

新乳业董事长席刚:

## 致力成为中国低温乳品引领者

□本报记者 康曦

## 收购寰美乳业进军大西北

中国证券报:公司收购寰美乳业是基于什么考虑?

席刚:首先,寰美乳业核心子公司夏进乳业在宁夏占据超过50%的市场份额,拥有400多家经销商,年收入达15亿元,利润超过1亿元,在西北地区具有很强的本土品牌优势和竞争力。通过此次并购,公司将形成西南+西北的市场布局,未来在整个西部形成强大势能。同时,双方产品具有强互补性。夏进乳业在当地常温奶市场占有率超过蒙牛和伊利,但在低温奶市场的市场份额较小。2019年甘肃的低温奶增速为8%,陕西的低温奶增速为16%,宁夏拥有优质奶源地、低温奶市场有待开发。在西南西北连片之后,新乳业的“鲜战略”将纳入夏进乳业现有的产品和渠道,形成有效的互补合力。另外,乳制品行业有句话叫作“得奶源者得天下”,宁夏地处北纬38—45度,海拔高1100—1300米,是世界公认的最佳养殖带。夏进乳业不仅与当地优质牧场和园区建立了深入长期合作,还建设了万头现代化养殖牧场,这与新乳业在优质奶源上的战略布局形成了高度协同。

中国证券报:公司收购完成后预计资产负债率将达50%以上。风险是否可控?

席刚:一个企业是不是负债率越低越好?我认为不是这样。当公司能够承受和消化这种风险,同时对公司发展有利,适度比例的负债其实没有什么可担忧的。如果这个公司经营利润在不断下降,规模在不断萎缩,现金流在持续的减少甚至负流入,这个负债就值得关注。但新乳业不是后者,是前者,我们要去判断它所处的行业环境和阶段,进而决策我们如何发力。从整个新希望集团来讲,我们一直把负债当做铁指标。新希望集团38年稳健发展,其核心的本质还是财务健康。

## 并购战略下的1+N品牌整合

中国证券报:如何评价公司的并购战略?

席刚:新乳业从区域型乳企,发展为西南、华东、华中、华北地区深度布局的区域型乳企龙头,再转型为全国型乳企,其核心能力便是“并购整合”能力,即通过并购整合的独特发展路径,实行“1+N”的品牌战略,并延伸到“基础设施”与“价值体现”两个维度,通过战略统一、管理协同和文化融合等方面对新并购企业进行赋能,助力企业实现更好地发展。从2000年初开始,公司先后并购四川华西、杭州双峰、河北天香等10余家地方性乳企,到2015年公司启动第二轮大规模并购,先后完成了对苏州双喜、湖南



图为新乳业生产车间

5月6日,新乳业宣布将以17.11亿元现金收购西北乳企龙头寰美乳业100%股权,其大并购步伐再下一城。面对疫情带来的市场不确定性,新乳业此番逆势扩张引发市场关注。

日前,新乳业董事长席刚接受中国证券报记者采访时表示:“寰美乳业的核心子公司夏进乳业在西北区域经营近30年,在品牌影响力、渠道网络、上游稀缺性奶源、生产管理和财务业绩方面具有明显优势。新乳业将其收购后,使西南西北连成一片,形成优质奶源、市场布局的南北协同。对于公司区域扩张、奶源把控、规模可持续增长、全国渠道建设意义重大,今年百亿元销售目标可期。”

凝聚被并购团队的人心是第一位的,因地制宜区别对待,尽量保留原有团队。第二是营销策略和产品研发上的创新,真正为这家公司后续的营销发展、产品差异化、销售转型进行赋能和输出。第三是管理,从总部采购、质量、财务等平台进行红线管理。

