



“东航产地直达”同步直送法国博若莱新酒

■ 柏蓓

11月16日晚,“2017年东航产地直达博若莱新酒首发仪式暨品鉴会”在上海时尚地标——“愚园753创意园区”洛公馆隆重举办。这是东航物流公司旗下的跨境电商品牌——“东航产地直达”连续第三年成功将法国博若莱高品质新酒引入国内市场。

法国博若莱新酒项目是“东航产地直达”积极响应国家“一带一路”倡议、助力供给侧改革、加快业务发展的又一力作。同时,鉴于项目在推广法国博若莱新酒文化以及加强中法贸易方面的贡献,法国驻沪领馆给予大力支持和协助。法国驻沪领馆农业食品部地区高级商务官员张蕴君女士出席,并共同启动新酒节仪式。

有别于前两届活动,此次活动中,与东航产地直达合作的法国吉优·高农·德卡拉酒庄庄主Gorinne女士也不远万里赶到现场,向现场近百名企业家与知名人士,以及国内红酒行业相关机构代表讲述了博若莱新酒与东航结缘的故事,举杯同庆博若莱新酒节。

近年来,博若莱新酒文化在中国逐渐兴起,国人对于新酒的需求正在日益增长。由于新酒有着储存时间短、追求口感新鲜的特点,对于长途运输的时限要求非常高。“东航产地直达”凭借其“从产地到餐桌”的快供应链模式,将法国的博若莱新酒引入国内。因其口感饱满、芬芳浓郁、品质独特而很快受到众多美酒达人的喜爱,一度出现了供不应求的局面。今年“东航产地直达”继续与博若莱墨贡产区的法国当地酒庄进行合作,扩大了引进规模,希望让更多的国内消费者能够在第一时间与世界同步品尝到新鲜的新酒,感受博若莱的文化魅力。

“东航产地直达”是东航物流转型发展的一个标志性品牌,自成立以来一直致力于探索“从产地到餐桌”的快供应链运作模式,将世界各地的优质产品引入国内。此次法国博若莱新酒的三度引入,得到了众多消费者的认可,更是“东航产地直达”全球采购、拓展品类、引领国内消费升级的又一力作。



意大利葡萄酒协会在上海 外高桥自贸区设代表处

日前,意大利葡萄酒协会、上海市浦东新区酒业协会、欧启国际贸易(上海)有限公司以及快找酒公司联合举办的“意大利葡萄酒推介会”在自贸区外高桥片区举行。记者从会上获悉,意大利葡萄酒中国地区代表处将常驻外高桥,并设立展厅,展厅面积达1500平方米,将为中意两国客户提供原产地现货、期货、代购、OEM服务等。

意大利是全世界最早的酿酒国家之一。意大利葡萄酒协会是由意大利政府农业部分管的机构,协会会员涵盖了意大利众多优质酒庄。

据悉,为了让中国消费者更加了解意大利红酒,意大利葡萄酒协会还将与欧启国际贸易(上海)有限公司联合举办意大利葡萄酒酒庄之旅,不定期组团赴意大利各酒庄考察及学习。(据上海浦东门户网站)

阿根廷葡萄酒官方旗舰店入驻天猫平台

负责阿根廷葡萄酒在全球推广的阿根廷葡萄酒协会(Wines of Argentina),目前已携手阿根廷投资贸易促进局、阿根廷农业部推出“阿根廷葡萄酒多产区官方旗舰店”,并正式入驻天猫平台。该项目旨在提高消费者对阿根廷葡萄酒的品牌认知度,巩固市场中已有酒庄的形象,并为更多酒庄、生产商提供机会。

据了解,今年5月份,阿根廷政府即与阿里巴巴集团签署了MOU协议。阿根廷葡萄酒官方旗舰店的“登陆”也正是属于该协议下的一个推广项目,旗舰店由尚展电商(Share e-commerce)平台负责运营,目前已正式出售来自门多萨、拉里奥哈、圣胡安、萨尔塔产区的30余家酒庄,64款产品。(新晨)

股价连涨背后:老白干酒艰难高端化

■ 周子黄

今年以来,白酒行业股价水涨船高,不断上演股市佳话,敏锐的资本市场甚至嗅到了“泡沫”的味道,不少股票被公募减持。然而,以中低端产品起家的老白干酒仍引来了众多资本的青睐。其在连续多日涨停后,尽管股价出现了一定回落,但仍处高位。

