

食品公司 融资概要

中鼎资产管理有限公司

目录

- 项目简介及投资亮点
- 市场痛点、现状及机遇
- 商业模式
- 发展战略
- 核心竞争力
- 战略与规划
- 创始团队
- 股权结构
- 财务预测
- 融资计划

项目简介及投资亮点

食品公司是京东创始人在电商平台做大做强后，向产业链上游的海外品牌食品公司和品牌经销、运营拓展的新方向，通过收购、参股、全权国内代理和运营等方式，旨在建立类似达能和雀巢这样的国际食品公司，以迎合国内消费升级和食品安全关注提升的需要。

公司战略与规划

- 澳大利亚、新西兰、日本、韩国等为主要投资市场
- 食保、母婴、个护等为主要投资领域
- 未来三年筛选30至50个优质品牌进行股权投资或控股收购
- 把控供应链上游
- 为被投品牌实现贸易、营销、运营、渠道等全产业链的本土化
- 降低分销流通成本
- 精准把握市场需求，解决国内食品安全问题
- 为消费者提供更广泛的国际品牌做选择

投资亮点

- 大平台的纵向拓展，难得的初期发展投资机会
- 随着中产阶级崛起和消费升级，行业发展空间巨大
- JD集团强大的网络优势和资源支持
- 经验丰富的管理团队，强大的执行能力
- 预计5年之内实现IPO或借壳上市，否则公司提供回购

投资结构和主要条款

投资结构

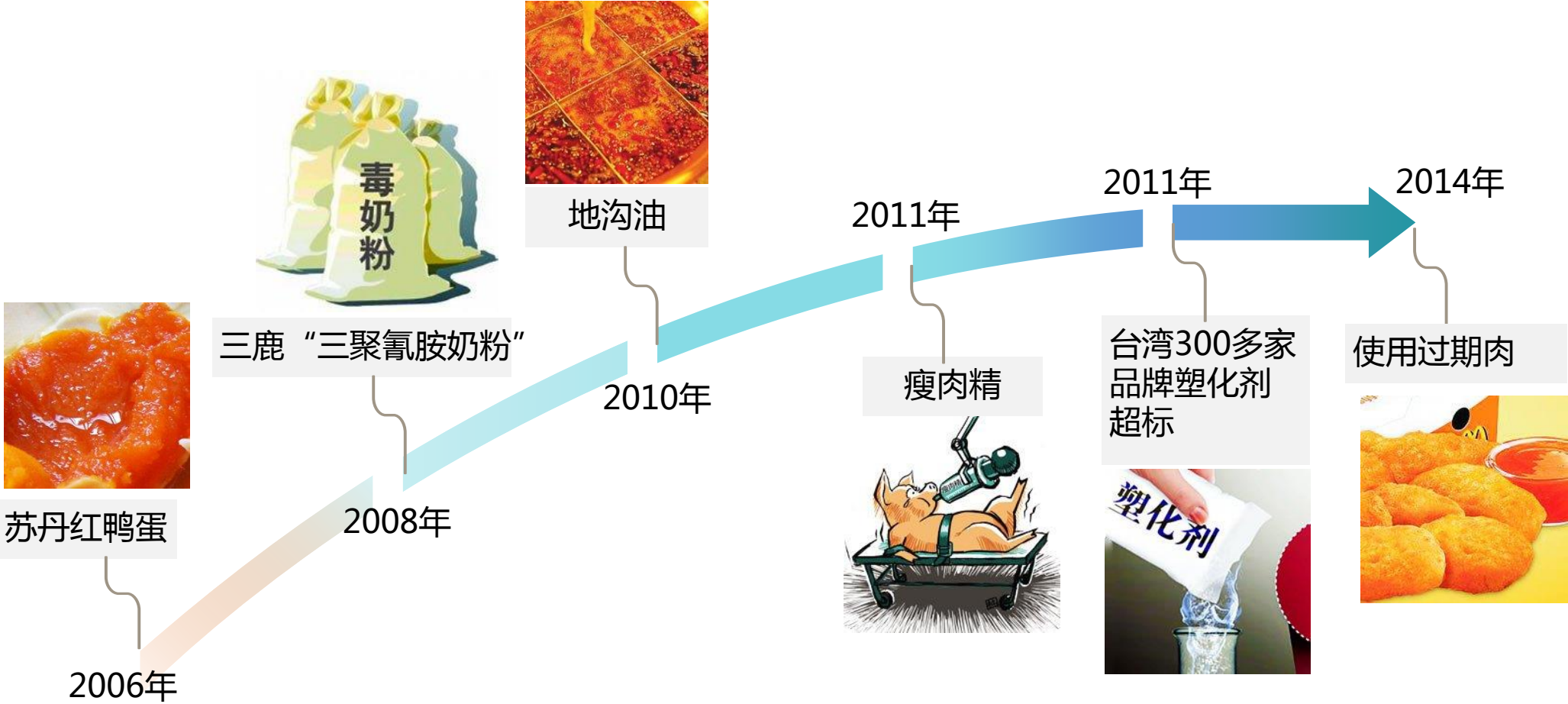
- 投资主体：专项私募股权基金，有限合伙形式
- 投资标的：JD食品公司（内资公司）
- 出资货币：人民币
- 基金管理人：中鼎资产管理有限公司
- 投资顾问：中俄基金（隶属于中国投资有限公司）
- 投资期限：5年，管理人会根据上市进程尽早安排投资退出事宜。
- 认购费：1%（价外收取）；
- 管理费：每年2%（每年收取，价内收取，预提3年，后2年从基金收益中提取）；
- 业绩分成：如果投资人的年化收益超过8%，则管理人将获得全部投资收益的20%

主要条款

- 投前估值：5亿美金的等值人民币
- 投资总额：1亿美金的等值人民币
- 清算优先权：有
- 优先认股权：有
- 随售权：有
- 反稀释权：有
- 信息权：有
- IPO：在2020年12月31日之前，公司承诺将在中国大陆或香港、美国的交易所首次公开发行（或在这些交易所借壳上市）
- 投资回购：在资金到位后，如在5年之内没有发生合格IPO，投资人有权要求公司的控股股东以8%的年化收益率（IRR）全额现金回购其所持有的股份（基于原始投资本金计算）。如中国证监会官方宣布或虽未宣布但事实暂定A股IPO的审核和登记，那么相应暂停时间不计入5年总时间的计算，但即使在此等情况下，合格IPO最晚不得超过7年。

