



CFP供图

调味品市场潜力巨大 外资盯上中国百姓厨房

买瓶酱油,很简单吧!可是很多市民却站在超市酱油货架旁,下不了手。“怎么冒出这么多牌子,有的还洋气,难道不是国产的?”张小姐就是其中纠结的一位,“什么千禾、淘大、龟甲万……”其实,张小姐的感觉还真没错,不仅酱油市场被外资盯上,盐、醋等调味品也都被盯上了。“民以食为天,食以味为先”,中国有着庞大的餐饮市场,同时也存在同样庞大的调味品市场。但和中餐普遍以本土企业经营不同,在最传统的调味品领域,外资企业及品牌正在占领中国百姓厨房。

现代快报记者 毛丽萍

酱油品种多了 几乎一半是外资

市面上的酱油有多少种?不管是沃尔玛、苏果,还是家乐福等超市,差不多都有近20个品牌:厨邦、淘大、海天、六月鲜、李锦记、老恒和、味甲天、千禾、恒顺、欣和、味事达、鲁花、老蔡……瓶装、袋装,便宜的一两块,贵的差不多40元。

虽然几乎一半是“洋牌”,但现代快报记者调查发现,南京市民买酱油大多没有看牌子的习惯,主要还是看综合性价比。

比如在新兴的鲜味酱油市场,有味事达的酱香鲜、鲁花的自然鲜、淘大的头道鲜、海天的特级一品鲜等,市民认为价格差不多就行,“我觉得口味上的区别应该不大,主要看价格合适!”刘大妈说。

昨天,新街口沃尔玛超市相关售货员也证实,销售最好的品牌,价位10元左右,“这样的最好卖。”

不过,年轻一点的顾客要求就相对比较高,他们会比较一下,哪些适合红烧、哪些适合凉拌、哪些适合蘸着吃……有的甚至建议厂家,现在小两口在家每天做饭的,方便家庭使用,“像我们这个年龄的,会根据需要买好几瓶,如果都是大瓶装的,可能一年都用不掉。”

外资不断加码 看中的是潜力

最新公布的数据显示,去年全国餐饮同步增长11.7%,这是继2012年之后,国内餐饮再度恢复双位数的增长,势必同时带动调味品的加速增长。智石经济研究院副院长卫祥云也透露,近五年我国调味品复合增长率高达18%以上,即使在2015年上半年食品饮料行业增长普遍下滑至个位数的情况下,调味品行业依然实现了11.32%的增速。他认为,目前的中国调味品行业仍处于成长期,人均消费水平及产品均价存在较大上升空间。

外资盯上中国家庭厨房,业内人士坦言,他们看中的就是中国调味品的市场潜力。从上世纪90年代开始,外资企业就通过并购、合资等方式开始进入中国调味品市场,包括雀巢(太太乐、豪吉)、日本味之素株式会社(淘大食品)、日本味滋康(和田宽酱油)、日本龟甲万株式会社(统万珍极食品公司)、联合利华(家乐、老蔡酱油)等。今年3月9日,全球第五大食品企业卡夫亨氏又在上海宣布,旗下味事达上海酱油工厂二期工程正式竣工。英敏特报告称,目前,瑞士雀巢、美国卡夫亨氏、日本味之素,都已跻身中国调味品十强之列,在更加细分的酱油市场,外资品牌也已占据品牌十强的半壁江山。

行业竞争加剧 市场将分化

虽然很多人自信,在中国调味品市场,本土品牌有天然优势,譬如多年累积的生产工艺以及口味配方更加符合中国人的需求等。但是,外资通过合资和收购进入后,不仅大手笔投资产能,凭借在全球积累的先进的管理水平和丰富的营销经验,其实力也不容小觑。据悉,海天味业的酱油总产量已超过日本龟甲万两倍以上,但销售额却只有日本龟甲万的三分之一。在高端消费品竞争领域,国外品牌仍有优势。随着年轻消费者的崛起,更多西式的调味品被接受。

“相比之下,外资企业比较注重以消费者为中心的市场策略,从产品研发、生产、营销都会考虑消费者真正的需求在哪里、痛点在哪里。”现代快报记者注意到,年轻人提及的小瓶装建议,英敏特相关负责人就提及,他们在调研中发现,中国消费者尤其是年轻群体,在家烹饪的频率并不高。因此日清推小包装的做法值得本土企业学习。

