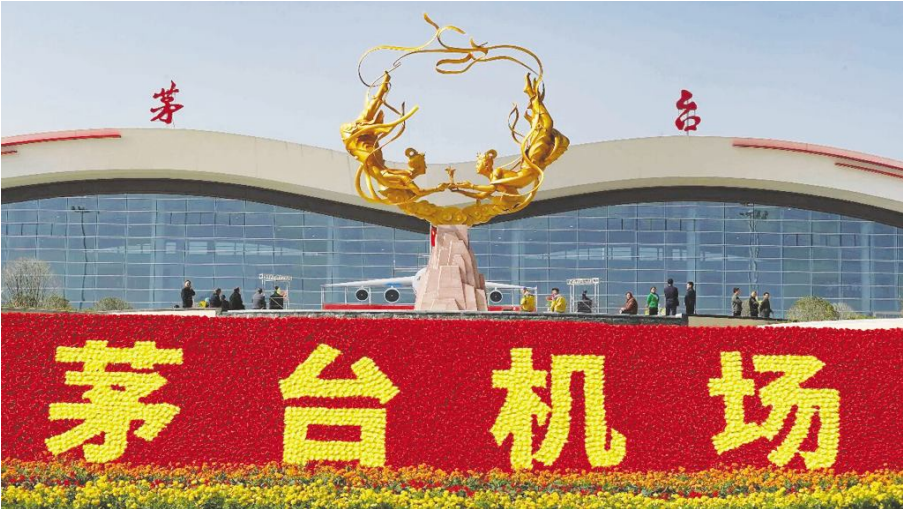


8 企业联盟 Cooperation

茅台机场开启您邂逅仁怀酒都醉美之旅



●茅台机场

从茅台机场出来,乘坐机场巴士,全程高速,仅 30 分,就可领略流香溢彩的千里赤水河神韵。有“双遗产”,有古盐道、古屯堡,还有红色经典四渡赤水…… 从茅台镇到赤水市中心,145 公里长的旅游公路和自行车道,与赤水河相伴而行。两岸,酒镇、盐道、古屯堡、世界遗产,还有闻名于世的四渡赤水,都值得细细品味。

“国酒之心”，酒都派给世界的一张飘香名片

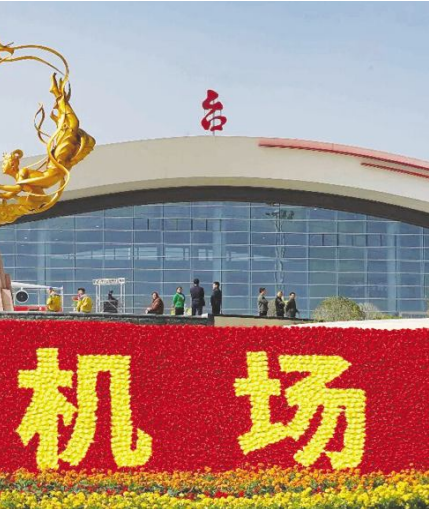
此酒应为天上有！它是大自然的神来之笔。“离开茅台镇,酿不出茅台酒！”国酒茅台的这一论断,几乎童叟皆知。

在谜底揭开之前,人们总说,茅台酒是先人根据酿酒原理创造的,是集天地之灵气的产物。是的,这没错,但是,它为什么会这样独一无二呢?而且,茅台究竟是一块什么样的风水宝地呢?

茅台古镇,赤水河谷。这里海拔高度 400 至 600 米,四面崇山峻岭耸立。仁怀酱香酒,就在这起伏不定的河谷里,酝酿了上千年。“一日之中,乍寒乍暖;十里之内,此热彼凉”,成就了茅台独特的气候。赤水河边,两山对峙,四周高山,形成特殊的小气候。年平均气温 18℃左右,空气湿度较大,适宜酿酒微生物的生成与繁殖。

众所周知,茅台的空气湿度和温度,为神奇的微生物群繁衍生息提供了绝佳条件。只要你进入茅台镇范围,就由远而近闻到越来越浓厚的酒香,其实这飘忽空中,移步不同的香味,就是肉眼看不到,却能闻得到的微生物精灵。

赤水河从云南镇雄一路狂奔而来,在茅



●仁怀酒都茅台镇

台镇拐了一个意味深长的弯,把一串酱香的奇迹,留了下来。一河赤水原始而灵动,还有当地独特的糯高粱物种, 当所有酿造茅台酒的关键因素,在这里环环相扣聚合在一起,才产生奇妙反应,生成了雨后开瓶十里香的仁怀酱香酒。