据记者了解,老白干酒自11月8日开盘后股价一直飞涨与其近日释放的重大利好消息相关。老白干酒披露其重组预案的修订稿标志着其对丰联酒业的收购自1月份公告后终于完成,引来了资本市场的围观。然而,在一片叫好声的背后,老白干酒跨区域品牌整合异常艰难,高端白酒挤压次高端市场以及在郎酒、国窖等的不断发力下,老白干酒高端化如何推进仍是个谜。

并购成功引来股价连涨

据中国商报报道,自11月8日开盘,老白干酒已经接连出现涨停,直至11月16日股价在接近40元/股后开始回落,但整体股价已从每股20多元上涨至每股35元以上。

按照《上海证券交易所交易规则》,老白干酒股价在11月8日、9日、10日连续三个交易日收盘价格涨幅偏离值累计就已经超过了20%,属于股票交易异常,为此,老白干酒于11月11日发布了《河北衡水老白干酒业股份有限公司股票交易异常波动公告》。公告显示,经公司自查,老白干酒生产经营情况正常,内外部环境未发生重大变化。

而据观察,老白干酒股价的异常波动和近日公布的收购完成相关。资料显示,早在2017年1月21日老白干对外宣布该公司将进行重大资产变动,同时宣布停牌,2月22日、3月18日,公司分别发布了《重大资产重组继续停牌的公告》;11月7日,老白干酒发布重组预案修订稿,正式标志着老白干酒对丰联酒业的收购告一段落。

公告显示,老白干酒花费13.99亿元向佳沃集团、君和聚力、汤捷、方焰、谭小林购买丰联酒业100%股权。本次交易对价由老白干酒以发行股份及支付现金的方式支付,其中现金方式支付对价6.19亿元,以股份方式支付对价7.8亿元。

资料显示,丰联酒业旗下包括承德乾隆醉、安徽文王、曲阜孔府家、湖南武陵四家子公司,地点分别位于河北、安徽、山东、湖南。在香型方面,丰联酒业以浓香型、酱香型为主。

对于收购的原因,老白干酒在公告中表示,通过本次交易,公司和丰联酒业将整合



老白干酒自11月8日开盘后股价一直飞涨与其近日释放的重大利好消息相关。老白干酒披露其重组预案的修订稿标志着其对丰联酒业的收购自1月份公告后终于完成,引来了资本市场的围观。

双方在生产和市场上的优势资源,实现销售渠道共享,有助于公司丰富产品种类、优化产品结构,并精耕河北市场、布局省外区域市场。

白酒行业专家蔡学飞对记者介绍说,完成对丰联酒业的收购使得老白干酒从一家区域化的酒企真正跃升为一家全国化的品牌,使得老白干酒短期内实现了体量的扩大和品牌价值的提升。此外,老白干酒在此次并购中最大的收益在于除了并购酒的产能外还获得了政府关系、政策、税收、行业话语权等一系列打包的资源。

不过,公告显示,标的资产丰联酒业负债较多。数据显示,在2015年底、2016年底、2018年2月等几个时间点,丰联酒业的资产负债率分别为147.08%、77.97%、76.19%。此外,截至2017年2月底,丰联酒业的有息负债规模为5.88亿元,这很大程度上提高了公司的财务成本。对此,老白干酒表示,将在收购后以自有资金置换丰联酒业有息负债。

对此,蔡学飞透露,虽然老白干酒要用大量的自有资金进行置换,不过这种交易对老白干酒是值得的。因为在丰联酒业的这些债务中,很多都是由地方政府担保的,如此置换有助于老白干酒获得当地政府的资源。

背后的资本游戏

而除了花费自有资金进行有息负债的置换外,老白干酒此次收购还面临很高的溢

价率。数据显示,丰联酒业的账面价值仅为4.44亿元,而此次交易的评估值为13.99亿元,增值率高达215.44%。

如此大量的资金投放很有可能造成老白干酒资金状况的恶化。数据显示,2017年前三季度,老白干酒经营活动产生的现金流净额为-1.78亿元,而老白干酒的负债率一直处于高位。截至2017年三季度末公司的资产负债率为42.6%,2016年底的资产负债率为49.84%,比白酒上市公司2016年底27.76%的负债平均水平偏高。