对于怎样整合被投资企业品牌,我们有清晰的认知,就是多品牌联合发展。第一阶段是资源整合,满足公司整体战略性布局需要;第二阶段是产品整合。不同的公司产品完全不一样,从产品定位、产品VIS系统以及产品内在的质量和安全管理进行整合,让产品彼此有关联,像一家人并且有共同的管理标准;第三阶段是品类整合,比如用“24小时鲜奶”整合全国重点城市中中高端的鲜奶品类,用“初心”整合健康少添加甚至零添加的酸奶品类,用“活润”整合功能性酸奶;第四阶段是品牌整合,当一个品类已经完成年销量10亿、20亿甚至更大规模时,我们就可以在全国去实现品牌整合发展。这个时候消费者对于新希望乳业,已经从单纯过去的区域公司品牌认知到统一的产品认知,再到品类认知,最后到统一品牌的认知。目前公司已经成功整合“华西”“雪兰”“双峰”“白帝”“琴牌”等区域优势品牌,“南山”“三牧”品牌快速实现扭亏为盈。

## 创新转型 坚持低温战略

中国证券报:行业头部企业近期相继布局低温乳品,公司如何保持竞争力?

席刚:做消费品永远没有办法回避竞争,如果全行业主要的企业都在关注,说明大家已经预见到了低温奶市场巨大的潜力。一个好的品类需要更多的人来参与推广,才能把通道做大,而最大的动力则来自消费者。我们非常幸运在很早就确立了以“鲜战略”为品牌纲领,围绕新鲜、新潮、新科技,提

出“新鲜一代的选择”的品牌战略,着重发展低温乳制品。如何做一杯又鲜又好的奶?我觉得前、中、后端都必须做好。前端我们投资现代牧业,布局上游,从奶源把控食品安全;中端我们采用先进的生产工艺、工作流程,加上信息化的辅助,让每个流程实现精益的数字化表达;后端要做到新潮,真正的潮是引领健康生活方式。

中国证券报:公司如何应对疫情所带来的挑战?

席刚:疫情造成了两个改变,第一,全国人民更重视喝牛奶了。第二,逼着我们传统消费企业快速转型,不转不行!首先是产品上的,比如“24小时鲜奶”,从之前80度消毒,升级到75度消毒,升级后的鲜奶免疫球蛋白是普通鲜奶的10倍。“活润星球”也是这个时候推出来的。其次是渠道上,一些线下的活动停掉了,但线上直播做起来。我们要求所有总经理必须去做一次直播,卖货多少不重要,主要是对新营销新零售做深刻的理解。目前公司已经先后与盒马鲜生、饿了么、淘鲜达等新零售业态开展深度合作,与拼多多达成深度合作关系以辐射更广阔的市场,与社交电商每日一淘共同开发新产品。从传播到渠道的转型创新,疫情逼着我们走了一大步。

中国证券报:公司未来发展战略是什么?

席刚:未来10年,乳制品行业在中国市场会持续增长,产品将会越来越细分,产品结构越来越优化,并且可以预见低温产品的占比还将迎来显著的上升。新乳业会一如既往地专注乳制品以及乳制品相关产业的发展。公司将坚持以低温为主的战略不变,坚持存量平台公司的增长和外延式并购的策略不变,通过存量公司的增长和并购整合,不断把所有资源进行整合,让这个平台变得更有价值。我们希望新乳业在未来十年成为中国低温、新鲜、创新的乳品企业引领者。

## 机构普遍看好房地产行业全年业绩表现

□本报记者 王辉

沉寂已久的A股房地产板块,在本周(6月29日至7月3日)的年中时点,自低位放量拉升。从多家行业研究机构和券商机构的最新行业监测和分析观点来看,在今年上半年房地产行业龙头企业经营业绩整体显著好于预期的背景下,下半年全行业表现依然获得各方普遍看好。与此同时,综合多家买方、卖方机构的投资策略,尽管短期房地产板块整体股价已明显走高,但多数机构仍表示下半年A股地产行业的投资机会值得积极期待。