市场痛点：食品安全危机

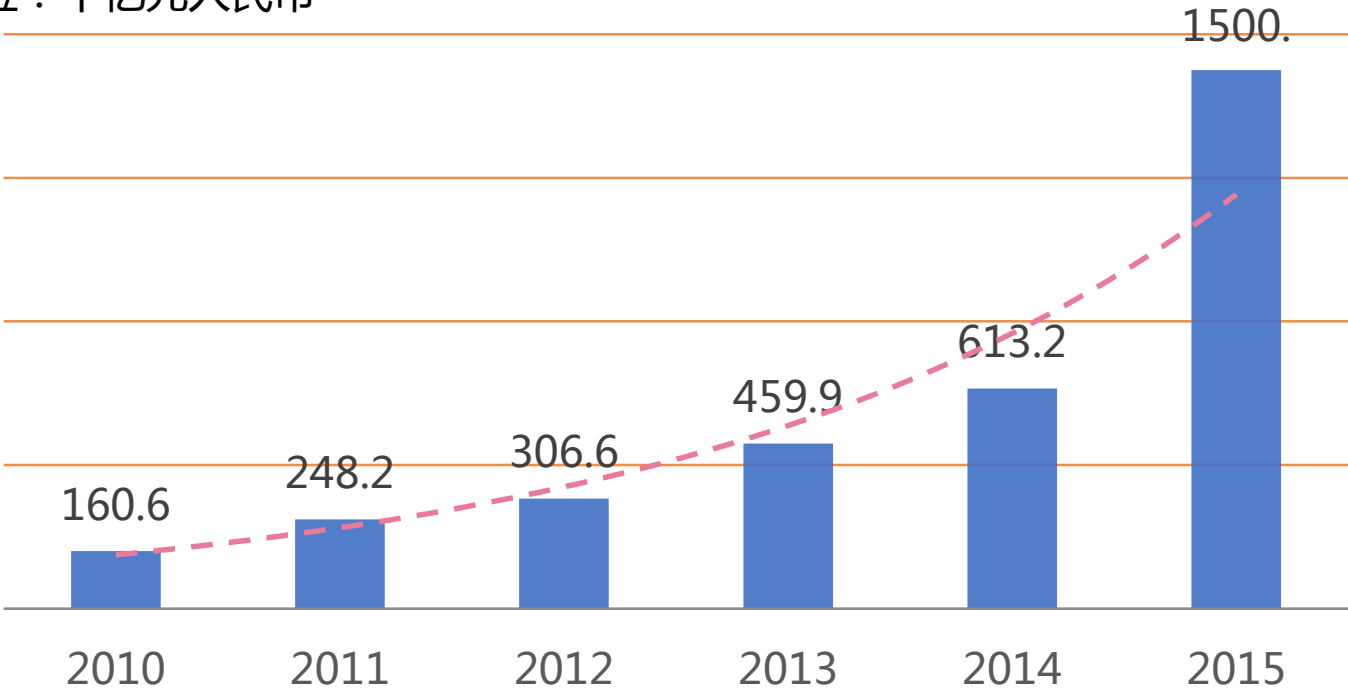
大事件



市场现状：境外消费大幅增加

境外消费的大幅增加，推动了海外代购和跨境电商的崛起

单位：十亿元人民币

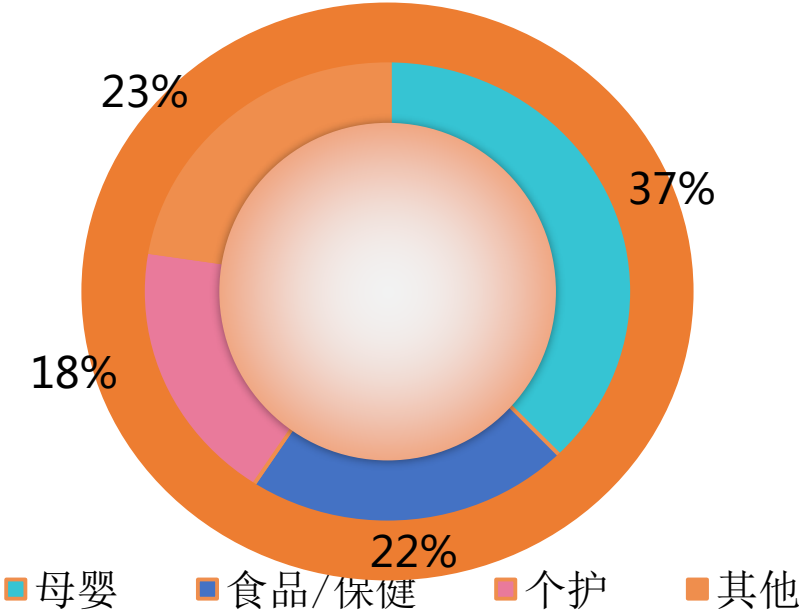


数据来源：中国电子商务研究中心

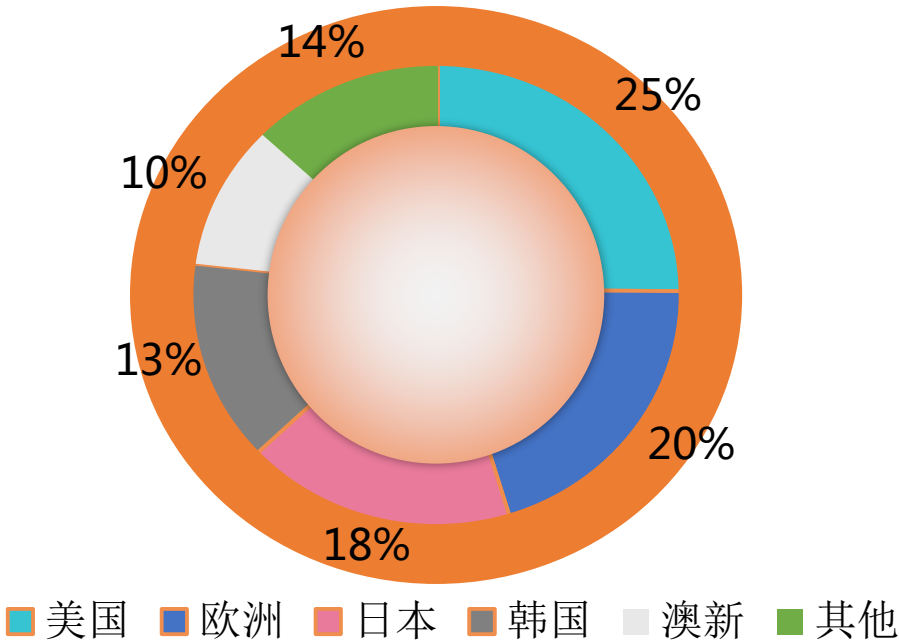
市场现状：主流需求及市场格局逐渐清晰

母婴、食品保健、个护化妆等消费品为主流需求；欧美、日韩、澳新为主流市场

各品类跨境销售额占比



各国跨境品牌数量占比

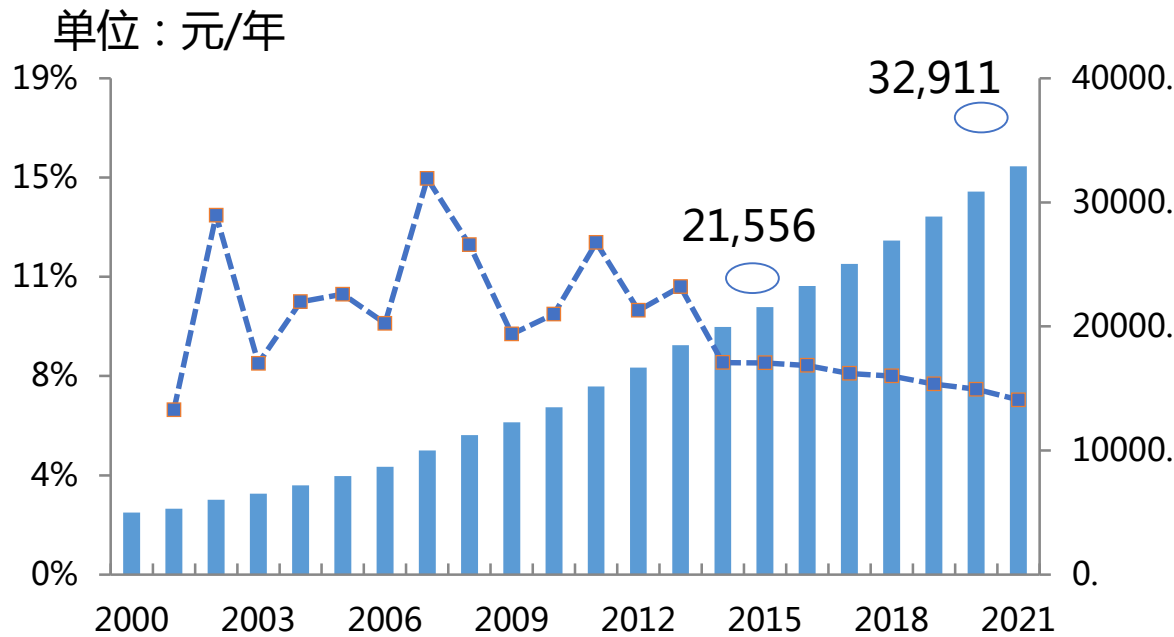


注：欧美市场的主流品类为礼品箱包、运动户外
数据来源：京东数据，国家统计局

