配方(HMOs)及特殊营养配方等高端婴配粉产品拉动,婴幼儿营养业务实现正增长。

2月20日,菲仕兰发布的2023年财报显示,其专业营养品业务集团2023年收入同比增长8.9%至11.55亿欧元,营业利润同比增长3.5%至2.07亿欧元。菲仕兰表示,由于皇家美素佳儿品牌产品在中国超高端市场实现增长,带动了整个专业营养品业务集团收入和利润双双提高。

2月19日,新西兰a2牛奶公司发布的2024财年上半年财报(截至2023年12月31日)显示,中国和其他亚洲地区营收同比增长16.5%至5.495亿新西兰元。中标婴幼儿配方奶粉营收同比增长10.4%至2.99亿新西兰元。

在业绩取得积极增长的同时,作为长期扎根中国的企业,上述外资奶粉品牌纷纷表示看好中国市场。

菲仕兰中国区总裁陈戈在接受《证券日报》记者采访时表示:“菲仕兰致力于在中国的长期发展,将重点关注Z世代父母、老年人群的乳制品消费新需求。”

达能中国、北亚及大洋洲总裁谢伟博也曾对《证券日报》记者表示,达能始终看好中国市场前景,期待未来“解锁”更多增长机会。

a2牛奶公司总经理兼首席执行官David Bortolussi也表示:“我们将继续执行增长战略,聚焦投资并且布局中国。”

在宋亮看来,雀巢、达能等外资品牌在技术储备和科技创新方面有明显优势,于新的赛道引领新的增长,在中国市场的业绩上涨有迹可循。随着消费信心的回升,看好中国市场的品牌将越来越多。

2023年2月份,配方奶粉“新国标”正式落地。“新国标”对婴幼儿配方奶粉的生产标准更为严格,对企业的资金成本和时间成本也有更高的要求。海通国际研报曾预计,无法通过“新国标”的厂商约占中国市场份额的10%至15%。市场整合洗牌加速,行业集中度逐步提升。

据《证券日报》记者梳理,目前,菲仕兰旗下皇家美素佳儿和美素佳儿源悦通过奶粉“新国标”注册;达能对爱他美等11个系列完成了二次注册;雀巢旗下的惠氏产品全线通过“新国标”;美赞臣、雅培、a2等品牌旗下主力产品也已基本完成相应注册。

在此前的2023年第三季度业绩会上,达能首席财务官Juergen Esser曾表示,目前中国市场正处于新旧国标产品过渡期,因此将重点放在保持对库存和价格水平的管理上。

“‘新国标’非常与时俱进,结合政策端、产业端以及消费端来看,消费者是奶粉‘新国标’的最大得益者。”广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬对《证券日报》记者表示,当前,外资奶粉品牌整体处于上升趋势,中资、外资奶粉品牌齐头并进。