

《高科奶业目前无偿经营太子奶》后续

# 谁在“捡”太子奶的“便宜”

管理人说：高科奶业在“学雷锋”，谁来接管我给谁 业内乳企质疑：免费接管会抢破头

12月4日，太子奶第一次债权人会议后，破产重整管理人北京市德恒律师事务所的陈建宏律师透露，高科奶业已经无偿经营太子奶资产4个多月。他还说，高科奶业经营太子奶资产是在“学雷锋”，目前根本没有任何机构愿意经营。

有意思的是，记者12月5日采访国内多位饮料业人士后发现，很多企业都表示这是在“捡便宜”，就连李途纯以及太子奶集团创业团队也表示愿意接手经营。这份协议的合理性受到业内质疑。

■记者 邢云 见习记者 苏邹滔子

## 【管理人】谁来接管我给谁

12月4日下午3时，太子奶第一次债权人会议后，管理人陈建宏和媒体沟通时，对高科奶业无偿经营太子奶一事大加褒扬。

陈建宏说，在这个事情上，实际上是“黑了”高科奶业一把。为了维护这个品牌的生产经营和持续性，管理人想到了委托经营的方式，让委托企业“自负盈亏”。本报记者当场提出，委托经营“自负盈亏”是否意味着高科奶业不需要支付任何成本无偿经营太子奶的资产。

## 【业内企业】没有这样的好事吧

“有这么好的事情，不可能吧”，一家国内饮料大型企业的湖南区负责人称，“如果真有这么好的事情，那企业会抢破头”。

上述人士分析：太子奶虽然日渐式微，但其品牌影响力和市场网络依然存在，“稍微健康运营，就能盈利，特别是在免费经营的情况下，接手企业不必承受更大的风险”。

湖南本土一位乳企相关负责人表示：如果能免费使用太子奶的基

“律师不会干吃亏的事情。”陈建宏说，也曾想过找太子奶原来的管理团队来经营，或者重新找一个团队来经营，几乎找了所有能找的人，“没有更好的选择”。高科奶业委托经营的4个月内，光设备维护费就花了132万元。说到激动时，陈建宏甚至说，媒体可以发通知出去，“谁来接管我给谁”。

陈建宏还举了一个例子。去年，湖北黄冈的太子奶基地，6000万元都拍卖不出去，那里资产以前也价值10个亿。

地、研发力量、市场网络，“对任何乳企来说都是天大的好事。”

一位梁姓企业主也表示出接“馅饼”的意愿，“相信任何一位商人都不会放弃这样的机会，关键是风险极低，收益却有无限想象空间。”

但上述接受采访人士一致认为：让别的企业或个人免费经营太子奶资产，可能性为零。来自长沙的债权人曾健文表示，政府应该考虑由创业团队重新经营太子奶。



12月4日上午，株洲市体育馆，太子奶债权人大会在此举行，会场保安措施严格。 记者 童迪 摄

## 【知情者】李途纯方有意接手

其实，李途纯更想重新经营太子奶。5日上午，一位知情人士向本报透露，太子奶债权人会议前，李途纯代理律师曾与李途纯会面，李提出，只要把企业重新交给他和创始团队，他在半个月之内安定经销商，一个月内恢复生产。李途纯还提出了经营目标，一年内销售做到10亿元、2年内销售做到20亿元。企业经营中产生的利润，全部用于继续发展和还债。

一位太子奶原高管也告诉记者，在高科奶业的托管下，太子奶的利润每况愈下，2008年太子奶公司的营业收

入接近20亿元，高科奶业托管后的2009年2月1日至12月31日，高科奶业完成销量5.34亿元。今年1-9月份，太子奶销售2亿余元。在第一次债权人会议后，高科奶业新闻发言人王琳也表示，这两个月是淡季，高科奶业处于亏损状态。

而值得注意的是，“活雷锋”高科奶业也出现在太子奶的债权人名单上，申报金额为1.89亿元。高科奶业方面称，这部分债权主要是替太子奶偿还一定比例债务之后承接原债权而来。但是，该笔债务尚未得到认可。

## 【真相】

### 高科奶业实际控制太子奶

上述太子奶原高管称，从2009年初高科奶业托管太子奶以来，太子奶不但没救活，反而一步步被蚕食：从最初的所有利润用来帮助太子奶还债，后来一度转变为每年上交5500万租金，现在则是无偿使用太子奶资产和品牌，已经转变为太子奶的实际控制者。

陈建宏披露，湖南“太子奶”拥有的核心资产包括位于株洲市栗雨工业园近40万平方米土地使用权、20多万平方米建筑物所有权、422个有效商标（其中包括2个“中国驰名商标”）、31个有效专利、约6800台（套）机器设备、办公设备及运输设备等。

## 延伸阅读

### 太子奶有望东山再起

曾经在中国乳酸菌饮料行业占据龙头地位的“太子奶”，因为各种原因债台高筑，从2008年开始陷入严重经营危机。地方政府和资本业界一些人士认为，“太子奶”在发酵型乳酸菌奶饮料行业中的技术、产销量、市场占有率等，仍具有领先实力。拥有品牌知名度、美誉度和较为完善的销售网络，通过资本运作恢复持续经营能力，仍有望东山再起。 ■据新华社

中国邮政集团公司 中共湖南省委宣传部 祝贺 **文萃报**

**列为中国邮政重点发行畅销报刊**

《文萃报》明年扩版调价致读者

亲爱的读者朋友，从明年元月1日起，《文萃报》在保持每周两期报纸不变的基础上，每期报纸版面将扩大1倍，信息量相应翻番，但报纸价格只上调46%，全年订价由现在的66元调至96元，零售价每份1元不变；《文萃报·月刊》全年定价96元，零售每份8元。

这次扩版是本报年初做了一次大规模的读者问卷调查之后，权衡各方意见、理性分析市场才做的决定。扩版后的《文萃报》将在保持报纸原有风格特色的基础上，与时俱进、求新求特，力求打造出一张更受读者喜爱的报纸。

《文萃报》编委会

**小报纸 大品牌**