对于未来的市场形势,“2016全国调味品行业发展趋势暨蓝皮书”预计,调味品消费今后将出现明显分化,一线城市大卖场时代遭遇销售危机,高端仍然增长,但整体增长趋势缓慢,竞争多元化,经营则在从线下向线上转移。

细数A股铁公鸡 91家上市公司 连续10年“一毛不拔”

一边是屡被刷新的高送转纪录,一边是上市以来“一毛不拔”的“铁公鸡”,上市公司分红可谓“冰火两重天”。统计显示,截至目前,A股总计有530家上市公司发布了2015年年度利润分配方案。其中478家上市公司发布了现金分红方案,占比达90%。

高送转、分红纪录屡被刷新

数据显示,在478家进行现金分红的上市公司中,有120家上市公司的现金分红总额超过1亿元,包括万科A、中国平安、广发证券等在内的13家上市公司现金分红金额超过10亿元,其中万科A的现金分红金额约为79.48亿元,在已公布现金分红预案的上市公司中位居第一。

从每股股利的角度看,华东医药、江铃汽车、四通新材、焦点科技、上海家化等上市公司每股股利较高。据华东医药发布的2015年年报,公司董事会审议通过的利润分配预案为每10股派发现金红利12.5元;江铃汽车给出的利润分配预案为每10

股派发现金红利10.3元。

数据显示,福耀玻璃的股息率较高。据了解,福耀玻璃拟向公司A股股东和H股股东派发现金股利,每10股分配现金股利人民币7.5元。按3月23日福耀玻璃A股收盘价14.77元/股计算,其股息率为5%。

此外,2015年年度的分红方案格外吸引投资者注意,原因之一便是推出高送转方案的上市公司数量增多,且送股比例较可观。据统计,截至目前,总计有227家发布了送股方案。其中有37家上市公司每股送股数量超20股。劲胜精密可谓是高送转之王,拟每10股转增30股。

91家上市公司连续10年零分红

与不断刷新的高送转及派发现金纪录不同,一些上市公司自上市以来从未分红,被市场称为名副其实的“铁公鸡”!

统计显示,目前A股市场“铁公鸡”高达273家,其中有91家未分红的时间超过10年,包括神州长城、如意集团、华泽钴镍、山东路桥、曲江文旅、象屿股份、金圆股份、景峰医药、鲁商置业、西藏珠峰、上工申贝、康达尔、中茵股份、视觉中国、南方汇通、匹凸匹、东方航空、宜华健康、中钢国际、秦岭水泥、浪莎股份、金瑞矿业等。1992年上市的金杯汽车更是23年“一毛不拔”。

至于这些“铁公鸡”不分红的理由,多是“没钱”或者“用于弥补亏损”。以“最抠门”的金杯汽车为例,公司自1992年上市

以来大部分年份皆在盈利。其中1998年和1999年的净利润超过了5亿元,但投资者依然没有等到“派现分红”的好消息。金杯汽车也多次回应,称是公司“解决流动资金和公司投资、生产发展的需要”。

有分析认为,作为上市公司,留存一定利润用于公司扩大再生产无可厚非,但手持高额未分配利润却厚着脸皮“一毛不拔”的上市公司不在少数。统计显示,截至2015年三季度末,两市上市公司所持有的未分配利润高达8.75万亿元。如果按当时总股本(4.9亿股)计算,每股未分配利润已经达到1.78元,创下10年来新高。当然,也有一些公司从未分红的背后,确实“囊中羞涩”,比如主营业务为内衣的浪莎股份。

Wind资讯

最新市况

A股重拾升势 沪指再度站上3000点

短暂回调之后,23日A股重拾升势。上证综指再度站上3000点整数位,深证成指和创业板指数则分别录得接近和超过1%的涨幅。不过两市量能继续萎缩,总量降至6700亿元附近。

当日上证综指开盘就跌破3000点,报2991.17点,此后维持窄幅波动格局。尾盘沪指走出一波翘尾行情后站上3000点,收盘报3009.96点,涨0.35%。深证成指表现略强于沪指,收盘报10442.38点,涨0.95%。创业板指数涨幅达到1.68%,收盘报

2259.11点。沪深两市个股涨多跌少,告跌品种总数不足700只。不计算ST个股和未股改股,两市60多个个股涨停。

大部分行业板块收涨,不过除IT外其余板块涨幅都不超过2%。银行、电力、石油燃气三大权重板块逆势收跌,幅度也都十分有限。

在前一交易日基础上,沪深两市继续缩量,分别成交2563亿元和4139亿元,总量降至6700亿元附近。

据新华社