

雅士利或将被私有化 蒙牛为圆三个“百亿元梦”提前布局？

■中国城市报记者 张亚欣

昔日奶粉明星企业雅士利国际或将被蒙牛私有化。

近日，在港上市的雅士利国际开盘即大涨，盘中最高涨幅达106.5%，随即发布停牌公告。不久后，雅士利发布公告指出，蒙牛正就雅士利的股权及若干其他业务权益进行讨论，或会导致多项潜在交易，包括蒙牛向雅士利提出潜在附前提条件私有化要约。

在业内看来，雅士利大概率会被蒙牛私有化。届时，国内奶粉市场或将迎来行业洗牌，而蒙牛距离“百亿元梦”还有多远？

雅士利业绩长期疲软

昔日明星奶粉雅士利也有过高光时刻。雅士利成立于1983年，一直深耕奶粉市场。2010年11月1日，雅士利国际在香港联交所主板挂牌上市。

2013年11月20日，雅士利的股价达到了巅峰时刻，最高5.54港元。此后，雅士利的

股价一蹶不振，堪称“跌跌不休”，萎靡至今，其中在2019年跌破1港元，直到日前这次1天内超100%的异常暴涨。

回溯雅士利的发展进程，可以发现，早在2013年，蒙牛和雅士利就已有过股份交集。当时，蒙牛宣布发出全面收购要约收购雅士利全部发行股票，而当时雅士利全部已发行股本估值约为124.57亿港元，这笔百亿港元交易在当时也是中国乳业史上最大规模并购。交易完成之后，蒙牛顺理成为雅士利第一大股东。次年，为推动雅士利国际化发展，蒙牛引入达能系，达能参与雅士利定向增发，以近43.9亿港元拿下雅士利25%股权，成为雅士利第二大股东，蒙牛依然为第一大股东，持股51%。

然而，被蒙牛收购的近十年间，雅士利的发展却一直徘徊不前，甚至可以说低迷。通过观察雅士利近几年的营收、净利润等财务数据情况，可以看到雅士利在经营业绩上已疲惫尽显。

记者梳理雅士利财报发现，2013年—2016年，雅士利

营收分别为38.55亿元、28.16亿元、27.62亿元、22.03亿元。2017年业绩虽有所回升，但业绩增速较为缓慢。2022年1月18日，雅士利发布了盈利预警，2021年雅士利净利润同比增长10%—20%。但由于旗下多美滋经营状况未达预期，在对多美滋进行不超3亿元的一次性减值拨备后，2021年雅士利预计亏损不超1.89亿元。

此外，另有数据显示，雅士利其堪称主场的奶粉行业的地位也不再辉煌，2006年—2013年，在国内奶粉行业销售榜单上，雅士利排在第六至第七的位置上；2016年下降至行业第八位，而如今在行业前十榜单上已找不到雅士利的身影。

“雅士利本身的体量并不是太大，利润也有限。”中国食品产业分析师朱丹蓬称，在近年来的市场竞争中，雅士利并没在品牌打造、渠道拓展、消费人群培养等方面投入过多资源。

此外，奶粉行业资深从业者王志军在接受中国城市报记者采访时坦言，从外部环境看，

市场集中度提升以后，奶粉头部企业越来越强，留给雅士利的机会就相对越来越少。同时，人口出生率下降造成整个市场容量的萎缩，也会对其发展产生影响；从雅士利内部看，其销售管理层不断变更，没有稳定的管理层，就更谈不上建立良好的激励机制，这也是制约其发展的一大因素之一。

私有化或是较好退市方式

蒙牛当初收购雅士利的目的无外乎加速布局其奶粉业务。2013年斥资百亿港元收购雅士利；2014年引达能入局，推动雅士利的国际化发展；2019年底花费15亿元收购澳大利亚乳企贝拉米；以及近期网传的向菲仕兰美素佳儿发起的竞购。

业绩数据显示，蒙牛2020年全年奶粉收入为45.730亿元，主要包括来自雅士利及贝拉米的收入。根据雅士利2020年业绩，该公司全年收入达36.492亿元。其中奶粉产品实现销售收入29.756亿元，较上

年上升12.3%。雅士利奶粉收入占蒙牛奶粉业务营收的比例超50%。这意味着雅士利是蒙牛奶粉业务的重要支撑。

但同样不可否认的是，雅士利也一度成为蒙牛业绩的拖累。2016年蒙牛财报显示，由于雅士利年内亏损，公司确认商誉减值准备22.54亿元，导致公司净利润由盈转亏。

对此，王志军分析：“蒙牛斥资百亿港元收购雅士利后，可能并未带来理想收益，需要重整，再加上雅士利疲软的业绩，萎靡不振的股价，或许就是雅士利将被私有化的重要原因。”

实际上，上市公司私有化属于资本市场中一类特殊的并购操作，与其他并购操作的最大区别是其目标是令被收购上市公司除牌，由公众公司变为私人公司。简言之，就是控股股东把小股东手里的股份全部买回来，扩大已有份额，最终使这家公司退市。

在中国乳业分析师宋亮看来，现在港股上市股价不及预期，整个融资能力在大幅下降，雅士利有条件选择退市，可以很大程度发挥出企业的灵活性，不再受资本市场的管理约束。

蒙牛的“百亿元野心”

不难发现，蒙牛一直有个“奶粉梦”。

2021年3月，蒙牛2020年度业绩说明会上，蒙牛总裁卢敏放再次透露，到2025年，蒙牛的品类结构肯定会发生变化，奶酪、鲜奶、奶粉三大业务都会上到100亿元以上规模。