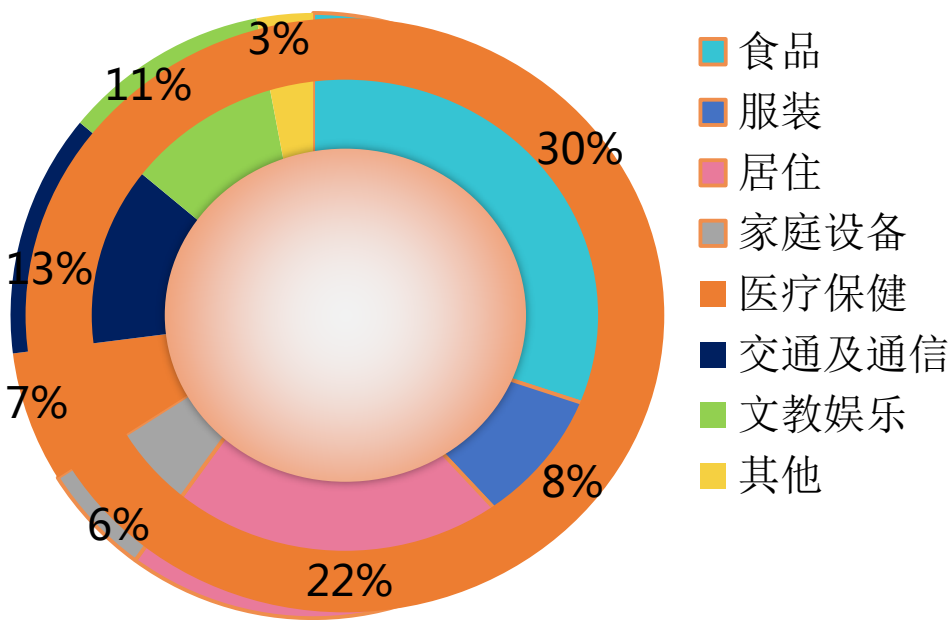
市场机遇：中国消费水平稳定增长，民以食为天

2014年食品消费占比超过30%

中国人均消费额及增长率



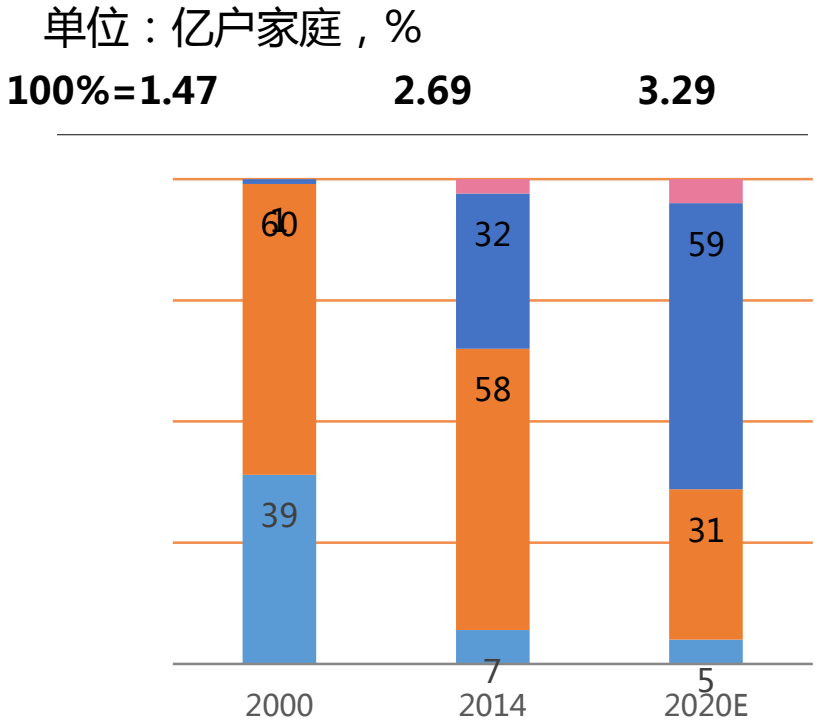
2014年中国人均消费比例



注：中国人均消费额为中国城镇居民家庭人均现金消费支出。
数据来源：国家统计局，wind资讯

市场机遇：城市中产阶级快速崛起，消费升级

全球挑好货的目标城市家庭群体为富裕和中产阶级



		家庭年可支配收入 (元)	复合增长率	
			2000-2014	2014-2020E
			4.4	3.4
富裕	> 229,000		20.3	15.2
中产	106,000 – 229,000		34.0	14.3
大众	37,000 – 106,000		4.2	-6.7
贫困	< 37,000		-7.5	-2.6