## 全年形势向好

克瑞的行业监测统计数据显示,6月份国内百强房企累计实现销售金额14516亿元,同比上升13.8%,增速较上月提升1.5个百分点;1—6月百强房企累计实现销售金额51141亿元,同比下降2.7%,但增速仍较1—5月显著回升了5.2个百分点。与此同时,该机构跟踪的40家主流房企6月份销售额同比上升15%,高于5月份的同比上升11%。

光大证券认为,得益于疫情的积压需求集中释放、房企加大推盘力度、置业情绪短期回暖等积极因素影响,当前房地产市场短期销售反弹明显。与此同时,下半年主流房企销售和营收有望延续增长,利润端积极因素正在逐步显现。该机构同时预测,2020年全年商品住宅销售金额预计将同比持平。

在行业政策环境方面,长城证券分析师陈智旭表示,上半年房地产行业尽管受到疫情的不利影响,基本面依然表现出非常强的韧性。在房地产的政策端,“房住不炒”仍是政策主基调,上半年政策面整体无惊无喜。展望下半年,考虑到疫情不确定依然存在、宏观压力较大,房地产行业政策面有望维持“稳中偏松”的基调,不会给房地产上市公司带来超预期的负面影响。

## 下半年看高一线

对于下半年A股房地产行业投资策略,华西证券分析师房地产行业首席分析师由于沛表示,上半年百强房企销售持续超预期,在流动性宽松叠加供给端放量的背景下,市场信心逐步修复,行业延续回暖态势。当前,房地产行业估值仍处低位、业绩确定性强、股息高,在宽松的货币环境下,估值有望修复,值得重点关注。

与此同时,多家买方机构对于下半年地产

板块的投资机会,也抱有积极预期。华辉创富投资总经理袁华明表示,过去几年在房地产调控背景下,房地产行业的整体销售仍然维持了正增长。加上行业集中度提升趋势,地产上市公司特别是龙头企业的业绩表现在下半年乃至未来几年仍然较有保证。特别需要指出的是,中国经济转型升级、居民消费能力提升以及城市化中长期趋势,决定了房地产行业虽然增速可能有下滑压力,但仍然有一定成长空间。目前房地产上市企业,特别是地产龙头普遍业绩确定性好、估值不高,加上有吸引力的分红水平,

目前具备较强的中长期投资价值。

私募排排网未来星基金经理夏风光分析认为,上半年市场对房企的悲观预期比较高,和实际向好的经营表现存在较大的预期差,这对于整个房地产板块,尤其是龙头房企带来了一定的交易性机会。从中期来看,今明两年的房地产行业销售情况预计仍会表现平稳,龙头房企的业绩有一定的保障。在此背景下,考虑到房地产行业总体估值一直处于低位,如果龙头房企的业绩逐步得到确认,下半年地产板块将存在估值持续修复的可能。

## 百强房企上半年拿地金额逾1.5万亿元

□本报记者 张军

机构统计显示,上半年房企拿地规模较去年同期整体持平,TOP100企业拿地总额15169.8亿元。第二阵营房企拿地积极,长三角地区仍是房企布局重点。专家预计,下半年房企拿地意愿将进一步提高,一二线城市会成为房企重点布局区域。

## 第二阵营拿地积极

中指研究院数据显示,1—6月,TOP100企业拿地总额15169.8亿元,拿地规模同比基本持平。1—6月,50家代表房企每月拿地均值为1716.3亿元,较去年略增;TOP100房企拿地门槛值提升至40亿元,比去年下半年增长21.2%。其中,中国恒大、中海地产、绿城中国拿地规模排名前三。

受疫情影响,上半年房企销售额同比有所下降,但反映房企投资态度指标的拿地销售比却有所提高。中指研究院数据显示,1—6月,50家代表房企拿地销售比为38.3%,高于2019年的32.7%。克瑞研究中心数据显示,1—6月,百强房企拿地销售比为37%,较去年上涨0.03

