

茅渊酒 携手泰国华联国际 成功进军东南亚市场

2017年,随着“一带一路”战略的实施,中国同东南亚各国尤其是新加坡、缅甸、泰国等国家的关系日益密切,无论是经济上还是文化上,各国之间开始更加重视交流和资源共享。在近期同根同梦全球华人联谊会系列活动中,这种国家之间的交流与和谐便有着明显的体现。特别是不少中国企业因此招商成功,使中国的国民品牌和产品走出国门,成为世界人民所喜爱的华人品牌。其中,缘起于中国国酒名产地贵州茅台镇的贵州省仁怀市茅台镇茅渊酒厂有限公司,在此次活动中大放异彩,与泰国华联国际达成战略合作伙伴关系,成功将茅渊酒品牌推向国际。

据了解,茅渊酒此次战略合作的伙伴,是享誉国际的泰中经贸促进会会长颂猜巴哇啦汶雅先生所创立的泰国华联国际投资集团有限公司。作为促进泰中经济、文化交流发展的带头人,颂猜先生不仅通过泰中经贸促进会为泰中两国分别招开招商引资对接会,产品推销对接会,更创立了全球航空(泰国)管理学院,为更多的泰中两国学生进行文化交流提供平台。而此次茅渊酒有幸和其旗下的泰国华联国际成功合作,势必将成为中泰两国交流的重要载体,这不仅意味着中泰两国经济交流日趋密切,更意味着中国民族企业逐步走向国际化。

此次招商,茅渊酒与泰国巨商张盛财会长签订了长期战略合作协议,将为泰国新加坡缅甸等东南亚国家长期生产供应茅渊酒。同时,也标志着茅渊酒将成为多种会议专供酒,茅渊酒品牌也将成功进驻泰国市常据悉,签约内容中明确指出,茅渊酒将成为享誉世界的亚洲选美泰国组委会贵宾专供酒,泰中企业友好交流平台泰中经贸促进会专享酒,更是一带一路新加坡发展基金会专用酒,同时,茅渊酒还将与泰国华联国际合作推出泰国茅台酒(散装或瓶装),意味着中国国酒茅台将成为具有泰国市场特色的国际品牌。

于企业而言,跨国招商带来的是广阔的市场丰富的利益;但对于品牌而言,茅渊酒既是代表中国民族品牌走向世界的成功典范,更是作为中外交流的文化符号。此次全球华人联谊会系列活动,茅渊酒的成功招商可谓意义重大,尤其是在“一带一路”战略实施效果甚好的大环境下,毫无疑问的为中国企业跨国合作提升了信心,也为经济交流增添了活力。

(据东方网)



景芝拟增资扩股 打响区域保卫战

■ 刘一博 武媛媛

山东景芝酒业股份有限公司(以下简称“景芝”)自今年7月收购齐民思酒业后,拟再引进战略合作伙伴实施增资扩股,进一步打响区域名酒保卫战。近日,记者获悉,该公司将于11月7日在其驻地召开2017年第一次临时股东大会,会议审议事项包括《关于更换部分董事的议案》、《关于深化管理改革,实施管理机制调整的议案》、《关于公司引进战略合作伙伴,实施增资扩股的议案》等10项内容。

山东作为白酒产销大省,2016年白酒产量以112.6万千升排名全国第三。虽然山东省地产酒品牌居多,但整体呈现小而散的特点,且并无具有代表性的强势白酒上市企业,主要集中在中低端白酒市场,巨大的市场容量吸引多家白酒企业蠢蠢欲动。其中,茅台酱香酒今年针对山东市场提出三大发展战略,并加大对山东市场的支持力度,提出全年不低于10亿市场投入,允许亏损三年;规划600-1000人团队建设等,推进山东市场精细化操作,并喊出“势在必得”的口号。据了解,茅台酱香酒定位大众酱香,将对聚焦在中低端白酒市场的鲁酒形成直接冲击。除茅台外,五粮液、洋河股份、泸州老窖、沱牌舍得等品牌早已在山东市场进行深耕挖掘。在此背景下,景芝、花冠、兰陵、古贝春等鲁酒知名品牌,既要进行根据地建设,又要推动产品结构上的覆盖,在与全国性白酒品牌形成直接竞争的情况下,市场份额遭到分食。