消费观

消费升级 理性消费

品牌忠诚度高 注重长期价值

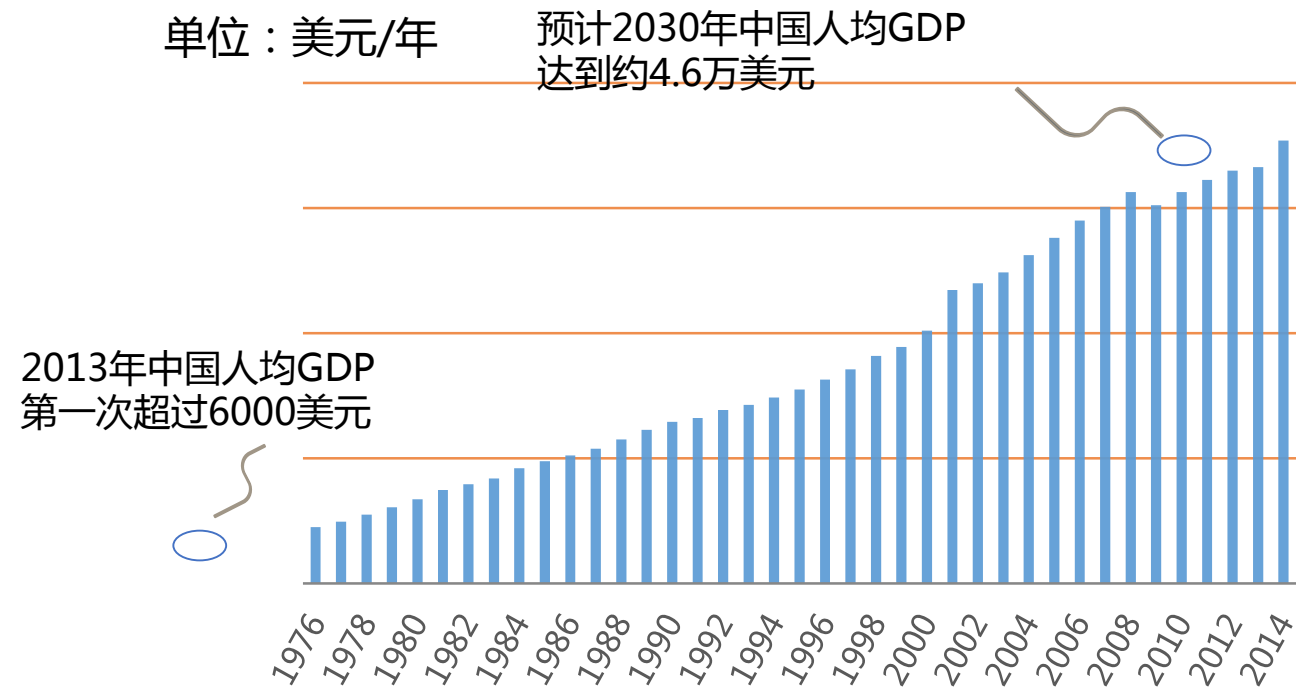


全球挑好货

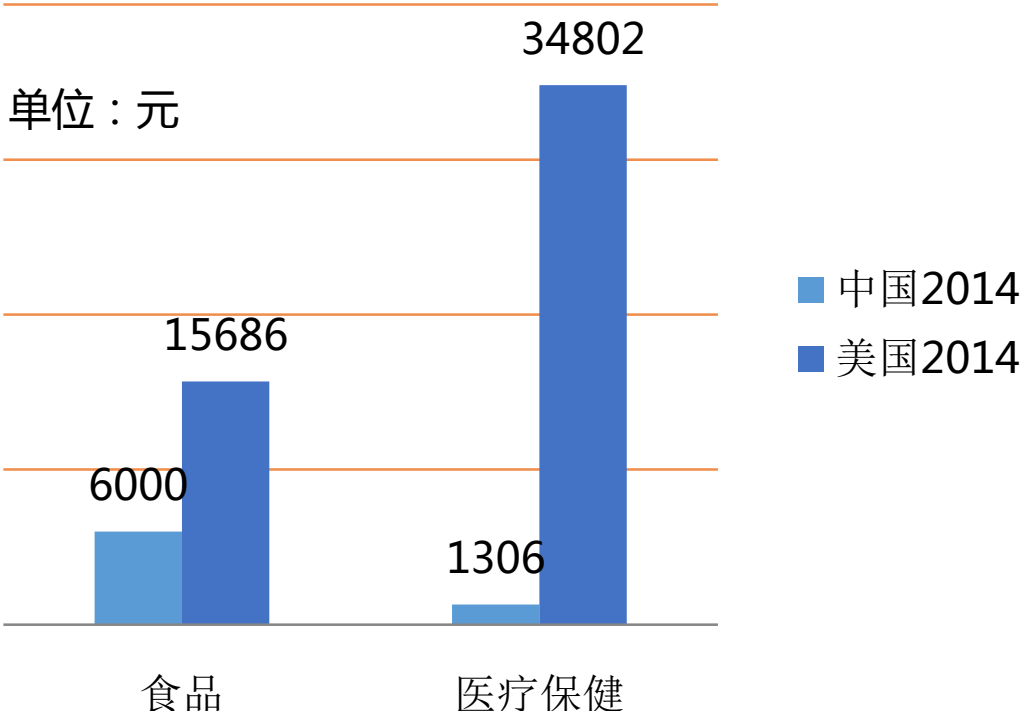
市场机遇：中国人均GDP进入中等富裕阶段，迎来20-40年持续消费升级的窗口

中美人均GDP存在20-40年的差距，美国人对食品和保健的消费、及生活品质仍在不断提升

美国人均GDP



中美消费对比



注：国家总理李克强2013年5月：“中国人均GDP已达到6000美金，进入了中等收入的阶段，消费升级空间广阔”。
数据来源：中国国家统计局，美国经济分析局，世界银行报告《2030年的中国》

