

# 五粮液并购局:千亿目标承压

有媒体报道称,五粮液已经启动了收购计划,目前还处于筛选阶段,原则上收购的目标企业在20亿元以上,甚至不排除酒行业以外的国内外优质企业

■ 本报记者 王剑兰 王道海

在经历了混改之后,近日有媒体报道五粮液已经启动收购计划,目前处于筛选阶段,原则上收购的目标企业在20亿元以上,甚至不排除酒行业以外的优质企业。旗硕物联咨询经理苗红指出,目前五粮液距之前提出千亿集团的目标尚有差距,此次放出跨界并购,极有可能是高层在判断只靠主营业务难以刺激市场和股价的进一步上涨,因此选择并购优质资产以达到这一目的。

## 20 亿的“振兴计划”

川酒曾经是中国白酒行业的代表,但随着剑南春等品牌阶段性的衰落,以及茅台、洋河的崛起,川酒的光辉逐步被黔酒、苏酒所遮掩。振兴川酒的重任无疑落到了五粮液的肩膀上。曾几何时,五粮液的市值和营收曾远高



于茅台,而现在,茅台已经成为五粮液短时间无法逾越的目标。对于如何追赶与茅台的差距,成为业内关注的焦点事件。



五粮液的并购规划称得上是相当阔绰,虽然明确了下限为20亿元,但并未有消息证实收购资金的上限,这意味着五粮液极可能有上百亿元的预算。此前,有业内人士告诉

记者,五粮液曾在去年计划收购山东地区的古贝春白酒,但后者的规模明显远低于20亿元,最后种种原因并未达成协议。记者也注意到,在2014年,五粮液以2.55亿元收购了河南的信阳五谷春,这几款白酒的共同点在于均是浓香型白酒。

据悉,目前白酒与啤酒是国内主要的消费酒类,啤酒由于其物流成本相对较高,具有较强的地区性,所以啤酒的收购和异地建厂是较为常见的。但对于白酒而言,同行业的收购是较为少见的,白酒不同于啤酒,以白酒的利润和物流成本,理论上任何白酒均可实现全国销售,这也是所有白酒企业鲜有在外地建厂的原因,且白酒的品牌效应是极为重要的,收购其他品牌并不一定能给一个品牌带来更多效益。

但川酒作为白酒的重要组成部分,泸州老窖、剑南春等企业自身具有较大品牌效应和市场号召力。“川酒之间的等量并购几乎是不可能的,除此之外,20亿元以上规模的白酒企业还是可以估算的,但自从李曙光上台之后的动作表明,五粮液是以强化大单品为主,因而同行业并购可能性较



小。”白酒行业专家蔡学飞说。

## 五粮液跨界

在此次消息传出之后,被行业内最为关注的一点,是“不排除酒行业以外的国内外优质企业”,这就意味着,五粮液极有选择另一条“副业”发展,即上市公司较为常见的多元化战略。

有人认为,正如目前所传闻那样,五粮液兼并同行业企业的可能性并不大,反而涉足其他领域有足够的理由,因为在此次消息传出后,五粮液也放出了“不排除跨界的可能”的说辞,这极有可能正是跨界的信号。金融行业也是五粮液可能继续涉足和深耕的领域。在回应记者的采访时,五粮液方面就提到,“有较好的金融类标的企业,五粮液也会考虑进行投资并购。”

此外,对于五粮液的跨界传闻,甚至有消息称或牵扯到汽车行业。有相关人士向记者透露,五粮液曾和奇瑞方面有过接触,但具体涉及到汽车行业的哪一部分以及具体动作,目前尚不可知。

目前五粮液正在梳理品牌酒和贴牌酒的问题,从某种意义上来说,五粮液正在梳理整合主业,“这不排除五粮液的高层认为白酒市场的高速增长进入尾声,为了寻求新的增长点,而去发展新的产业。在此之前,很多酒企多元化的成功和试错已经提供了足够的经验,在五粮液自身财力充足的情况下,选择试水跨行业不失为好的选择。”

虽然尝试跨界的酒企不在少数,但目前白酒企业跨界成功的案例屈指可数,白酒企业去做跨界完全是出于资本层面的考虑,除了个别企业之外,大部分企业是在企业经营状况较好的情况下,做出跨界的选择,某种意义上,这种跨界行为只是现金流的充分利用,而并不是出于战略上考量,因为其失败的案例远多于成功的。