而作为鲁酒龙头的景芝,今年以来为抵御外来强势酒企打压,早于今年7月初推进区域整合,成功收购同省酒厂山东齐民思酒业有限公司(下称“齐民思”),资料显示,齐民思成立于2004年,前身为山东寿光酿酒总厂,拥有固定资产1.6亿元,年产商品酒3.5万吨,销售收入过亿元。目前景芝酒业主力产品主要在百元价格带,收购齐民思可弥补其低端白酒市场份额,辅助景芝聚焦中高端白酒市场,并向高端白酒市场聚拢,增加企业综合竞争力。值得一提的是,景芝方面曾公开表示,收购齐民思之后,未来近五年,景芝将聚焦核心品牌,核心市场以及战略布局,集中全力冲击百亿目标。

业内人士指出,景芝此次拟引进战略合作伙伴,进行增资扩股,打响区域市场保卫战的同时,也进一步向其战略目标发力。就行业而言,随着经济环境发生变化,消费者对品牌的重视度提高,产品价格升级等因素均推动鲁酒快速整合。鲁酒通过省内或跨省整合可以产生具有领导性质的大型企业,领导整个行业标准并支撑中端、中高端的产品市场。目前以景芝为代表的区域酒企已经迈开整合步伐,山东白酒市场或将进入洗牌期。

收编“长城” 中粮集团推进酒业混改

■ 王叔坤

近日,中粮集团旗下上市公司中国食品发布公告,宣布向控股股东中粮集团全资附属公司出售所持有的全部酒品类业务及其他非饮料业务,其中包括“长城”葡萄酒的生产及分销,对价合计14亿港元。

交易完成后,中国食品将成为中粮旗下专业化饮料业务平台。而中粮集团将“聚齐”长城、酒鬼酒、黄酒等酒类业务,成为其推进资产专业化重组的重要一步。

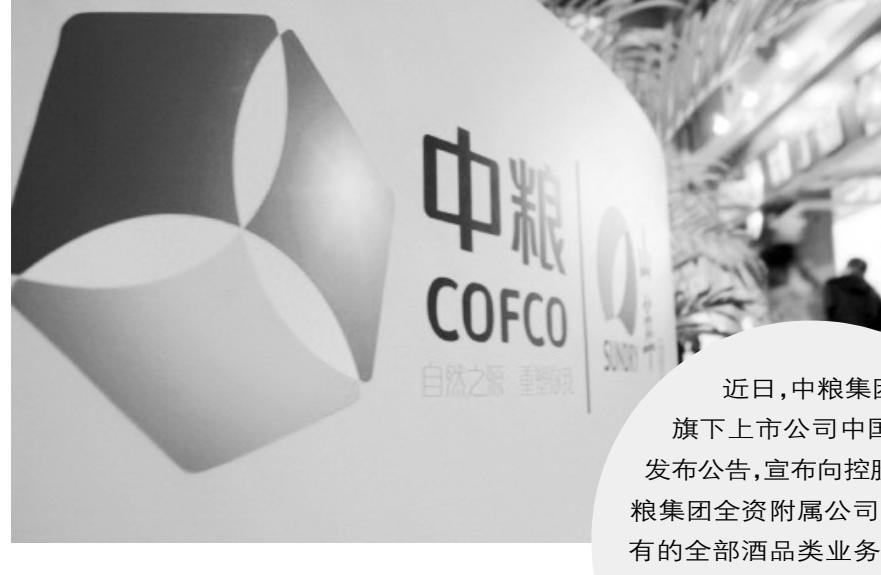
业内分析认为,国内葡萄酒品牌近年表现欠佳,可持续发展能力和空间有限,为保住盈利水平,中国食品剥离相关板块的做法符合其中长期发展战略。而中粮集团对其酒业板块的整合,将有利于其扩大酒类业务发展规模,增强其在酒类市场的竞争力。

中国食品:剥离酒业聚焦饮料

中国食品方面表示,出售的目标业务主要为生产及分销“长城”品牌产品,涵盖各式酒品,包括由赤霞珠、梅鹿辄、黑比诺、品丽珠、西拉等酿成的红葡萄酒,及由霞多丽、雷司令、长相思等酿成的白葡萄酒。生产白兰地及起泡酒亦是其目标业务的一部分。此次出售目标还涵括5家国内酒厂,5家国内外酒庄,以及进口酒分销业务。