商业模式

对海外优质品牌进行战略投资，把控供应链上游

澳大利亚、新西兰、日本、韩国等为主要投资市场，食保、母婴、个护等为主要投资领域，筛选优质项目进行股权投资或控股收购，把控供应链上游

为品牌进入中国市场提供全方位准入方案

为被投品牌实现贸易、营销、运营、渠道等全产业链的本土化，降低分销流通成本

为中国消费者提供优质可靠的消费品

精准把握市场需求，解决国内食品安全问题，为消费者提供更广泛的国际品牌做选择

成功企业先例

雀巢

以乳制品起家，后通过收购兼并成为全球第一大食品公司，拥有饮料、调味品、宠物食品、巧克力、冰淇淋等多元化产品线。

2014年收入900亿美元，利润140亿美元，市值2280亿美元

达能

世界著名的食品集团，通过一系列的收购、合资和合作，业务遍及世界120多个国家和地区，旗下拥有多个知名品牌，如依云、脉动、益力、乐百氏等。

2014年收入超过280亿美元，市值将近400亿美元

利洁时

以生产各种快消品著称，以占据细分市场第一名为策略，健康、卫生和家居护理组合共有19个全球强势品牌，包括滴露、杜蕾斯等品牌，净收入贡献高达70%。2014年收入125亿美金，利润46亿美金，市值610亿美金

发展战略

未来3年
参/控股
30至50个
品牌公司

- 澳大利亚、新西兰、日本、韩国等为主要投资市场
- 食保、母婴、个护等为主要投资领域
- 未来三年筛选30至50个优质品牌进行股权投资或控股收购
- 把控供应链上游
- 为被投品牌实现贸易、营销、运营、渠道等全产业链的本土化
- 降低分销流通成本
- 精准把握市场需求，解决国内食品安全问题
- 为消费者提供更广泛的国际品牌做选择

目前食品公司正在大力推进的投资项目情况：

- 食品行业，主营业务是巧克力及相关甜食，属于中高端产品。年销售额为1500万港币，毛利约50%，今年年初刚进入伦敦和德国市场，迄今销售额约30-40万港币。
- 食品行业，主营业务是海参和鲍鱼，年销售额约4000万港币；
- 食品行业，主营业务是澳洲龙虾，年销售额为3-4亿美元，其中90-95%的销售额来自中国市场；
- 食品行业，主营业务是功能性蜂蜜，年销售额约1.5亿港币，毛利率保持在50%左右，JD全球购年销量约为800万人民币
- 个护行业，主营业务是药用护肤品，年销售额约1.2亿港币。

发展战略

未来3年

参/控股

30至50个

品牌公司

经销权购买（项目储备举例）

公司加工生产功能性健康食品、饮料及营养性食品原料，如生物活性产品，纤维营养补充品，能量棒，压缩果汁、水果饮料等。目前功能性食品行业飞速发展，公司主打自然健康概念，致力于做到比其他竞品富含更多营养，更加方便携带。

高端有机食品生产销售商，主营食品包括有机巧克力、坚果、燕麦等。产能充沛，澳洲市场口碑良好，已有成功进入欧洲市场先例。

海鲜捕捞及加工厂商，垄断海参与鲍鱼捕捞行业，成本较低

股权购买（项目储备举例）

专注生产羊年产品的品牌厂商，上架新西兰国内个大型商超的知名羊奶粉品牌。奶源稳定，有专供农场，年销售额高，计划拓展澳洲和中国市场。

著名的冰淇淋品牌，生产及销售各种口味的无人工香料和防腐剂的冰淇淋，主要销售于超市、便利店、酒店及餐厅等。全球出口市场包括马拉西亚及太平洋岛屿。

母婴护肤品项目，生产销售天然有机婴儿和孕妇护肤品，向医疗和母婴机构提供医疗级别的产品。除澳新地区外，在美国、香港和韩国也有一定市场。

有机谷物、坚果及燕麦食品生产商。旗下品牌在澳洲、新西兰等国大型超市和便利店均有销售，已出口至全球超过32个国家。

核心竞争力

上游供应链的把控最为核心，是持续为中国消费者提供优质海外商品的保证



{ 选品能力 }

行业能力

投资并购能力



{ 品牌能力 }

贸易、通关能力

营销、新媒体能力

运营、物流能力

渠道、销售能力



{ 渠道能力 }

线上：全品类B2C及Marketplace电

商、垂直电商、跨境电商、代购等

线下：代理商、超市卖场、专业连锁

、百货、购物中心、折扣店、便利店

等

创始团队



刘强东，董事长

京东创始人及CEO



江健，销售VP

- ❏ 2002年加入京东，拥有14年电子产品领域的批发、零售及渠道经验
- ❏ 曾创立京东家电业务，实现环比10倍的销售增长，占领行业自营B2C市场份额50%以上
- ❏ 率领京东帮4-6级市场渠道下沉，年开店数量逾1300家