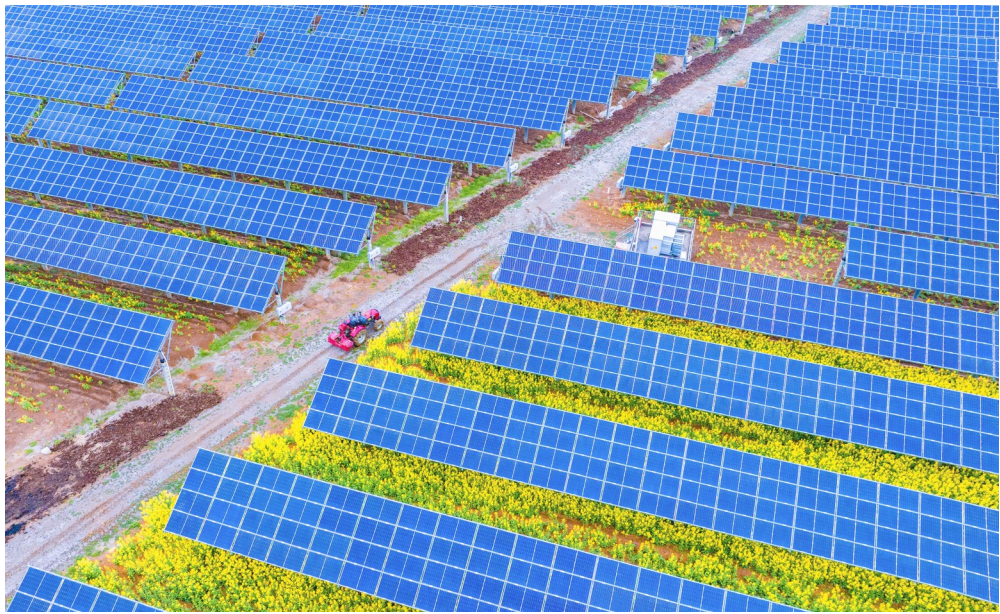
业绩数据显示，蒙牛2020年全年奶粉收入为45.730亿元，距离卢敏放口中的100亿元还差了一半都多。

反观奶粉行业其他巨头的营收情况，2020年，伊利奶粉业务营收达128亿、飞鹤年营收达185.92亿元。值得注意的是，在蒙牛启动对雅士利私有化动作之前，本月初，伊利发布公告宣布正式控股澳优52.7%股份，伊利与澳优的合作达成，意味着伊利系奶粉业务突破200亿元门槛。

那么，蒙牛究竟能否圆得了三个百亿元营收梦？

在王志军看来，雅士利一旦被蒙牛成功私有化，其实更有利于蒙牛旗下各大奶粉业务的深度协同，想实现其百亿元目标的前提则是对旗下奶粉业务进行大刀阔斧的铁腕调整。

“其实，奶粉行业集中度已很高，破局很难。”宋亮指出，对于企业来说建立起有效的激励机制、销售逻辑完整的销售逻辑计划并严格执行、加强终端产品管理能力以及进一步加强品牌塑造能力都是破局方向。



江苏泗洪：光伏基地春耕忙

3月22日，江苏省宿迁市泗洪县天岗湖乡光伏应用领跑基地春意盎然，光伏板下油菜花盛开，工作人员正驾驶拖拉机在紧张的春耕备耕。

近年来，该乡坚持“生态优先，绿色发展”的理念，充分利用滩涂和水面资源，大力发展光伏、风电产业，并成功实施“渔光互补”、“农光互补”的立体模式，在水中和滩涂光伏板下分别放养鱼虾、珍珠，种植油菜、蔬菜，实现生态效益、社会效益、经济效益的良性循环，有力地推动了乡村振兴步伐。

人民图片

携程2021年财报： 全年净营收200亿元 恢复至疫情前56%

■中国城市报记者 张阿婧

3月24日，携程集团公布了截至2021年12月31日第四季度及全年的财务业绩。

财报显示，2021年携程集团全年净营业收入为200亿元，约恢复至2019年的56%——相关数据显示，中国国内旅游总收入恢复至疫情前51%。2021年Non-GAAP归属携程集团股东的净利润为14亿元。

从全年营收来看，2021年携程四大主营业务业绩表现较

为平稳：住宿预订收入81亿元，交通票务收入69亿元，旅游度假收入11亿元，商旅管理收入13亿元。

不过财报也提到，由于疫情反复，2021年第四季度业绩表现相对全年较差，净营收为47亿元人民币，较2020年同期下降6%；归属于携程集团股东的净亏损为人民币8.34亿元，而2020年同期归属于携程集团股东的净利润为人民币10亿元。

从全年来看，2021年携程

集团仍处于亏损状态，但业绩较2020年有所好转，归属于股东的净亏损为5.5亿元，对比2020年同期亏损32亿元大幅缩窄。

携程集团联合创始人、董事局主席梁建章在电话会中表示，尽管疫情对旅游业冲击严重，但2021年全球旅游总收入依然在GDP贡献上达到3.8%的比例，其社会影响力不容小觑。在此背景下，携程也开始尝试乡村旅游等新领域。

比如，在提振目的地旅游经济上，去年3月，携程启动

乡村旅游振兴战略。数据显示，2021年携程乡村旅游订单量较2019年增长6%，其中乡村酒店订单较2019年增长32%。截至2021年年末，携程已在国内落地8座度假农庄。

携程表示，2021年已与江苏、河南、海南等国内旅游目的地合作开展整合营销，旅游人次及旅游收入均增长两位数；同时联手黑龙江、吉林、湖南等多个目的地政府发放文旅消费补贴，拉动直接旅游交易额提升近50%。