

IPO获受理,此前曾遭证监会48连问 撕掉“网红”标签 “认养一头牛”还剩下什么?

2月28日,认养一头牛控股集团股份有限公司(以下简称认养一头牛)主板IPO获上交所受理。招股书显示,该公司本次发行股份数量不超过4047.06万股,拟募资18.51亿元。

认养一头牛主要从事乳制品的研发、生产与销售业务,产品包括多种款式的纯牛奶、酸奶、奶粉、奶酪等乳制品及生牛乳。作为一家依靠互联网成长起来的“网红乳企”,其依靠“认养模式”在巨头林立的乳品行业占据一席之地。但随着该公司准备挂牌上市,各种质疑和问询相继而来,此前证监会甚至提出48个连环问题。

那么,撕掉“网红”标签后,认养一头牛还剩下什么?

推出“认养模式” 3年花了近10亿元营销费

“买牛奶,不如认养一头牛。”这是认养一头牛最火的广告语之一,同时也是该公司主打的概念。

2014年,地产商人徐晓波将目光转向乳制品,拿出4.6亿元在河北投产康宏牧场,并从澳大利亚进口了一批优质奶牛。2016年,他创立“认养一头牛”品牌,进入奶制品行业。

“认养模式”是认养一头牛推出的打破行业局面的利刃。2017年,该公司推出两种认养形式:一是通过支付2999元“认养一头牛”,获得牧场奶牛认养权;二是花费1万元成为联合牧场主,享受牧场经营的红利。2020年,“认养模式”升级为“云认养”“联名认养”“实名认证”3种玩法。

与此同时,为了提高知名度,该公司投入大量营销费用。从布局社交电商,到与抖音、B站、小红书等社交平台联动,认养一头牛甚至在乳制品行业“弯道超车”,其天猫销售额一度超过蒙牛和伊利。

数据显示,2019年至2021年,认养一

证监会48连问

● 供应商与发行人、发行人董事、监事、高管、其他核心人员、实际控制人、发行人股东及其关联方是否存在关联关系或其他利益安排。

● 补充说明联营牧场以及其他合作奶源具体情况、具体合作方式、与发行人及发行人股东是否存在关联关系,补充说明发行人对联营牧场以及其他合作奶源的管理方式、交易可追溯性、合作稳定性、结算方式及比例。

● 认养奶牛相关业务模式或活动是否属于“以代养殖、租养殖、联合养殖等方式非法吸收资金”,是否涉及非法集资或非法公开发行业务,是否存在纠纷或潜在纠纷。

(注:部分问题)

头牛的销售费用分别为1.94亿元、3.03亿元和4.83亿元,3年累计9.8亿元。显然,认养一头牛在“讲故事”上是认真的。

当然,这样的营销方式反映在业绩上也颇为突出。

2019年至2021年,认养一头牛的营收分别为8.65亿元、16.5亿元、25.66亿元。2022年上半年,其营收达到了15.97亿元。但同期的归母净利润却走出“过山车”般的波动,近两年的利润增长显得较为吃力。对此,该公司解释称,2020年、2021年净利率同比下降,与公司销售费

用上升以及原材料价格上涨有关。

招股书显示,报告期内,认养一头牛线上销售收入逐年增多,近两年已占主营业务收入的7成以上。

奶源是否能够自足? 证监会曾连提48个问题

不看营销故事、抛开网红属性,只说产品,认养一头牛表现如何?