孙加明，CEO

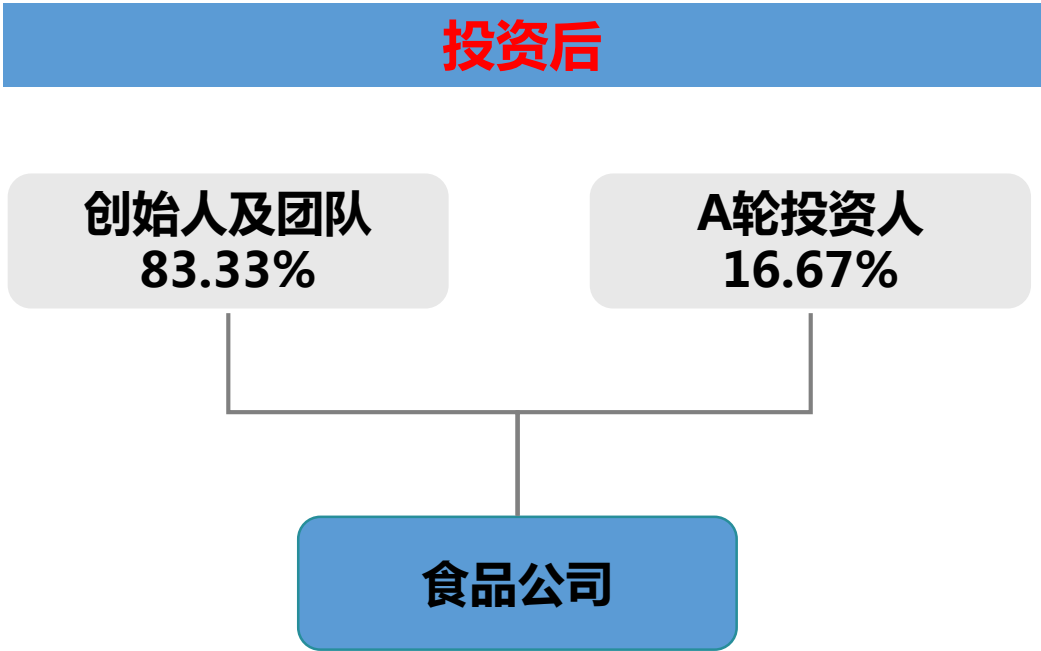
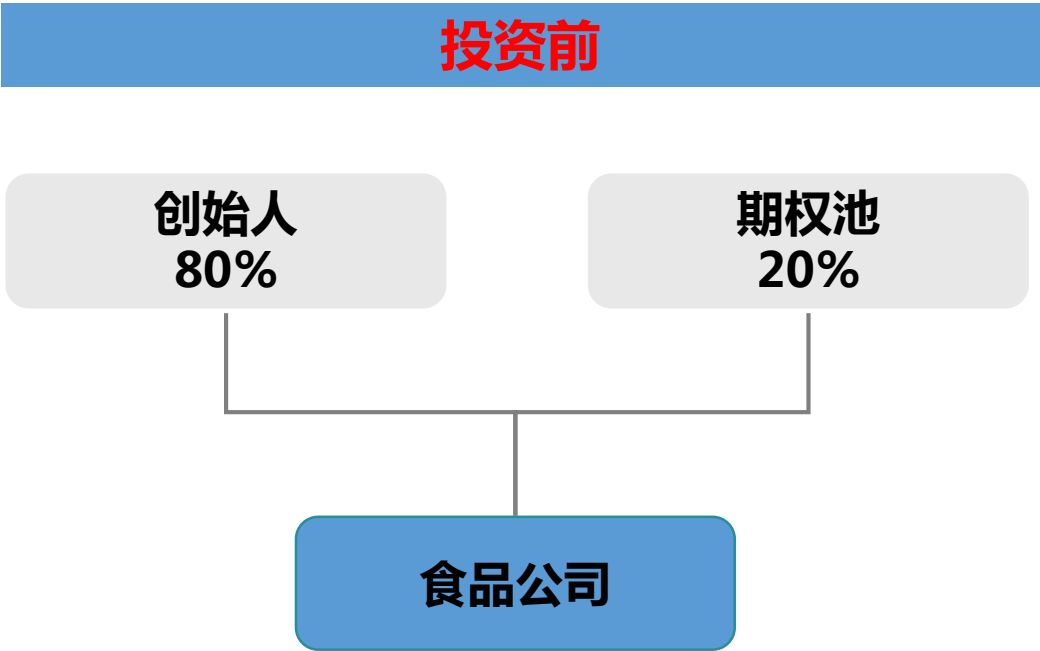
- ❏ 毕业于北京大学
- ❏ 2001年加入京东，拥有15年3C及消费品领域批发、零售及渠道经验
- ❏ 曾带领京东3C业务实现连续8年200%的年销售增长、消费品业务连续2年100%的年增长
- ❏ 开拓京东印尼市场，海外业务拓展经验丰富



许庆飞，投资VP

- ❏ 毕业于清华大学，并取得美国沃顿商学院MBA学位，曾攻读金融、会计、计算机、创业管理、运营管理等专业
- ❏ 拥有4年投行、私募、FOF经验，为企业融资达500亿美金，联合投资顺丰10亿美金
- ❏ 曾创立京东全球购，年销售增长12倍，拥有丰富的跨境电商行业及海外业务拓展经验

股权结构

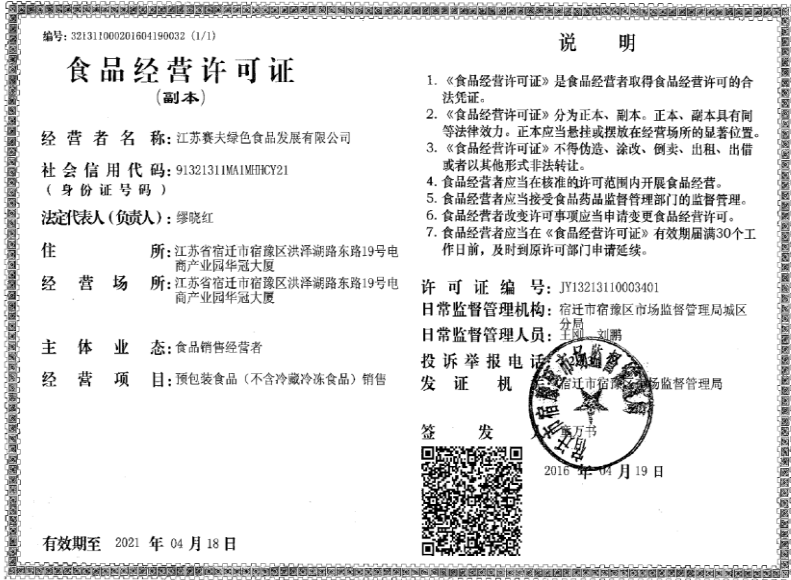


目前标的公司：江苏赛夫绿色食品发展有限公司

详细股权比例及执照

公司目前详细股权比例为：

股东姓名或名称	出资数额（万元）	比例
江苏赛夫贸易有限公司	12000	60%
宿迁赛夫投资管理中心（有限合伙）	4000	20%
刘强东	1600	8%
章泽天	400	2%
陈夫兰	2000	10%
合计	20000	100%



财务预测

财务相关（基础情形）：

- 管理层计划未来三年参/控股30至50个品牌，食品公司以独家代理商的身份帮助被投品牌开拓中国市场
- 优质海外品牌，中国大陆地区首年销售额超5000万元，五年复合增长率40-50%（根据京东全球购实际数据保守预测）
- 参照海外上市公司年报，代理商毛利25-40%
- 食品公司不需要承担单个品牌推广的营销费用，主要是品牌方承担。但食品公司自身的营销费用，会承担，预计占收入比例很小
- 在管理层预测基础上显著打折，相对保守预计，2020年营收超100亿元，净利润约15亿元

