

光明食品近年收购历程

2009年8月
9亿元收购云南英
茂糖业60%股权

2010年11月
3.82亿元收购新西兰
新莱特乳业51%股权

2011年1月
2.4亿元收购四川全
兴酒业67%股权

2011年9月
34亿元收购澳洲品牌企业
玛纳森食品公司75%股权

2012年5月
122亿元收购英国食品企
业维他麦公司60%股份

Weetabix

新京报制图 郭宇

光明食品 122 亿控股英国食品巨头

收购维他麦60%股份,系迄今为止中国食品企业最大一宗海外并购,收购资金来源未公布

新京报讯 (记者李静)光明食品又一次海外并购落听。昨日,光明食品集团董事长王宗南在英国伦敦签署协议,集团以12亿英镑(约合122亿元人民币)的企业价值,收购英国食品企业 Weetabix(维他麦)60%股份。光明食品集团表示,此次并购是迄今为止中国食品企业最大一宗海外并购。

未说明收购资金来源

此次收购由光明食品与 Lion Capital LLP(下称“Lion”)基金联合宣布:根据双方的协议,光明食品将收购维他麦60%的股份。企业价值为12亿英镑(包括企业股权和负债)。余下的40%股份将继续由Lion资本和管理层持有。本次交易有待中国政府和监管机构审批以及反垄断审批,预计将于2012年下半年完成交割。

据媒体报道,2004年,维他麦被Lion收购。据悉,自从8年前购买维他麦后,Lion通过分红迄今已获得三倍于当初股权投资的收益。

对于收购所需的上百亿资金来源,以及这宗交易的进一步情况,昨日光明食品方面未回复记者的采访请求。

光明食品集团昨日的通报称,2011年光明食品集团的营业收入为122亿美元,利息折旧及摊销前利润为12亿美元,约合76亿元人民币。

以此计算,光明食品此次收购所需的122亿元资金相当于该集团不足两年的利润。

称愿为维他麦提供平台

光明食品集团称这次

收购具有里程碑意义,标志着光明食品通过具代表性的维他麦品牌进入英国以及全球食品市场。

光明食品集团董事长王宗南称,光明食品将推动维他麦业务的增长和国际业务的成功,同时,将会聚焦在亚洲市场的潜力,特别是中国,市场对于健康及便利食品的需求正与日俱增。

Lion 合伙人 Lyndon Lea 表示:“我们在2004年对维他麦的收购是基金的第一笔投资。我们持有维他麦8年多。”Lion 在欧洲与北美消费品零售行业有达60亿欧元的股权投资。

据了解,维他麦是英国乃至全球领先的谷物类食品制造商,总部设在英国北安普敦郡,产品出口到逾80个国家。资料显示,2010年,维他麦的销售收入近4.5亿英镑,税前利润2040万英镑。

光明食品集团称,收购完成后,光明食品广阔的零售平台将为维他麦提供一条进入中国市场的便捷路径。

光明海外并购曾有“败绩”

近年来,光明食品集团一直积极寻求海外并购的机会。自2010年初至今,仅有媒体报道的,光明集团就已进行过5次以上海外收购行动,如2010年收购新西兰新莱特乳业51%股权。2011年9月,收购澳洲品牌企业玛纳森食品公司75%股权。

光明食品其他一些海外收购未获成功,包括对澳大利亚糖业公司CSR、美国营养食品公司健安喜、英国联合饼干公司以及法国酸奶企业优诺的股权竞购,均以失败告终。



昨日在伦敦签约后,光明食品集团与维他麦公司双方高管举杯庆祝。

据光明食品官网

资料

光明食品仅次于中粮

光明食品集团官网资料显示,集团成立于2006年8月8日。由上海益民食品一厂、上海工农集团等公司的相关资产集中组建而成,资产规模458亿元,2009年规模销售收入760亿元。

光明食品集团的现代农业主要是奶牛、生猪、大米、蔬果和花卉。集团食品制造业主要是乳制品、糖、酒、休闲食品和罐头食品。集团拥有光明乳业、金枫酒业、梅林股份和海博股份等上市公司,以及光明、大白兔、冠生园、梅林、正广和等知名品牌。业内人士称,其为仅次于中粮的第二大食品集团。

Lion 入股维他麦 8 年

据媒体报道,维他麦是英国第二大早餐麦片品牌,从创立至今已有80年历史。维他麦产品在英国市场占有率为7%,在北美、南非、德国、西班牙设有分支,全球雇员约2000人,产品出口全球80多个国家和地区。2010年,维他麦的销售收入近4.5亿英镑,税前利润2040万英镑。

2004年,维他麦被私募股权投资公司Lion收购。据悉,自从8年前购买维他麦后,Lion通过分红迄今已获得三倍于当初股权投资的收益。

分析

光明募资或需定向增发

专家认为,光明频繁收购与规划中的大目标有关

营销专家李志起昨日表示,光明此次如此巨额的并购,现有的资金估计难以保证,可能要采取定向增发的形式来融资。

李志起还认为,对于此次收购维他麦,光明会面临挑战。

“(维他麦)这家企业主要产品是麦片等冲调产品,这在国内是小品类产品,与国外的消费群主要是白领上班族不同,这类产品目前现有的消费群主要是中老年人。这样引进,在中国市场上发展策略和诉求都要做些调整。”李志起说。

李志起表示,这两年光明频繁试水收购,与其规划中的大目标有关。“光明计划在2015年营业额比2010年翻一番。这么高的目标如果照常规意义的发展速度很难达到。所以必须靠并购来解决

增量的问题。”

据其分析,光明现在最大的优势是渠道,其上海及华东地区渠道优势明显、零售网络发达。但是光明缺少上游资源的把控能力,以及比较成熟的品牌和产品,这就好比光明有了非常好的高速公路体系,但是上面跑的车并不够。

“从这两年光明接触及收购的对象来看,要么是有资源优势的,要么是有成熟的品牌和产品能够补充到光明的渠道。”李志起说。

李志起表示,目前光明是我国仅次于中粮的第二大食品集团,频频地收购对于确保其领头羊的地位很重要。这也进一步印证了我国食品行业集团化的发展趋势、今后巨头公司可能会是主流,中小企业生存空间就会收到打压。

新京报记者 李静