有酒业专家指出,茅台近年来提出了大农业等多元化口号,五粮液并不想落后于茅台的布局,五粮液还是有意根据茅台的动向布局自己的产业,因而也放出了20亿元的大手笔并购计划。无论是汽车产业还是金融产业,五粮液的中心思想就是通过多元化获得优质资产以扩大其市值和业绩。

# 精标药房 中医馆信任突围的“生态模板”

■ 本报记者 赵健

11月18日,由我国中药材基地共建共享联盟中医馆专委会、山东省老字号企业协会发起并主办的山东老字号中医馆首家精标药房启动签约仪式在山东大厦举行,首家“精标药房”正式落户山东。“精标药房”是由日本最大的汉方药企业日本津村独资企业深圳津村药业有限公司、中药材和饮片出口排名第一的盛实百草药业有限公司以及山东老字号赵树堂中医馆,共同打造名医好药好工艺好疗效中医药服务最新商业模式,本着让好中医用上真正好中药的宗旨,以不让中医亡于中药为出发点,确保赵树堂中医馆百年老字号品牌健康发展,传承中医,用好中药。

## 中药材乱局:信任危机危害中医馆

据权威调查,目前不少中医馆在中药材质量控制方面存在不少问题。一方面,是中药材原料市场的混乱。不仅假冒伪劣严重充斥市场,中药材硫熏问题严重,农药残留和重金属严重超标,中药辅料不标准,中药材及中药饮片评价体系不健全;另一方面,是中医馆中药加工质量控制方面的问题突出。多数中医馆都是自己采购中药,自己建立饮片厂,所用的原



料大都从中药材市场采购,而不是从正规、品牌的中药材厂家采购,而且炮制加工不到位。这种混乱现状对我国如雨后春笋般发展起来的中医馆显然是致命的。

对此,中国中药协会资深副会长张世臣向记者表示,习近平总书记在十九大报告中指出“坚持中西医并重,传承发展中医药事业”的重要部署,从而为新时代中医药和中医馆的振兴与发展指明了方向。中医馆在中药材信任危机中如何突围?深圳津村药业有限公司、盛实百草药业有限公司与赵树堂中医馆携手建立山东首家“精标药房”,给出了中药饮片最佳解决方案。中药材种植及中药饮片生产企业与中医馆进行生态战略合作的模板,不仅确保了中医馆能用上真正让政府监管部门放心、让百姓满

意的中药饮片,而且向消费者展示什么是有标准的好中药。

深圳津村药业有限公司董事长刘玉德先生也表示,早在1981年,日本津村株式会社就和中国中医科学院共同签署了《中日共同合作研究协议书》。津村创建至今已有124年历史,现在占有日本84%的医疗用汉方药市场。创业者始终坚信“良药必受推崇”的信念和“将自然与健康科学化”的经营理念。

今年7月开始实施的《中医药法》,明确了中医药的重要地位,保障了医疗安全和中药质量,这为进一步促进中医药事业健康发展提供了法律保障。因此,如果中医馆在中药饮片质量方面能渡过难关,民营中医馆蓬勃发展的春天自然就不会远了。



## 精标药房:中医馆突围的不二选择

盛实百草药业有限公司和深圳津村药业有限公司是战略合作伙伴。2016年,盛实百草药业有限公司一举夺取了全国中药材和饮片出口第1名。盛实百草药业有限公司副总经理严桂林表示,此次与赵树堂中医馆的战略合作是为了践行“让中国人用上真正的好中药”这一核心使命的重要一步。中药材是中医药事业和中药产业发展的基础,中药材原料的质量与安全,对于中药的疗效和安全起着决定性作用。中药产业实质是“中药材资源高度依赖型产业”,中药材的质量和安全性可控,是整个产业的命脉。为此,盛实百草药业有限公司形成

了中药材从种植到生产流通环节的全过程可追溯管理,让中药饮片真正实现了从“地皮”到“肚皮”的安全可靠。

赵树堂中医馆传承人赵庆国先生表示,到2020年,中国的大健康产业有望达到8万亿。在这种大环境下,新生的中医馆如何保持健康发展?老字号中医馆如何保持基业长青?这是任何一位有志于弘扬中医药传统文化的有识之士无法回避的重大课题。在振兴中医传统文化的伟大事业中,“中医可能亡于中药”是人们最大的忧虑,这进一步证明了“药材好,药才好”中医古训。赵树堂中医馆与深圳津村、盛实百草强强联合建成首家“精标药房”,强化中药饮片质量,也是保持赵树堂“老字号”招牌基业长青的不二选择。