认养一头牛表示,公司已逐步形成以自主生产为主、外协加工为辅的成品生产模式。事实上,从招股书发布的数据来看,该公司主要产品纯牛奶和酸奶在2020年之前一直没有自主生产能力,主要依靠外协生产。

2020年10月,认养一头牛山东生产基地完工并投产,生产基地产能释放。但2020年,该公司纯牛奶和酸奶的自有产量占比仅有8.2%和4.1%。如此来看,2020年,该公司仍有超过9成产能来自外协厂商。2021年,其纯牛奶和酸奶的自有产量占比激增,分别达到64%和65%。

目前,认养一头牛的前5大外协厂商包括光明乳业、君乐宝、中垦华山牧、贝因美和佳宝乳业,为其提供纯牛奶、酸奶、奶粉等产品。

如此大规模的外采,也让认养一头牛有着“贴牌牛奶”的标签。当然,其受到的质疑远不止这一项。1月12日,证监会连提48个问题,要求认养一头牛就奶源、毛利率、食品安全等方面进行补充说明:奶源是否能够自足?业务模式是否涉及传销、是否涉及非法集资?

此外,证监会也对认养一头牛外协加工提出问询,并要求其补充披露外协加工的具体情况、必要性和合理性,以及公司对外协厂商是否存在依赖性等。

在诸多问题的堆积下,认养一头牛或许已意识到,过去依赖外采奶源的轻资产模式行不通。因此,该公司本次拟

募资的最大款项用途,就是用于海勃日戈智慧牧场建设项目。在9.77亿元的募资金额中,它占总募额的52.81%。

分析

新鲜概念更易受追捧 “云养殖”经济潜力巨大

当前,乳制品市场消费的活跃度并不高。中国奶业贸易月报(2023年1月)显示,2022年我国共计进口各类乳制品327.19万吨,同比减少17.1%。

尽管认养一头牛存在诸多质疑,但能在乳制品行业突出重围,殊为不易。

对此,独立乳业分析师宋亮表示,在中国消费多元化的趋势下,人们更愿意追求一些新鲜的概念或产品,这也是认养一头牛初期能够崛起的根本原因之一。在这种背景下,“认养”概念本身并不重要,重要的是企业能不能用一些新的理念或产品来抓住消费者的眼球。很显然,认养一头牛做到了这一点。

“需要不断夯实自己的供应链体系,从线上回归到线下。”对于认养一头牛未来的发展,宋亮表示,网红品牌来得快去得快,该公司在获得流量后,在夯实供应链体系的同时,也在品牌和产品上进行创新,开始过渡到“新锐品牌”。

农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅表示,“云养殖”经济的未来潜力巨大,在万物皆可“云”的时代,这是对订单农(牧)业的最佳践行模式。展望未来,大家或许可以在元宇宙里体验虚拟种植(养殖)的乐趣。比如,当消费者认养一头牛后,能通过VR视频实时观看牛的养殖和生长情况,甚至和牛互动,实现远程喂养的沉浸式体验。

如今,认养一头牛上市在即,但毫无疑问,接下来该公司将面临奶源、市场等诸多竞争。这无疑充满了挑战。

华西都市报-封面新闻记者 马梦飞

新增6款保险产品 个人养老金产品怎么选?

日前,个人养老金保险产品再度扩容,新增6款产品被纳入名单,目前个人养老金保险产品共涵盖11家公司旗下的19款产品。

业内人士认为,保险机构在长期投资资金管理、长寿风险管理、医疗健康养老产业协同等领域有一定竞争优势,保险机构可进一步发挥优势,抢占个人养老金这一蓝海市场。

产品数量增至19款

2月28日,中国银行保险信息技术管理有限公司(简称“中国银保信”)网站最新披露的个人养老金保险名单显示,个人养老金保险产品再度扩容,由此前的9家公司13只产品增至11家公司19款产品。

泰康养老、交银人寿两家公司的产品首次被纳入个人养老金保险产品名单,包括泰康养老的“泰康尊享一生年金保险E款(万能型)”“泰康幸福赢家年金保险(分红型)”、交银人寿的“交银人寿个人养老年金保险(万能型)”。

此外,国民养老的“国民美好生活养老年金保险”“国民美好生活B款养老年金保险”“国民福寿双全两全保险”三款产品也被纳入个人养老金保险产品名单。此前,国民养老已有一款“国民共同富裕专属商业养老保险”入选。