回报相关（基础情形）：

- 预计2020年底，以25倍P/E退出（参考国际食品上市公司的目前交易估值的低端）
- 预计回报倍数：~6倍
- 预计内部回报率：~50%

财务预测

预计2020年食品公司销售额达到100亿元，约占1%海淘市场份额。仅以目前京东平台12%的市场占有率计算，100亿元规模已较为保守，更不用提天猫、蜜芽宝贝、洋码头等其他电商平台，以及永辉超市、沃尔玛、家乐福等线下渠道。

食品公司不需要承担单个品牌推广的营销费用，主要是品牌方承担。但食品公司自身的营销费用，会承担，预计占收入比例很小，考虑投资收益后食品公司净利率~15%。

Income statement (\$ mn)		2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Revenue		70.0	249.0	525.5	957.4	1,547.7	2,293.9	3,204.5
COGS		49.4	175.6	369.9	673.3	1,087.7	1,611.4	2,250.2
Gross profit		20.6	73.4	155.6	284.1	459.9	682.5	954.2
Gross margin		29%	29%	30%	30%	30%	30%	30%
Selling & marketing		(4.9)	(16.8)	(33.8)	(58.7)	(89.8)	(125.6)	(164.9)
Distribution cost		(2.1)	(6.9)	(12.8)	(21.7)	(33.7)	(48.7)	(66.9)
G&A cost		(7.0)	(24.3)	(49.6)	(87.4)	(136.2)	(196.5)	(269.9)
HQ cost		(0.8)	(1.2)	(1.8)	(2.4)	(3.1)	(4.0)	(5.1)
Rent		(0.4)	(0.4)	(0.4)	(0.5)	(0.5)	(0.5)	(0.5)
Salary		(0.5)	(0.8)	(1.4)	(1.9)	(2.6)	(3.5)	(4.6)
Operating Income		5.8	24.2	57.5	114.0	197.1	307.7	447.5
Invest Income		4.3	14.2	29.0	50.6	77.9	111.0	150.3
EBT		10.0	38.4	86.5	164.7	275.0	418.7	597.8
Cumulative loss		5.8	29.9	87.5	201.5	398.6	706.3	1,153.8
Tax	25%	(1.4)	(6.0)	(14.4)	(28.5)	(49.3)	(76.9)	(111.9)
	25%		25%	25%	25%	25%	25%	25%
Net income		8.6	32.3	72.1	136.2	225.7	341.8	485.9
		12%	13%	14%	14%	15%	15%	15%

财务预测假设

Strategic Investment (\$ mn)	Year						
	1	2	3	4	5	6	7
Rev. growth		70%	55%	40%	30%	20%	20%
Gross margin	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%
Selling & marketing / Rev.	7.0%	6.5%	6.0%	5.5%	5.0%	4.5%	4.0%
Distribution cost	3.0%	2.5%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%
G&A	10%	9.5%	9.0%	8.5%	8.0%	8.0%	8.0%
D&A	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Revenue	10.0	17.0	26.4	36.9	48.0	57.5	69.1
COGS	7.0	11.9	18.4	25.8	33.6	40.3	48.3
Gross profit	3.0	5.1	7.9	11.1	14.4	17.3	20.7

Authorization (\$ mn)	Year						
	1	2	3	4	5	6	7
Rev. growth		70%	55%	45%	35%	25%	25%
Gross margin	28%	28%	28%	28%	28%	28%	28%
Selling & marketing / Rev.	7.0%	6.5%	6.0%	5.5%	5.0%	4.5%	4.0%
Distribution cost	3.0%	2.5%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%
G&A	10%	9.5%	9.0%	8.5%	8.0%	8.0%	8.0%
Revenue	10.0	17.0	26.4	38.2	51.6	64.5	80.6
COGS	7.2	12.2	19.0	27.5	37.1	46.4	58.0
Gross profit	2.8	4.8	7.4	10.7	14.4	18.1	22.6

Cash flow (\$ mn)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Operating income after tax	4.3	18.1	43.1	85.5	147.8	230.8	335.6
D&A	-	-	-	-	-	-	-
Working capital change	(1.2)	(3.0)	(4.6)	(7.2)	(9.8)	(12.4)	(15.2)
CFO	3.1	15.2	38.5	78.3	138.0	218.3	320.4
CAPEX	-	-	-	-	-	-	-
Investment	(62.0)	(135.3)	(174.2)	(239.6)	(263.5)	(289.9)	(318.9)
CFI	(62.0)	(135.3)	(174.2)	(239.6)	(263.5)	(289.9)	(318.9)
Pre A	130.8						
Series A		250.0					
Series B			600.0				
CF	130.8	250.0	600.0	-	-	-	-
Cash change	71.9	129.9	464.3	(161.2)	(125.5)	(71.5)	1.6
Beg. Cash	-	71.9	201.8	666.1	504.8	379.3	307.7
End. Cash	71.9	201.8	666.1	504.8	379.3	307.7	309.3
Balance sheet (\$ mn)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Cash	71.9	201.8	666.1	504.8	379.3	307.7	309.3
AR	1.2	4.2	8.8	16.0	25.8	38.2	53.4
Inventory	2.1	7.3	15.4	28.1	45.3	67.1	93.8
FA	66.3	215.8	419.0	709.2	1,050.6	1,451.5	1,920.7
Assets	141.4	429.0	1,109.2	1,258.0	1,501.0	1,864.6	2,377.2
AP	2.1	7.3	15.4	28.1	45.3	67.1	93.8
Equity	139.4	421.7	1,093.8	1,230.0	1,455.7	1,797.5	2,283.4
Liability and equity	141.4	429.0	1,109.2	1,258.0	1,501.0	1,864.6	2,377.2

估值说明

1、京东全球购，去年4月成立，成立第一年做了20亿的销售。国内海淘市场规模，2015年在2400亿人民币，预计18年达到1万亿。每年增长60%左右。如果京东全球购占到海淘市场的15%，那么全球购的交易量就能达到1500亿。京东食品假设只在全球购销售，5年卖到100亿应该问题不大。