个百分点。

中国证券报记者注意到,上半年第二阵营房企拿地更加积极。根据中指研究院统计数据,1—6月,TOP10房企土储规模继续领先,拿地销售比为28.4%。TOP11—20房企拿地销售比则高达55.2%,是各阵营房企中拿地销售比最高的。此外,TOP21—30房企拿地销售比较高,为49.1%。TOP31—50房企拿地销售比为28.9%。诸葛找房数据研究中心分析师陈霄表示,第一阵营房企拿地稳健和本身土储充足有关;二三阵营房企正处于规模发展期,对拿地意愿更强烈;第四阵营房企本身规模较小,防范风险能力较差,加上本身资金不足,融资相对困难,因此拿地较为保守。

## 重点布局长三角

就房企拿地城市来看,二线城市是房企重点布局区域。中指研究院数据显示,1—6月,50家代表房企二线城市拿地占比为51.5%、三四线城市为44%、一线城市占比为4.5%。具体来看,二线城市中,杭州、重庆、西安、成都等城市最受房企青睐。三四线城市中,温州上半年吸引近30家百强房企落子。

分区域来看,房企在京津冀、粤港澳大湾区、长三角地区、长江中游和成渝五大城市群拿地热度最高,五大城市群拿地占全国拿地总额的58.6%。其中,长三角地区达到29%,粤港澳大湾区、长江中游地区分别为9.2%和9.1%。

拿地金额方面,1—6月,TOP10房企在长三角地区拿地金额高达2329亿元,为所有区域拿地金额最高,中西部地区以1430亿元紧随其后。今年2月,香港置地311亿元拿下上海徐汇区地块,刷新全国总价地王记录。

“预计下半年一二线城市城市仍是房企布局的主要方向,三四线城市由于前几年需求透支严重,恢复到疫情前水平较难。就房企来看,头部房企优势将更加明显,中小房企则面临挑战。”陈霄告诉记者。

克瑞研究中心市场研究总监谢杨春称,在市场逐步回归正轨、融资环境回暖等因素影响下,预计下半年房企拿地意愿将进一步回升。

平安证券研报称,在财政压力下,地方供地数量及质量或持续提高,叠加资金友善与楼市回暖,短期土地市场热度有望延续;中期随着供应加大,叠加资金改善及销售恢复放缓,预计下半年市场整体趋于平稳。

## “轨道上的长三角”提速 助推一体化进程

□本报记者 林倩

“轨道上的长三角”正在提速。7月1日,上海至苏州至南通铁路(简称“沪苏通铁路”)开通运营。作为今年江苏省、上海市开通运营的第一条铁路,沪苏通铁路的开通也加速了长三角一体化的进程。

对于沪苏通铁路在长三角一体化中起到的具体作用,方正证券策略首席分析师胡国鹏在接受中国证券报记者采访时表示,在长三角一体化发展的进程中,建设高效、互联互通的交通体系是城市群战略的必要前提。一方面,一体化交通运输将大大提高长三角地区的物流周转效率,并以此带动浙江、江苏的制造业继续发挥优势;另外一方面,交通一体化有利于促进自贸区的对外开放与深度合作,有助于形成开放型经济体系,促进地区间产业合作和经济发展。

## 全面提高运输效率

长三角一体化,政策先行。2020年4月份,《长江三角洲地区交通运输更高质量一体化发展规划》出台,其中提出以打造“轨道上的长三角”为重点,加快推进长三角对外交通、城际交通、都市圈交通等多种层级有效衔接和有机融合的轨道交通体系,并提升港口和机场辐射能级,全面提高一体化运输效率、服务品质和融合水平。

上海财经大学城市与区域科学学院/财经研究所研究员计小青对中国证券报记者表示,长三角地区三省一市拥有不同的自然资源禀赋和经济结构,各自地区拥有自己的优势产业,交通基础设施的完善不仅使得城市内部交通更加便捷,更增进了长三角地区内部之间的交流,促进劳动力、资本、技术的流动。