山东省老字号企业协会常务副会长魏子杰指出,老字号赵树堂中医馆是山东的名片。赵树堂中医馆是赵树堂先生秉承祖辈医术于1843年以自己的名字而创,距今已有170多年的历史,有“德行方,道地药”的百年堂训。首家老字号中医馆“精标药房”的建立,不仅是通过战略合作学习借鉴日本汉方文化,保证中医馆的中药材及中药饮片的国际品质,更重要的是担当起不可推卸的社会责任与历史使命,推动中国中医馆事业的健康可持续发展,通过表率作用为中国中医馆走出国门、走向世界找到一条可资借鉴的方向与路径。

# 上汽红岩中置轴货运列车和智能渣土车双双获奖

11月15日,第一商用车网举办的“谁是第一”商用车评选颁奖盛典在北京隆重开启,上汽依维柯红岩商用车有限公司(以下简称“上汽红岩”)今年率先上路的杰狮C500中置轴货运列车,以及“工程之王”新型智能渣土车两款车型,在该颁奖典礼上荣获2017年度“第一中置轴货运列车”和“第一智能渣土车”两项大奖,使上汽红岩再次引起行业的高度关注。

据了解,该颁奖盛典致力于以专业、严谨的态度,发掘商用车行业中的优秀品牌,树立标杆企业,推动行业健康发展。能在该典礼上获奖的企业,也均代表着行业的领先水平,传递着巨大的正能量。而上汽红岩作为拥有52年历史的老牌民族重卡企业,始终坚持与同步国际的世界级水平,引领行业的健康可持续发展。

其基于欧洲IVECO先进技术开发而来的红岩中置轴货运列车和红岩中置轴轿运车,自



5月份在国内率先上路开始,便收获用户好评如潮,短短几个月,上汽红岩在中置轴细分领域所占份额已达到80%以上,展现出强劲的市场竞争力。其中,红岩中置轴轿运车早在去年“谁是第一”颁奖典礼上,就荣获了2016年度“第一推荐轿运车”荣誉称号。而工程自卸车更

是上汽红岩的传统优势板块,在今年第二季度中,红岩自卸车连续3个月蝉联行业销量冠军,更在安徽、广东、河南、四川等多地销量占比第一,甚至在河南三门峡市、陕西铜川市、新疆阿克苏等地区占比达到100%,这样的市场表现,其全新升级的新型环保智能渣土车作出

重要贡献。可以说,此次能够一举拿下两个“第一”大奖,上汽红岩实至名归。

其中,红岩中置轴货运列车是秉承欧洲先进设计理念,严格执行欧洲IVECO重卡技术标准 and 流程开发而来的高效运输车,不仅在技术品质上完全同步欧洲,在制造标准上也完全满足国家最新GB1589法规规定。搭载性能卓越的CURSOR发动机,动力性能更加稳定可靠。而最令人惊叹的,是它的“庞大”车身——该车主车长9.6米,挂车长7.4米,货箱总长度将近17米,在法规范围内做到了最大尺寸,容积可达117m³,比传统半挂货运车提升了40%以上,此外,其主车和挂车还能快速分离,实现更高效的甩挂运输,可谓开启了国内高效物流运输的新时代。

另一款荣获“第一”称谓的红岩新型智能渣土车,则是上汽红岩积极应对国家节能环保新要求,专为城市环保设计的智能渣土车,具有蓬

盖自动化、管理智能化、环保密闭化、整车轻量化、结构新颖化等特点,对于城市雾霾治理、道路清洁卫生及城市环境的改善具有显著意义。其智能系统在车辆上的匹配搭载还可帮助政府部门对渣土运输行为进行科学有效的监督和管控,从而有效为城市环保建设保驾护航。

在本届颁奖典礼上,上汽红岩获奖的杰狮C500中置轴货运列车和新型智能渣土车两款车型,均是极具代表性的典型车型,在不久前的武汉国际商用车展会上,就赢得现场众多观众的称赞和青睐,这种认可更是在前几日卡车之家举办的“梦想卡车”评选活动中得以体现,活动中70余万车友参与投票,红岩杰狮车型凭借过硬的品质,成为“梦想卡车”榜首。如今,上汽红岩又一举拿下行业权威媒体颁发的两个“第一”大奖,必将进一步扩大其在用户中的影响力和知名度,助力中国商用车市场紧跟国际潮流健康发展。(谷婷婷)