从类型上来看,目前的个人养老

金保险产品类型较为多样,包括专属商业养老保险、两全保险、年金保险等。业内人士认为,这有助于为消费者提供多样化的选择,后续符合条件的产品有望继续被纳入个人养老金保险产品名单。

结算利率略有下降

部分险企披露的个人养老金保险产品投保情况显示,消费者呈现年轻化趋势。记者了解到,不少消费者看重其补充养老功能。

国民养老表示,截至2023年2月初,该公司养老保险个人养老金产品件均保费超1.1万元,其消费者呈现年轻化的趋势,40岁以下人群占比达到50%。据中国人寿寿险公司介绍,截至2022年末,公司个人养老金网站直销保费达7110万元,投保件数达1.9万件。

值得一提的是,在这19款个人养老金保险产品中,有部分产品披露了2022年的结算利率。其中,专属商业养老保险的稳健型账户2022年结算利率在4%至5.15%之间,进取型账户2022年结算利率在5%至5.7%之间,和2021年的结算利率相比略有下降。

“个人养老金保险产品内的资金会随着投资收益增长而递增,长期投资的优势更明显,持有时间越长收益越高,适合做长期养老规划。”北京排排网保险代

理有限公司总经理杨帆说。

打造差异化竞争优势

当前,银行、保险、公募基金、理财公司等机构都在积极抢滩个人养老金市场。在激烈的竞争环境下,保险机构应该如何突围?业内人士认为,保险机构在长期投资资金管理、长寿风险管理、医疗健康养老产业协同等领域有着一定竞争优势,保险机构可进一步发挥优势抢占市场。

“保险公司不仅可发挥养老资金储蓄功能,更可以提供更为广义的养老服务功能和养老产业投资功能。保险业最核心的优势在于通过产品和服务的集合,在财务属性之外为参与者提供养老周期保障。”信达证券非银金融行业首席分析师王舫朝认为,保险业可不断发挥产品在抵御长寿风险、养老健康服务、医养康养结合和养老社区建设等方面的独特优势。

王舫朝认为,未来养老金融产品需要面向参与群体的需求特点和自身机构经营特征进行设计和开发,从而为参与者提供多元化的养老产品选择。

此外,投资收益率也是不同机构之间竞争的核心。清华大学五道口金融学院中国保险与养老金研究中心研究负责人朱俊生建议,保险机构可拉长考核期限,优化绩效考核机制,倡导长期投资理念,提升投资能力,提高长期养老资金的投资回报。

据新华社

|白|杰|品|股|

连阳

问:周四沪指低开,盘中冲高回落,收盘微跌,你怎么看?

答:市场周四震荡收跌,受新能源板块拖累,创业板指跌近1%,盘面上个股涨少跌多,6G、“中字头”板块表现较强,北上资金净买入约8亿元。截至收盘,两市涨停24只,跌停3只。技术上看,沪深股指均收于5日、10日均线之上,两市合计成交9335亿元环比增加;60分钟图显示,各股指均保持5小时均线,60分钟MACD指标仍保持金叉状态;从形态来看,沪指收出4连阳,盘中继续刷新年内新高,其日线MACD指标也即将金叉,虽然最终指数调整,但两市合计成交已连续4日增加,后市仍有望保持强势。期指市场,各期指合约累计成交、持仓均减少,各合约溢溢价水平整体明显缩减。综合来看,市场信心恢复的积极因素仍在不断增加,短期热门板块轮动仍会持续,期待沪指连阳走势得以保持。

资产:周四按计划持股。目前持有华创阳安99万股、新希望38万股、红宝丽160万股、越秀资本88万股、曼卡龙18万股、丽人丽妆18万股。资金余额3875072.68元,总净值33886072.68元,盈利16843.04%。

周五操作计划:红宝丽、曼卡龙、越秀资本、华创阳安、丽人丽妆、新希望拟持股待涨。

胡佳杰