

上市12年来首次出现年度亏损 生猪养殖行业周期性影响是主因 二代掌舵首年，克明食品期待峰回路转



4月12日，上市湘企克明食品召开2023年年度股东大会，审议通过了2023年年度报告等议案。

2023年10月，克明食品创始人陈克明因年龄原因辞去公司董事长等职务，公司交由儿子陈宏掌舵。接班首年，克明食品交出的“成绩单”实在是有点惨淡：2023年实现营收51.84亿元，同比下滑14.42%；亏损6565.34万元，同比下滑138.98%。这也是克明食品上市12年来首次出现年度亏损。

■文/视频 三湘都市报全媒体记者 潘显璇



消博会湖南馆。

第四届消博会在海口开幕，24家湘企亮相 4000多国际品参展，湘品能否抢风头

南海之滨最近有些热闹。

4月13日，第四届中国国际消费品博览会（简称“消博会”）在海南海口开幕。

这是亚太地区规模最大的消费精品展，也是2024年我国首场重大国际性展会，今年吸引了71个国家和地区，超4000个品牌参展。

湖南自然不能错过。24家湘企携上百种优质湘品亮相湖南馆，其中不少企业都是首次参展。

全球精品，琳琅满目；全球机遇，也让头回参展的湘企摩拳擦掌。记者和他们聊了聊，发现他们的目标出奇一致，都想去全球大市场闯一闯。

消博会，大平台

走进湖南馆，首先映入眼帘的便是几排各式各样的电饭煲。

“我们的无极锅不仅颜值高，还是‘电饭煲+电压力锅+料理锅’三合一，一上市就成了爆款。”拓浦精工智能制造（邵阳）有限公司市场营销副总监司建军骄傲地对记者说，去年企业仅无极锅这一款单品，销售额便达3000万元。

拓浦精工这个名字，可能许多人不太熟悉。这家企业主要生产智能厨房小家电、智能清洁电器，如电饭煲、电压力锅、空气炸锅、吸尘器等等。

“从去年销售情况来看，国内市场和国际市场份额大概一半一半。”司建军说，拓浦精工的产品出口到了日本、韩国、美国、德国、俄罗斯等国家，但知名度还不够高，要继续拓宽国际市场。

第一次参加消博会，拓浦精工的首要目标是借助平台打开国际知名度。

怎么干？拓浦精工有备而来。

“吸尘器清洁电器在海外表现亮眼，比如吸尘器去年在俄罗斯市场的销售额就达5000万元，是我们重点发力的领域。”司建军说，在欧美市场特别受欢迎的煎炸类料理机产品，也是主攻方向。

传统海外订单在发力，跨境电商也要做起来。

司建军告诉记者，目前公司正在计划通过天猫、京东、亚马逊、拼多多等海外电商平台销售产品。

直播带货，走向国际

展位上，来自湖南东盛冰碛岩科技有限公司的陈昱含正在煮茶。

冰碛岩是世界稀有的石种之一，形成于距今约6至7亿年前的寒武纪。陈昱含告诉记者，据考证，益阳安化县是世界上冰碛岩较集中的地区，约占世界探明储量的85%。

中国人爱好喝茶，使用非遗石雕技艺打造出来的冰碛岩茶具在国内市场销售不错。“去年国内销售额达500多万元。”陈昱含说。

东盛想打开海外市场的决心很强烈，他们选择了时下最火的直播带货。

“今年开始，我们每隔一天就在淘宝海外平台进行直播。”陈昱含说，直播带货来势很好，每场销售额大约6000元至1万元，冰碛岩茶具已经卖到了美国、新加坡、马来西亚和韩国等国家。

去年，东盛组团来消博会展展，给陈昱含留下了很深的印象。“铜官窑展位非常火爆，很多国内外客商都来询问。”

今年从观展变为参展，陈昱含带了一大摞中英文版宣传资料，准备迎接国内外参展商。“我们今年的目标是，国内外市场销售额突破1000万元。”

抢抓机遇，布局未来

“开盖就能直接吃么？”“加了沙棘的银耳莲子羹是什么味道啊？”在湖南湘味连城食品有限公司展位，一整面货架摆满了不同口味的即食银耳莲子羹，引得不少观众驻足。

湘味连城公司2017年成立，是湘潭一家专业从事莲子罐头、预制菜销售的科技型中小食品企业。

湘莲名声在外，湘味连城在国内市场的表现也不俗。

“即食银耳莲子羹这款新品去年仅投产半年，销售额就有2000万元，在广东和福建地区尤其畅销。”湖南湘味连城食品有限公司总经理薛宏森说。

看着同来参展的湘企一个个热心布局海外市场，薛宏森有些心痒痒：“我们之前有思考过进军日韩市场，因为饮食习惯比较相似，对银耳莲子羹这类产品接受度比较高。”

说干就干，薛宏森下定决心：“借这次展会积极对接国外参展商，开拓海外市场。工厂扩大产能必须马上提上日程。”

■文/图 湖南日报全媒体记者 彭可心

市场：挂面不好卖了

以挂面起家的克明食品2012年登陆深交所，成为A股“挂面第一股”，目前公司的主营业务包括米面制品销售及生猪养殖业务。

从数据来看，克明食品的基本盘仍然由面条业务撑起。2023年公司面条产品收入为27.34亿元，占据了公司营收的52.74%。

不过，近年来随着自热食品、预制菜以及外卖等行业的发展，挂面的替代品增多，2023年，克明食品的米面制品销售陷入了全线下滑的尴尬境地：面条产品收入为27.34亿元，同比下降12.7%；外销面粉收入为4.53亿元，同比下降28.68%；方便食品收入为3.15亿元，同比下降25.81%。

经销商方面，公司年销售额超过50万元的经销商数量，由2022年的1366家减少至2023年的1245家。

困境：养猪陷入亏损

实际上，早在数年前，克明食品就出现了增收不增利、米面制品毛利率下滑的情况。

为了寻找新的业绩增长点，2023年4月，克明食品斥资3.44亿元，受让了控股股东克明集团、陈克明、陈克忠、陈晖持有的兴疆牧歌全部股份，并对兴疆牧歌增资2.8亿元，最终持有兴疆牧歌53%的股份，成为控股股东。

正是通过收购兴疆牧歌，生猪养殖、屠宰、销售业务在2023年成为克明食品新增的主营业务。

不过，现在看来，克明食品跨界收购兴疆牧歌迈入生猪养殖、屠宰行业，严重拖累了公司2023年的业绩，成为控股股东的“接盘侠”。

2023年，受到生猪养殖行业周期性影响，生猪销售价格持续低迷，兴疆牧歌亏损2.78亿元，成为克明食品亏损的主因。克明食品在互动平台回复投资者称，剔除生猪业务影响，2023年公司食品业务并未出现亏损。

变局：75后儿子接班

2023年10月17日晚，克明食品发布公告，公司董事长陈克明因年龄原因辞去公司董事长、董事、战略委员会主任等职务。资料显示，陈克明出生于1952年，已年过七旬。公司新一任董事长，由陈克明的儿子陈宏担任。

公开资料显示，陈宏出生于1979年7月，硕士研究生。曾任公司采购部、设备部负责人、总经理助理；2010年至2016年4月，任公司副总经理；2016年至2023年10月担任公司总经理；2023年10月25日起担任公司董事长。年报显示，陈宏2023年的年薪为43.92万元。

实际上，克明食品是一家典型的家族企业，在董事会成员中，董事长陈宏、副董事长陈晖、董事段菊香分别是公司创始人陈克明的儿子、女儿和配偶。