数据显示,近几年,上述业务的表现已拖累中国食品整体业绩。2015年、2016年及2017年上半年,目标业务收入分别约26.55亿港元、27.32亿港元、14.14亿港元,母公司应占亏损分别为2.71亿港元、2.06亿港元、4.4亿港元。

2017年上半年,中国食品酒类业务收入



近日,中粮集团

旗下上市公司中国食品发布公告,宣布向控股股东中粮集团全资附属公司出售所持有的全部酒品类业务及其他非饮料业务,其中包括“长城”葡萄酒的生产及分销,对价合计14亿港元。

中国食品称,将在与可口可乐合作的基础上,发展其他饮料产品,丰富在中国市场的产品组合。同时,考虑公司为中粮集团旗下唯一饮料平台,中粮集团相关饮料业务及资产后续整合预期将进一步提升。

天风证券研报认为,酒类业务和饮料业务在中粮集团大战略中分处不同业务平台,剥离是预期内事项。而业务剥离之后,中国食品正式成为纯正饮料公司,业务聚焦将提升

公司估值水平,所有资源全部聚焦饮料业务,有利于饮料业务发展。

中粮集团:酒业混改更进一步

据报道,去年,中粮集团开始对旗下的几家酒类公司进行调整,计划将长城葡萄酒、中粮名庄荟国际酒业、酒鬼酒、黄酒等业务在管理架构上划归中粮酒业。中粮酒业由此成为中粮计划打造的18个专业化业务平台之一。

中国食品产业分析师朱丹蓬分析认为,中粮的中长期战略是聚焦大粮商。中国葡萄酒市场和品牌在节节败退,可以看出国内葡萄酒品牌未来可持续发展的能力和空间有限。为保住盈利水平,一定会剥离没有太大利润贡献的板块。从产业的角度,中粮目前的定位是精准的。

被剥离出中国食品后,长城酒的管理将主要归属中粮酒业。而随着此次葡萄酒板块淡出中国食品,酒鬼酒将成为中粮集团旗下唯一的酒类上市平台。

数据显示,2016年,中国食品酒类板块共实现销售收入折合人民币约22亿元,酒鬼酒实现营收6.55亿元,两者收入共计不足30亿元。分析认为,此次长城酒归至中粮集团旗下,其酒业板块的整合将利于其扩大酒类业务规模,增强其在酒类市场的竞争力。

中粮酒业相关负责人表示,中粮酒业是集团重点打造的平台,长城酒是其最重要的资源,纳入中粮酒业旗下后利于推进未来的混改,且利于得到企业的直接支持。

泸州老窖携手中酒协 开启“2017全国理性饮酒宣传周”

近日,泸州老窖携手中国酒业协会在重庆召开了“2017年全国理性饮酒宣传周”启动仪式,正式拉开了本年度理性饮酒活动宣传的序幕。今年的“全国理性饮酒宣传周”活动于10月20日-28日在全国举办,主题为“适量饮酒,快乐生活”,旨在进一步开展行业责任建设,建立中国酒行业的正面形象,向社会传递“正能量”。

活动中邀请说唱歌手为本次“2017全国理性饮酒宣传周”活动定制填词演唱,用音乐的方式向来宾传达出本次活动的宗旨。在活动中,泸州老窖股份有限公司党委书记、董事长刘森通过视频来倡议理性饮酒。现场,泸州老窖国窖酒类销售股份有限公司综合管理中心副总经理苏小龙谈到,倡导科学理性饮酒,构建健康生活,让每一个爱酒的人更加理性地对待饮酒,这是泸州老窖股份有限公司以及每一个白酒企业必须承担的社会责任,而今天这场活动,也正是一个良好的开端,让我们共建社会理性、和谐饮酒的良好氛围。作为白酒行业的一份子,泸州老窖股份有限公司参与每年的理性饮酒活动,目的是积极倡导科学理性适量饮酒,帮助消费者树立理性饮酒观念,不断促使中国白酒产业更加科学健康持续地发展,践行“现代型”企业责任的应尽之责,使整个白酒行业蓬勃发展。