而老白干酒投入大量资金的背后则是资本的助推。但有业内人士分析,资本对白酒行业青睐已久,白酒行业股价水涨船高,甚至已经出现了一定的泡沫,这从一些公募基金已经陆续开始减持即可可见一斑,但老白干股价却出现了连续涨停。

即使并购等利好确实会带来公司股价的上涨,但是,连续多个交易日的涨停不得不引人注意,与其说是真实的市场表现,强势资本的进入或许更能解释得通。

“目前,老白干酒的并购已经不是纯粹的酒业并购,并购的价值也不是单纯的酒企产能等方面的评估,而是包括政府资源等的无形资产,因此并购的溢价率很高。这背后更多的是一场资本游戏,为了谋求更大资本盘的战略空间。”蔡学飞如是说。

此外,资本助推也能很好地解释老白干酒同步提出的酒类产品提价。资料显示,日前,老白干下发通知称,对部分产品进行价格上调。其中十八酒坊十年、十八酒坊八年(玫瑰蓝)在2017年中秋的基础上每件涨价20元。

业内人士分析,白酒行业涨价已经众所周知。2017年新一轮白酒涨价潮兴起,包括

贵州茅台、五粮液、泸州老窖、今世缘、洋河、水井坊、剑南春、牛栏山等众多酒企加入了涨价的队伍,原因大多为了维护品牌形象和品牌溢价,老白干酒也想趁此机会涨价,拉高品牌定位,不过,作为以河北市场为主的地方酒企,老白干酒涨价的底气并不充足,因为这需要充裕的资金支持。目前老白干酒敢于提价也表现出了其背后的资本支撑,并将进一步推动品牌高端化。

高端化之路前途难现

实际上,老白干酒一直都在进行品牌升级,着力推广其高端产品王牌十八酒坊和39度二十年古法年份酒衡水老白干。然而,老白干酒高端化之路的成效却并不明显。数据显示,2016年老白干酒低档酒的销售收入为9.67亿元,同比增长7.23%;中档酒的销售收入为5.08亿元,同比增加1.92%;高档酒的销售收入为5.91亿元,同比增长2.21%。中高档产品的营收占比相对较低且增速缓慢。

2017年2月,老白干宣布将公司事业部一分为二,衡水老白干系列与十八酒坊系列各自独立运营。这也是老白干酒在高端化方向上的又一探索。业内人士分析,高端产品和低端白酒的营销方式不同,前者更侧重于品牌提升,而后者更强调渠道等,将两个事业部分割有利于聚焦高端产品。

业内人士分析,之前老白干酒高端化不理想主要是因为以中低端产品起家的老白干酒体量较小,品牌力远远不够,也没有充裕的资金支持。而如今,在资本的助推下收购丰联酒业无疑可以使老白干酒在体量、品牌、资金等各方面有所提升,有利于其高端化的进程。

然而,并购的落地却似乎异常艰难。资料显示,此前跨省酒企收购的案例包括五粮液收购永不分裂、古井收购黄鹤楼等,标的资产的主要经营区域都在收购公司的销售范围内,此前的经销商、销售网络等资源都可以沿用,而此次老白干酒收购丰联酒业完全是跨省收购,且后者的销售区域很多,而老白干酒主要在河北省内销售,这使得并购落地非常难。

蔡学飞认为,老白干酒跨省收购是为了其全国化的扩张,但要深度介入省外市场需要人才、品牌力,并掌握当地政商关系等各方面的资源。

而在高端化方面,老白干酒瞄准的是次高端的市场,其要面对郎酒、泸州老窖等企业的竞争,此外,包括茅台、五粮液等在内的高端酒也会侵蚀次高端的空间,而老白干酒的品牌基因不够、品牌力不足,高端化非常艰辛。

此外,业内人士透露,前几年老白干酒进行混改,包括经销商管理等内部还有很多问题没有解决,这都对老白干酒的高端化和全国化带来了很大挑战。

河南省糖酒食品流通协会成立酱酒定制中心

■ 霍坤峰

11月16日,河南省糖酒食品流通协会与酱酒智造合作成立的酱酒定制中心正式举行揭牌仪式,省糖酒食品流通协会第一副会长叶光远、酱酒智造总经理王新玉共同为酱酒定制中心揭牌,双方达成战略合作。