仁怀,跃动着酒的灵魂,谱写着酒的传奇。“国酒之心”的传奇古镇,是酒都派给世界的一张飘香名片

红色，世遗厚重而永恒的历史文化丰碑

从茅台镇租一辆共享单车, 沿着赤水河边的自行车道,顺流而下,遇到的第一个古镇,是土城。这里是四渡赤水战役的主战场,新中国后来的多位国家主席、国防部长,以及上百位将军,都在这里浴血奋战过。

1935 年 1 月,长征中的中国工农红军在遵义会议后,原打算沿赤水河而下,到下游地区渡过赤水河,再北渡长江,去四川与红四方面军汇合。但是,在土城,他们遭遇到数倍于我的川军,被迫改变原定计划,四渡赤水战役由此拉开大幕,上演了世界军事史上的奇迹。

红军在赤水河两岸不断穿插、调动敌人。激战仁怀市鲁班、坛厂等地后,重新回到赤水河边。在茅台镇上,红军将士们“悠闲”地喝茅台酒,还用茅台镇的烧酒疗伤后,第三次渡过赤水河,牵着几十万敌军继续在赤水河边兜圈子。

四渡赤水的胜利,一方面要归功于毛主席的“用兵如神”,另一方面恐怕还得感谢赤水河两岸特殊的地形和茂密的植被作掩护,使得数万人的大部队行动, 未能被敌人快速侦察到。



●仁怀酒都茅台镇

至今,以遵义茅台机场为中心,100 公里范围内,至少有四个国家级自然保护区和森林公园;习水国家级自然保护区、赤水桫欏国家级自然保护区、四川黄荆老林国家森林公园、赤水河长江中上游珍稀特有鱼类保护区。更为耀眼的一颗明珠,是距茅台机场一小时路程的世界自然遗产地——赤水丹霞。

土司，屯堡难以湮灭的历史精彩

赤水河沿岸另一值得看的,是大小不一、年代不同的古屯堡。据不完全统计,在贵州省境内,登记造册的各类屯堡达 4000 多个。

屯堡,指修建在险要山顶上的防御设施,它是山区群众的一种生存智慧,在明代以来尤其清朝中晚期十分流行。但遵义茅台机场周边的几处屯堡,价值更高。

从遵义茅台机场乘车出发,约 40 分钟,可抵达位于土城镇境内的九龙屯。这是一座修建于明万历年间的军事屯堡, 由袁氏土司修建。迄今,这里还较完好地保存着用丹霞石修建城门、城墙等。

另一座世界文化遗产屯堡——海龙囤,则需要一个多小时车程。

最初修建于宋代的海龙囤,最早是播州杨氏土司修建的一处屯兵之所。后来,因为要抗击蒙古军队,杨氏向朝廷提出,打算在海龙囤“另筑一城”,以作为播州城被攻陷后的反攻大本营。于是,这个工程便成了当时的“国防工程”。海龙囤经杨氏历代修葺,到明代末期已十分庞大,囤内拥有两座“王宫”。

1600 年,作为明万历“三大攻”之首的平播战役爆发,世袭统治播州 700 多年的播州土司被剿灭,海龙囤内大量建筑也随之灰飞

烟灭,仅剩残垣断壁。

而今,这座昔日的屯堡,作为研究土司制度、少数民族地区管理,以及中国古代边疆与中央朝廷关系的重要实证,被列为世界文化遗产。

绿色旋律，金山银山挥之不去的浓浓乡愁

“一座城市,两条底线,三季有花,四季绿美。”这是酒都仁怀向世人呈现的靓丽景观。“天空蔚蓝、河流清澈、山青林绿、空气清新、环境优美、住得舒心、吃得放心、玩得开心。”是生态城市的具体体现。仁怀市各乡镇、村寨、景点,处处可以感受到“绿”的气息,以及随之而来的旅游经济。坛厂神采八卦园、苍龙草木年华观光园、高大坪金山银山水、长岗古银杏等景区正以“绿色旋律”吸引着来自全国各地的游客。

春天到银水看油菜花,夏天到八卦园看马尾草,这成了仁怀城区市民假期休闲的一种方式。在坛厂街道枇杷村,神采八卦园更是吸引着全国各地的游客慕名而来。景区打造在尊重乡土乡村风格的基础上,高标准站位、高精度规划“一轴两园多点”功能布局,绘制一幅让“市民向往、村民依恋、游客痴迷”的山水田园画。开园一年来,景区游客持续井喷。