除公司代表外,泸州老窖经销商们也



积极响应关于理性饮酒的号召,经销商代表在发言中谈到,要从销售的各个环节去共同完成倡导理性饮酒这一目标,愿意与泸州老窖一起配合,积极宣扬合理健康的饮酒方式,提升人们对于不良饮酒方式的危害的认识,减少不健康饮酒造成的伤害。最后,泸州老窖股份有限公司代表与经销商代表共同开启“适量饮酒,快乐生活”,“2017年全国理性饮酒宣传周”活动正式启动。

(据凤凰网)

市校合作 遂宁斥资千万 共建中国生态酿酒产业技术研究院

■ 代玉巍 曹爽

近日,遂宁市人民政府与四川理工学院市校战略合作协议暨共建中国生态酿酒产业技术研究院合作协议(以下简称“产研院”)签约仪式在遂宁东旭锦江大酒店隆重举行。席间,遂宁市委副书记、市长杨自力,四川理工学院校长先国共同为“中国生态酿酒产业技术研究院”授牌。遂宁市委常委、副市长罗晖以及相关科研技术专家,遂宁市科知局等相关直属部门负责人参加签约仪式。

投资千万 促进高校资源与地方经济建设

“四川理工学院将最大限度的汲取各方的资源,为当地社会经济发展贡献应有的力量”,四川理工学院院长黄庆先国在签约仪式上说,四川理工学院高度重视和遂宁的市校合作,市校合作本着市场导向互惠互利,资源共享,人才培养,人才引进与交流,企业建设与咨询方面,开展深度的合作,通过与遂宁市人民政府、四川沱牌舍得酒业的合作开创发展新模式。

据悉,此次共建“产研院”,遂宁市、射洪县、沱牌舍得酒业在未来三年将累计投入1000万元专项经费,用于“产研院”的平台科研及人才培养等。除遂宁市人民政府与四川理工学院外,还包括四川沱牌舍得酒业股份有限公司以及遂宁市科学技术和知识产权局。此次项目开展,旨在加强遂宁



市与四川理工学院的“政产学研用”合作,促进高校资源与地方经济建设的有机结合。

抓住机遇 推进射洪生态酿酒产业发展

根据协议,合作方将引进四川理工学院的优势学科科技人才,并依托“产研院”开展科技研发、人才培养、成果转化,实现教科与经济社会发展的有效融合,本着“资源共享、优势互补、注重实效、共同发展”的原则,遴选一批拥有自主知识产权、市场前景好的科技成果,优先在射洪县转化,实现创新驱动的发展战略,推进射洪生态酿酒

产业发展。

杨自力对此次合作给予了充分肯定,“此次沱牌与四川理工学院合作,成立中国生态酿酒产业技术研究院,必将对我市白酒产业发展、科技创新驱动带来深远影响。”他希望,四川理工学院派出更多的优秀专家、技术骨干,入驻生态酿酒产业技术研究院,为企业提供决策咨询和技术支持,同时在基地建设、人才交流、技术指导等方面加强交流合作,推动新材料、新能源、生物工程等领域的科研成果在遂宁转化。同时,他还希望沱牌舍得酒业抓住此次机遇,加快发展,不断提升品牌影响力和企业综合实力,为遂宁发展做出新的更大贡献。



勇士和菲律宾朗姆酒品 牌丹怀达成合作协议

据NBA官网报道,菲律宾朗姆酒品牌Dan怀朗姆酒(Tanduay Rum)——亚洲第一也是世界最大的黑朗姆酒品牌在近日宣布,他们将和勇士达成合作伙伴关系,这是NBA历史上首次出现菲律宾品牌和NBA总冠军球队达成合作。

“丹怀非常自豪,作为篮球迷,我们很激动能够和勇士达成合作,”丹怀主席Lucio Tan说道,“朗姆酒世界冠军和2017年NBA总冠军合作,让我们干一杯吧!”

丹怀朗姆酒出产的精致特色鸡尾酒可以在甲骨文球馆的几个特定饮料看台上买到。

丹怀朗姆酒产自菲律宾,最初是由Ynchausti y Compania于1854年创建,到1988年的时候,Lucio Tan收购了“丹怀”这个品牌,并开始大刀阔斧地对它进行改革和扩张,成功地使丹怀朗姆酒的销量翻了50倍。

(据NBA官网)