

为三只松鼠、李子柒代工,获高瓴、茅台青睐

## 一年卖出11亿,“阿宽红油面皮”要上市



主打“白家陈记酸辣粉”和“阿宽红油面皮”等产品的四川白家阿宽食品产业股份有限公司(以下简称阿宽食品),近日提交招股书,拟冲刺深交所主板上市。2020年,阿宽食品曾在一年内获得三次融资,备受关注。其投资方中不仅有高瓴资本这样的头部机构,还出现了茅台建信基金。值得注意的是,2020年疫情背景下,阿宽食品业绩出现爆发式增长,净利润大增2.2倍。不过,2021年上半年,其实现净利润1981万元,只有2020年全年的四分之一,全年业绩不容乐观。

现代快报+记者 谷伟 文/摄



南京某超市销售的阿宽红油面皮

## 曾因“白家”品牌惹上官司

阿宽食品,由1969年出生的重庆人陈朝晖创办。资料显示,陈朝晖毕业于中国青年政治学院,硕士研究生学历,曾担任四川百事可乐饮料有限公司销售员,还开过广告公司。

此前报道显示,陈朝晖在2000年注册“白家”品牌,并推出“白家方便粉丝”,当年就取得了4000万元的销售额。而“白家”这一品牌,后来也让公司惹上了官司,与方便面龙头之一的河南白象集团展开你来我往的多轮争夺。

招股书显示,阿宽食品及实控人陈朝晖与白象食品经过多次沟通协商,于2020年12月22日就含有“白家”字样用语、图片的使用达成了协议。

《协议书》约定,公司不得在方便粉丝、方便面以及白象食品在商标分类第30类上注册的“白家”商标所核定产品品类,但可在约定范围内使用公司及其控股子公司的公司名称(含公司全称以及简称“白家阿宽”)以及已注册的“白家陈记”商标;公司给予白象食品90万元,双方确认对此事不再有争议;如果公司及其控股的企业违反《协议书》约定,公司承诺一次性向白象食品支付150万元违约金。

不过,公司表示,尽管公司与白

象食品已达成协议,但仍不能排除公司与白象食品未来就相关、类似事项发生纠纷。企查查信息显示,2021年1月19日,公司曾变更名称,由“四川白家食品产业股份有限公司”变为“四川白家阿宽食品产业股份有限公司”。

## 一年销售11亿,获高瓴、茅台青睐

2020年2月、6月、9月,阿宽食品连获三轮融资,引发市场关注。2月份的1.1亿元A轮融资中,投资方包括同创伟业和前海母基金等。而6月份的2亿元B轮融资,投资方不仅包括高瓴资本,还出现了茅台建信基金的身影。

招股书显示,高瓴恒持有公司发行前6.2%的股份,为第三大股东;茅台建信持股1.19%,为第十二大股东。

在疫情期间“宅经济”背景下,方便食品迎来爆发式增长。招股书显示,阿宽食品2020年营收达到11.1亿元,同比增长约76%;实现净利润7607.83万元,同比增长高达2.2倍。

其中,方便面与方便粉丝销售金额分别达到5.72亿元和3.14亿元,占总收入的53.03%和29.11%。

公司方便面产品包括“阿宽”红油面皮、成都甜水面和上海葱油拌

面。其红油面皮产品近年频繁出现在各路直播间,成为社交媒体上的网红产品,也代替方便粉丝,成为公司收入占比最高的产品。

2021年上半年的数据显示,其方便面收入占比进一步提高,达到65.28%。

而公司产品除了通过直营和经销商平台销售外,定制销售也是重要一部分,公司为三只松鼠、百草味、李子柒、韩国MDS等品牌厂商提供贴牌、代工服务。

招股书显示,公司直销模式下,2020年三只松鼠和杭州微念(李子柒MCN公司)分别为第一大和第四大客户,对其销售金额达到8052万元和2397万元,占主营收入比例达7.47%和2.22%。2021年上半年,杭州微念上升为第二大客户,占比达到3.54%,三只松鼠仍为第一大客户,但占比降至3.55%,与“李子柒”相差不多。

## 行业竞争激烈,业绩面临压力

本次阿宽食品拟在深交所主板发行3194万股,募资6.65亿元,投向健康食品产业园一期建设及研发中心建设两个项目。如果顺利上市,阿宽食品有望成为A股“新型方便食品第一股”。

所谓新型方便食品,是相对于

康师傅、统一、今麦郎等传统方便食品企业而言,产品则以自热食品、方便粉丝、方便米饭等为代表。

根据生意参谋数据统计,2019年方便面、方便米饭、自热火锅的线上销售市场规模分别为52.22亿元、4.64亿元、12.74亿元,合计为69.6亿元。阿宽食品2019年线上销售收入为3.08亿元,若以此计算,公司在上述品类合计线上销售额的占有率约为4.43%。

公司在招股书中表示,国内方便食品企业众多,行业内竞争较为激烈。尽管公司目前已在行业内占据一定市场份额,拥有了一定的品牌知名度,但与大型传统品牌方便食品企业相比,公司整体市场占有率有限,品牌知名度还需要进一步提高。

2021年上半年康师傅和统一方便面业务收入分别为127.22亿元和44亿元,而阿宽食品总营收仅有5.93亿元,仍然相差较远。

不仅如此,在新型方便食品领域,阿宽食品也面临激烈竞争。拉面说、食族人、嗨吃家、莫小仙、自嗨锅等新兴品牌纷纷崛起,颐海国际、统一等巨头也纷纷发力。A股市场上,三全食品、克明食品旗下的五谷道场等也推出了自热米饭等产品,并将之视为重要增长点。

2021年6月,世界方便面协会公布的数据显示,2020年中国市场的

方便面总需求为463.5亿份,占全球总量的39.76%,是全球方便面第一消费大国。不过,我国人均方便面消费量仅排全球第七,且均价较低。日本、韩国的方便面均价分别约是中国的13倍、2.5倍。

头豹研究院分析师章唯琳认为,国内方便面产业目前逐渐分化为两个方向,即高端和便捷。随着居民消费水平不断提高,越来越多的高消费人群涌现,他们更看重产品的口味以及品质;而中平价面所面向的务工人员更看重产品的便捷性,这也拉动容器面的销量。“方便面消费正处于升级阶段,升级空间也是比较大的,所以会有产品细分化趋势,对于企业来说,产品创新和差异化竞争将会是非常关键的两点。”

值得注意的是,经历2020年的高增长后,进入2021年,随着居民生活消费回归正常,主要的方便食品企业都出现了业绩下滑的状况。康师傅去年上半年方便面收入同比下降了14.67%,统一方便面业务也下降了约15.5%。尼尔森数据显示,2021年上半年,方便面行业整体销量同比下滑了7.7%,销售额则下降了7.3%。

在此背景下,阿宽食品2021年上半年实现营收5.93亿元,净利润1981万元,分别约为2020年全年的53%和26%,全年业绩面临压力。

GREEN  
绿色生活,低碳出行