生态与旅游业携手并肩,奏响了悠扬悦耳的二重唱。在仁怀,生态旅游正顺应着时代的步伐,农旅互通互促,引领农民踏上幸福路。“既要金山银山,也要绿水青山”。天蓝水清,绿意盎然。行走在仁怀的每一寸土地,都能让人感受到蓬勃的绿色发展气息。

(本报记者 樊璞 张建忠 组稿)

煤价下行趋势确立 大型煤企年度长协价或下调

近期以来,停产的煤矿已陆续复产,目前陕西地区煤价领跌,且跌幅较大,内蒙古和山西地区需求较为稳定,价格暂时平稳,有部分煤企下调煤价。

从 9 月底开始,政策层面稳定煤价的决心较大。

10 月中旬,发改委提出要打造煤电中长期合同升级版,重点指出煤炭直供直销从中长协衍生到短协和现货,避免现货的高煤价。

同时,发改委还委托第三方征信机构对重点企业煤炭中长期合同签订履行情况的信用数据进行采集,通过充分发挥信用监管手段,引导煤炭、电力企业严格履行中长期合同,促进煤炭稳定供应的长效机制不断完善。

在政策的监督下,大型煤企的年度长协价或下调。

秦皇岛煤炭网研究员齐波表示,临近冬季用能高峰,政策层面促进市场平稳运行态度明确,既稳定了供需双方心态,也抑制了贸易商抬价的动机。另外,恰逢月度节点,国内主力煤企年度长协价格可能出现小幅下调,长协煤的集中兑现将促使沿海煤炭供需进一步宽松,其“保供、稳价”作用将进一步凸显,这也对现货煤价格回归起到了示范带动作用。

日前,发改委再次发布《关于做好迎峰度冬期间煤炭市场价格监管》的通知称,为防范煤炭价格异常波动,确保迎峰度冬期间煤炭市场价格基本稳定,要严厉打击煤炭行业哄抬价格和价格垄断行为。

发改委要求,各地尤其是煤炭生产区、主要是煤炭港口所在地要立即行动、组织部署检查力量深入开展煤炭市场价格巡查。

对此,易煤研究院研究员张飞龙向记者表示,在 9 月底神华等大型煤炭集团率先降价后,已有部分贸易商开始出货,随着近期监管力度的加大,贸易商“去库存”进度较为理想,后期进一步“杀跌”动能有限。同时,随着沿海市场降价幅度的加大,将逐步和产地市场形成倒挂,上游发运积极性下降影响沿海市场供应。

他还认为,目前沿海市场煤炭价格下行趋势基本确立,后面只是跌幅和速度的问题,预计本轮 11 月份-12 月份第一目标到 630 元/吨-650 元/吨左右,应不会直接回到红色区间以下。

(李春莲)

赛龙之死陷入“罗生门” 如何避免下一个赛龙出现？

赛龙之死,真相之外还有什么?

是抽贷导致企业死亡,还是企业躺在政府身上“吸血”? 近日,一篇关于赛龙手机代工厂“突然”死亡、企业创始人“离奇”被捕的调查报告将江西共青城和赛龙推上了舆论的风口浪尖。

10 月 30 日,有媒体报道称,江西省九江市共青城市明星科技企业共青城赛龙通信技术有限责任公司创始人、实际控制人代小权因逃税“离奇”被捕。而该企业前后经历的 5 次重组均因当地个别官员的不当行为而失败,企业在抽贷后资金链断裂,“最终走向了万劫不复的深渊”。

随后,共青城通过官方微博发布公告回应表示,赛龙经营存在巨大问题,创始人自身也存在不端行为。公告称赛龙公司已停产 4 年,在江西省内负债 7.36 亿元,为帮助企业走出困境,当地政府“千方百计帮助企业渡过难关”,反而是代小权为私利阻挠重组,政府多次帮扶整改都没有成功。

双方各执一词,赛龙之死陷入“罗生门”,但各界关注的目光已不限于共青城与赛龙一城一企。“轰然倒地的制造企业硬伤在哪?”“政府招商引资有何痛点?”“改善营商环境要补哪些短板?”“如何避免下一个赛龙的出现”……真相之外,值得深究的问题还有不少。

“傍品牌”得看别人脸色

在此次舆论引爆之前,普通消费者中知道赛龙的并不多。这是一家 ODM(原始设计商)代工企业,为海外及国内的手机品牌商提供研发和生产方案。

据了解,ODM 模式是国际制造业务的主要形态之一,ODM 厂商根据客户的规格和要求,设计和生产产品。与最低级的 OEM(代工)相比,ODM 厂商不仅具有生产能力,同时也具备一定的设计和研发能力。但与更高级的 OBM(经营自有品牌)相比,ODM 厂商没有自己的营销渠道,仍然属于贴牌生产。