“高速铁路显著的‘时空压缩效应’极大拓展了城市一日交流圈,如上海、南京、合肥、杭州等重要区域中心城市,均可在3个小时之内达到,使得区域内部联系频繁而紧密,加速了长三角一体化进程。”计小青说道。

整体来看,长三角地区目前的交通建设仍有很大提升空间。胡国鹏认为,长三角地区虽然经济总量高,但是交通基础设施存量远未饱和,全国高铁里程中,江苏排12名,浙江排14名,并且尚未做到全省高铁互通,基础设施建设与要素流动效率有较大的提升空间。因此,近年来长三角地区加大基建项目投资,积极建设互联互通的交通体系。

值得注意的是,《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》中对基础设施提出了具体的发展目标,其中表示,“轨道上的长三角”基本建成,省际公路通达能力进一步提升,世界级机场群体系基本形成,港口群联动协作成效显著。到2025年,铁路网密度达到507公里/万平方公里,高速公路密度达到5公里/百平方公里。

## 推动交通新基建

在国家层面,交通项目将成为新基建的主力军。7月2日,交通运输部部长李小鹏主持召开部务会,会议强调,推动交通新型基础设施建设,让新技术与传统交通赋能,使交通项目成为新基建的主力军。

城际高速铁路和城市轨道交通作为新基建的重要内容,有望迎来新的发展动力。

据中国铁路上海局集团有限公司消息,今年长三角铁路全年计划投资900亿元以上,计划开通商合杭高铁合肥至湖州段等8个项目,合新、北沿江合肥至上海段、北沿江武汉至合肥段、宁芜铁路增建二线等6个项目将开通。

对此,胡国鹏指出,在“两新一重”写入政府工作报告、财政支出予以明显倾斜的背景下,新老基建共同发力将是接下来的中长期趋势。

以江苏省为例,2020年江苏省计划安排的轨道交通项目有17项,高速公路及港口项目13项,基础设施建设投资项目总投资47项,计划投资2212亿元,占全年计划投资的40.89%。与此同时,新基建的拉动作用也是巨大的,1—4月江苏省信息基础设施建设投资依然有87亿元的规模。

计小青表示,在不完全竞争条件下,区域经济发展是从外向中心集聚还是由中心向外围扩散,主要取决于市场范围、运输成本和区域间要素的可移动性。交通新型基础设施建设使得区域之间的可达性提高,市场范围及市场影响力扩大、运输成本下降,并使得区域之间要素的流动性增强。

## 支持政策发布

7月3日,上海市人民政府、江苏省人民政府、浙江省人民政府印发《关于支持长三角生态绿色一体化发展示范区高质量发展的若干政策措施》,长三角生态绿色一体化发展示范区是实施长三角一体化发展战略的先手棋和突破口。

其中指出,加大金融创新力度。支持符合条件的各类资本在示范区依法设立银行、保险、证券、基金以及金融租赁公司、财务公司、汽车金融公司、消费金融公司等金融机构。支持符合条件的金融机构跨区域在示范区设立分支机构,提升示范区分支机构层级,深化业务创新,服务示范区发展。

此前,长三角一体化示范区执委会会同央行上海总部等12个部门牵头起草了《关于在长三角生态绿色一体化发展示范区深化落实金融支持政策推进先行先试的若干举措》。

“从苏浙皖三省金融业发展状况来看,首先需要完善和提升长三角区域内整体金融市场功能,疏通资金流动的渠道,做到区域内政策与监管的一体化。”胡国鹏指出,长三角需要实现三省一市金融业功能的错位发展和梯度分布,根据各省市的资源禀赋和产业特点打造适应对应地区发展的金融生态,进一步明确区域内金融功能的分工与互补关系。

长三角的金融协同既要体现在合作互利方面,也要在风险管控方面进行实践。上海社科院国家高端智库资深专家杨建文强调,长三角的金融协同要关注债务危机的防范方面,包括企业债务危机、地方政府债务危机,要通过三省一市联手来共同应对产业层面大变局对金融系统形成的潜在威胁。