2、可比上市公司的估值（退出假设使用）

	Share Price (Local)	% of 52 Week High	Equity Value (US\$m)	Price / Sales			Enterprise Value / EBITDA			Price / Earnings		
Company Name				2015A	2016E	2017E	2015A	2016E	2017E	2015A	2016E	2017E
Euro listed												
Danone	60.4	90.8%	45,038	1.8x	1.8x	1.7x	14.6x	13.1x	12.2x	30.9x	21.3x	19.6x
Nestle Sa-Reg	72.6	94.3%	238,859	2.6x	2.6x	2.4x	15.8x	14.3x	13.6x	25.5x	22.8x	21.3x
Average				2.2x	2.2x	2.1x	15.2x	13.7x	12.9x	28.2x	22.0x	20.5x
High				2.6x	2.6x	2.4x	15.8x	14.3x	13.6x	30.9x	22.8x	21.3x
Low				1.8x	1.8x	1.7x	14.6x	13.1x	12.2x	25.5x	21.3x	19.6x
US listed												
Campbell Soup Co	66.5	99.6%	20,558	2.5x	2.6x	2.5x	17.2x	13.7x	13.2x	29.8x	23.8x	21.8x
Whitewave Foods Co	44.1	84.0%	7,807	2.0x	1.8x	1.7x	21.9x	17.1x	15.0x	46.4x	33.6x	27.1x
General Mills Inc	64.7	98.8%	38,470	2.2x	2.3x	2.3x	17.6x	13.9x	13.5x	31.5x	22.3x	21.3x
Hershey Co/The	93.2	95.6%	19,878	2.7x	2.7x	2.6x	17.3x	12.8x	12.2x	38.8x	21.6x	20.4x
Kraft Heinz Co/The	86.3	99.6%	104,986	5.7x	3.9x	3.9x	34.9x	16.5x	14.7x	165.6x	27.2x	22.2x
Kellogg Co	77.3	99.0%	27,062	2.0x	2.0x	2.0x	21.5x	13.8x	13.8x	44.1x	24.1x	20.9x
Mondelez International Inc-A	44.9	92.3%	69,610	2.3x	2.6x	2.5x	8.8x	17.6x	15.9x	9.6x	25.8x	21.9x
Average				2.8x	2.6x	2.5x	18.9x	14.9x	13.9x	52.2x	25.5x	22.2x
High				5.7x	3.9x	3.9x	21.9x	17.1x	15.0x	165.6x	33.6x	27.1x
Low				2.0x	1.8x	1.7x	17.2x	13.7x	13.2x	9.6x	21.6x	20.4x
HK listed												
China Foods Ltd	2.8	43.1%	1,009	0.3x	0.3x	0.3x	9.6x	7.4x	6.9x	99.0x	15.7x	16.7x
Global												
Average				2.4x	2.3x	2.2x	17.9x	14.0x	13.1x	52.1x	23.8x	21.3x
High				5.7x	3.9x	3.9x	34.9x	17.6x	15.9x	165.6x	33.6x	27.1x
Low				0.3x	0.3x	0.3x	8.8x	7.4x	6.9x	9.6x	15.7x	16.7x

Source: Bloomberg, 2016/5/12

估值说明

3、国内一些类似项目融资的情况（即大平台或知名企业家的新创公司）

小米科技：2010年底首轮融资估值2.5亿美金，目前估值450亿美金；

乐视移动：2015年首轮融资估值45亿美金；

魅族：2014年首轮融资估值超过200亿人民币；

乐视体育：2015年首轮融资估值28亿人民币，2016年B轮融资投前估值135亿人民币；

蚂蚁金服：2015年首轮融资估值300亿美金；

京东金融：2016年首轮融资估值460亿人民币。

回购条款

如在本轮投资到位之日起满五年内没有发生合格IPO，则中鼎资产管理有限公司或其所管理的基金（以下简称“中鼎”）有权要求公司以8%的年化收益率（IRR）全额现金回购其所持有的股份（基于原始投资本金计算，原始投资本金包括初始投资的本金及后续期权行权投资的本金）。

投后管理

中鼎团队及其投资顾问将保持跟食品公司管理团队的良好关系，通过日常监控、积极接触、季度报告、参与董事会等方式积极开展投后管理工作，借助中鼎（及其投资顾问）的国企股东背景以及国内外的合作伙伴网络帮助食品公司高效筛选品牌并促成最终合作，将向食品公司委派一名董事（董事会将由不超过五名董事组成），参与公司重大事项的决策判断。一些重大事项，如超过一定规模的关联交易、资产处置、发行股票和债券等等，还需要得到投资人提名董事的单独批准。

食品公司拟实施如下事项的，除应经股东会审议批准外，还需中鼎方面的同意方可实施

- 对公司章程的修改，如果对A轮投资人有不利或负面影响；
- 通过或修改年度商业计划及预算（含包括公司主要管理团队成员在内全体员工的工资总额的预算）；
- 以低于本次增资后的投后估值的定价进行新的股权融资，从而增加公司注册资本；
- 减少公司注册资本；
- 公司的合并、分立、解散；
- 变更公司的组织形式；
- 公司主营业务的变更；
- 审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- 更换由投资人提名的董事；

任何的股份分拆、股份合并和重组，首次公开发行新股或债券；除本次交易协议另有明确规定以外的公司股权结构变化。定期审阅并分析食品公司财务信息，中鼎将拥有充分的信息权和检查权。除基本的季度报告、年度报告以及董事会材料外，还将通过跟公司管理层的日常接触了解到第一手的月度经营信息和数据。

融资计划

阶段：A轮

总额：1亿美金等值人民币，占股16.67%，创始人跟投

资金用途：品牌投资、品牌代理和运营、平台建设

投资架构：通过专项PE基金（境内有限合伙）投入JD食品公司，基金期限5年；

- 认购费1%（一次性价外收入）；
- 管理费2%（每年收取，价内收取，预提3年，后2年从基金收益中提取）；
- 超额收益分成20%（收益超过年化8%，按总收益收取，项目退出时收取）

基金管理人：中鼎资产管理有限公司

投资顾问：中俄基金（隶属于中国投资有限责任公司 CIC）

管理公司

中鼎资产管理有限公司

基金业协会登记编号：P1031308 实缴注册资本1000万元

核心团队：

- 1、总经理： 杨忆风 前知名公募基金 董事长
- 2、投资总监： 某前知名PE基金 董事总经理
- 3、投资总监： 某前公募基金知名研究员

投资顾问

中俄投资基金有限公司

中俄投资基金是由中国投资有限责任公司与俄罗斯直接投资基金合作以有限合伙制形式设立，进行商业化运作，目标募集规模为20 至40亿美元。其中，20亿美元将由中方出资，10亿美元由俄罗斯直接投资基金出资，剩余资金将向第三方国际投资者募集。这项基金的70%将投资于俄罗斯 以及其他独联体国家的项目，30%的资金将投资于中国项目。

Thanks