ODM 模式在手机制造行业中非常普遍。市场机构的调查数据显示,2016 年,每 10 部手机就有 4 部手机来自 ODM 厂商。

实际上,ODM 模式在我国其他制造行业也十分常见。随着我国制造成本的上升和消费结构升级,此前大量 OEM 代工厂商向利润率更高的 ODM 模式转变。“对于那些迫



切需要转型的代工厂来说,ODM 模式成了它们的救命稻草。”有专家表示,与耗费大量宣发成本的 OBM 模式相比,ODM 模式成本较低,同时转型的技术要求也比较低。

然而,“傍品牌”成了 ODM 模式的硬伤,得看别人脸色。“许多 ODM 厂商仍然属于劳动力密集型,并没有培育出自己的核心优势。许多行业技术门槛低、竞争激烈。品牌客户如果减少订单或者撤单,那么 ODM 厂商前期的投入便会付之东流,亏损难以避免。”有 ODM 产业链资深人士表示。

赛龙便是 ODM 模式的负面案例。2011 年,谷歌收购摩托罗拉公司,在赛龙内部举足轻重的摩托罗拉代工业务就此失去,赛龙系生产经营下滑,财务陷入危机。2013 年以后,随着手机行业品牌集中度的提高,以及部分品牌加大自研力度,赛龙的 ODM 代工模式越来越难以维继。

“装进篮子就是菜”

公开资料显示,2010 年 9 月经招商引资,赛龙被带入江西省共青城市,随即投资 3 亿元成立共青城赛龙公司。前共青城官员在接受媒体采访时表示,这是一家“曾被地方政府寄予厚望的科技企业”。

从共青城官方日前的回应来看,赛龙辜负了他们期望:不但未能给地方经济“造血”,反而靠地方政府的帮扶残喘了 4 年。“好不容易引了一个手机企业,把它当宝贝哄,但它实际上是没有投钱的。”共青城原副市长詹政说。

有网友据此还原赛龙之死的实质称,“地方招商引资风控不严,引进了一家在深圳快破产的企业,被骗贷款后地方才反应过来。”共青城一位副市长则表示:“当时引进赛龙到共青城来,政府提供融资,那是特定期招商的产物,当时全国很多地方都是如此。”

有业内人士指出,无论真相为何,舆论对赛龙之死的关注,折射出许多地方在招商引资过程中容易出现的通病——“装进篮子就是菜”。

一直以来,招商引资对于激活地方市场、促进产业结构调整、做大地方经济总量等起着重要的推动作用。然而,在招商引资过程中,一些地方急功近利,只重数量规模、不重质量效益。

“在招商引资中,地方政府处于博弈的弱势方,尤其是在面对大企业的时候。”一位负责招商引资的地方官员曾向记者表示,现在项目少、压力大,各地招商引资竞争激烈。为完成招商任务,一些地方只要能引进资金,不论项目好坏,一概放行。

一些地区营商的隐形成本仍然较高

事实真相尚未水落石出,但各界对地方营商环境的讨论持续发酵。中央财经大学法学院副教授缪因知撰文称,在各地竞争中处于不利地位的地方政府部门应该利用这个契机多加反思、多加了解、多加整顿,在改善营商环境方面多做努力。

近年来,针对涉企收费多、乱,收费项目不规范、不透明的现象,以及企业面临的行政审批等制度束缚多的问题,中央和地方出台了一系列“瘦身减负”改革方案,努力构建法治化、便利化的营商环境。截至 2017 年 8 月底,通过开展降本清费工作,我国合计减轻企业负担超过 4200 亿元。截至 2017 年 6 月,国务院部门取消和下放了 40%以上的行政审批事项,非行政许可审批彻底终结。

世界银行近期发布的《2018 年营商环境报告:改革创造就业》显示,中国内地营商环境评价排名保持在 78 位,评分提高 0.4。开办企业所需平均时间较上一年评估加快 6 天,企业纳税每年所需平均时间比上一年评估减少了 52 个小时,税收占企业盈利的平均比重从上一年评估的 68%降低到 67.3%。

但从企业反映的情况来看,一些地区营商的隐形成本仍然较高。有业内人士指出,随着基础设施的逐步完善,二三线城市信息及资源不对称和时间成本高昂的问题得到了解决,企业经营也得到了政策制度的保障,但政府部门的办事观念、市场意识等“软件”配套有待改善。

(据工人日报)

五粮液已启动跨界收购 不考虑 20 亿以下的企业

■ 吴婧

五粮液已启动收购计划,不考虑 20 亿以下的企业,不排除跨界可能。

“重碧拈春酒,轻红擘荔枝”。杜甫的诗句,让我们得以管窥宜宾名酒的历史。川酒,产量大,名牌众多,在中国消费市场上曾留下“川酒云烟”的名声。川酒的“带头大哥”宜宾五粮液股份有限公司(以下简称五粮液),市值曾碾压初到 A 股的茅台。

但随着黔酒、苏酒的崛起,五粮液渐渐被茅台拉开了 5435 亿元市值的巨大鸿沟。

要振兴川酒,下一步棋该怎么走?

近日,记者从五粮液公司内部独家获悉了其“强强联合”收购计划的最新进展。

一位五粮液管理层人士直接告诉记者,“目前(公司)正在筛选标的企业,原则上,20 亿以下的企业都不考虑,宁可空,不可滥。”

一位接近五粮液管理层的投资界人士告诉记者,目前国内规模在 20 亿以上的酒厂不少,可选标的有几十个。

不过,他也表示五粮液的收购地域不局限于国内,目前也在联系一些欧洲、澳大利亚的企业、协会。标的企业也正在筛选过程中。

“收购国外企业是出于拓展产业链的策略,目前白酒的消费场合主要是商务宴请,而商务场合也需要洋酒,所以白酒企业需要拓展这类产品。不过国外的酒庄一般固定资产很重,20 亿的预算可能不够。”

五粮液甚至在考虑跨界收购,如果有合适标的,不排除金融板块的企业,而这可能使预算变成“上百亿”。

前述投资人还向记者透露,其实从三四年前开始,五粮液一直在做并购。

此前,五粮液的并购主要是为解决生产方面的一些问题,如处理“不合适”的产能,收购标的较小,也没有市场影响力。

具体地说,五粮液酒厂生产的每 1 吨酒中,最多只有 50%能成为符合品牌定位的高端酒,剩余的产能则需要收购一些规模较小的酒企,做成中低端的产品来销售,这也算是利用现有产能,向低成本方面扩张。

而未来,五粮液的收购计划会更倾向于强强联合,这也是在学习茅台和洋河的做法。

1999 年,茅台收购习酒,两年后茅台上市;2010 年,洋河收购双沟,组建苏酒集团。这些在业内看来,都是成功的收购案例。

五粮液的收购思路为何发生转变? 据业内人士分析,这或许是为了在行业复苏阶段,突破竞争对手对其市场份额的入侵。

中信证券分析师认为,本质上,白酒需求结构在过去几年内发生了良性转变,大众白酒消费升级,支撑了大部分中高端白酒需求,固定资产投资及地产复苏、餐饮行业回暖等积极因素也带动商务需求增加。

中高端白酒市场在“黄金十年”结束后的低迷期正在过去,再次进入上升通道。高华证券的研报统计显示,今年前三季度,国内白酒企业总收入同比增长 29%,高于上半年 20% 的增速;净利润增长 42%,较上半年的 25% 明显加速。

随着 10 月结束,白酒企业三季报披露陆续完成,五粮液前三季度实现营收 219.78 亿元,同比增长 24.17%;归属上市公司股东的净利润 69.65 亿元,同比增长 36.53%。

同花顺数据显示,11 月 2 日,五粮液现身深股通十大成交活跃股,位居深股通港资成交额第 4 位,港资总计成交 1.88 亿,净买入 1.16 亿,净买入额占该股当日总成交量的 6.4%。今年以来,五粮液上涨 101.37%,上榜深股通 188 次,年内外资累计净买入 29.57 亿。

但是,在交出 5 年来最好的同期成绩单的同时,五粮液也难以忽视愈加严峻的竞争局面。

随着黔酒(以茅台为代表)、苏酒(以洋河为代表)的凶猛增长,历史悠久的川酒面临着“进步越慢,领地越少”的紧迫局面。在资本市场上被茅台远远落下的五粮液,正试图通过“强强联合”的收购,进一步开疆扩土,以求拉小差距。

除了通过收购处理产能,五粮液也调整过产品价格。

2016 年,五粮液两次将普五的出厂价格上调,从 659 元/瓶涨到 739 元/瓶。在年度股东大会上,五粮液上市公司董事长刘中国强调称,五粮液价格是恢复性调整,符合品牌定位,总体产能达不到目前市场需求。

至于当前,前述五粮液管理层人士透露,公司暂时没有主动提价打算,而是把目标放在做大需求。