酱酒智造是目前国内唯一专注于酱酒产业领域,集产品窖藏、定制、推广为一体的智能化服务平台,致力于为全国酱酒爱好者提供优质、健康的产品及服务。省糖酒食品流通协会隶属于省商务厅,是河南省唯一省级糖酒食品流通专业协会,全国糖酒会河南联络员单位。

酱酒定制中心成立仪式上,相关负责人向媒体和来宾展示了定制产品和设备终端,充分体现了酒类市场的深度定制和个性化服务,实现了真正的零库存、零风险,全服务、定制专属产品,把控需求和价格空间,从酒体直供,产品创意,生产包装,物流发货,营销推广,全程保姆式服务,让产品销售更加轻松。

河南省糖酒食品流通协会秘书长杨玉峰介绍,酱酒定制中心是消费者品鉴、体验、互动的最佳场所,未来的发展潜力巨大,随着消费升级,定制酒将成为更加新颖、个性化的市场选择,将为消费者带来最优质的产品体验及服务。

波尔多山坡联盟首次赴深圳举办大师班讲座

近期,集合了波尔多5个产区的波尔多山坡联盟首次来到深圳举办大师班讲座,推介其产区葡萄酒,并举行葡萄酒与中式菜肴的搭配午宴。

活动中,波尔多山坡联盟总经理帕特里夏·萨瓦尔斯简单介绍了产区情况,众人品尝了6款该联合产区的红葡萄酒。

随后,波尔多山坡联盟产区举办大师班讲座,葡萄酒讲师刘慧向大家分享了该产区的历史、地理、气候、葡萄品种、酿酒工艺等,也带领大家一起品尝了8款葡萄酒。

据悉,波尔多山坡联盟每年都会来到中国与葡萄酒专业人士和消费者进行交流。在今天的中国巡回推广之际,联盟对于产区2017年的表现做了一番总结,“波尔多山坡”今年不仅仅在经济方面表现优异,更是在环保上取得了不俗成绩。(张米)

慢食红酒之旅开启意大利葡萄酒文化季

11月20日下午,由国际慢食协会指导,意大利驻华使馆、意大利对外贸易委员会特别支持,国际慢食协会出版社、国际慢食协会大中华区分会主办,国际慢食推广中心承办的“慢食红酒之旅·北京发布会”在北京国贸大酒店举办。

这是继东京(11月13日)和新加坡(11月16日)后,作为“慢食红酒之旅”在亚洲的收官之行,“慢食红酒之旅”首次来到中国。意大利驻华大使馆一等秘书贝迪(Enrico Berti)先生,意大利对外贸易委员会北京办事处首席代表、中国区总协调官司凯培(Amedeo Scarpa)先生,慢食出版社总编Giancarlo Gariglio先生,国际慢食协会大中华区分会主席乔凌女士,以及葡萄酒专家、中意葡萄酒贸易相关代表等各界人士出席了发布会及品鉴会。国际慢食协会大中华区分会发起人林光颂(Piero)主持了发布会。

发布会上,意大利对外贸易委员会、慢食出版社、国际慢食协会大中华区分会就促进中意在美食和葡萄酒领域文化交流等相关事宜签署了合作备忘录。并表示将以此为契机加强各组织之间合作关系,协同推进中意饮食文化的交流及商务合作的达成,共同助力慢食文化在中国的传播和发展。

作为国际慢食协会的官方葡萄酒指南,《Slow Wine(慢食红酒指南)》每年都会在全球开展推广意大利葡萄酒文化的巡回品鉴体验活动,即“Slow Wine Tour(慢食红酒之旅)”。今次,“慢食红酒之旅”携多款首次来到中国的17家意大利酒庄的葡萄酒,以自由品鉴和工作坊的形式,令红酒爱好者体验隐藏在意大利红酒中的慢食文化。

贝迪代表意大利驻华大使谢国谊先生在发布会上表示,意大利驻华使馆作为全球首着力推广“慢食理念”的使馆,也将积极推进“慢食红酒之旅”在中国的发展。Giancarlo Gariglio总编在发布会上的发言中提到:“本次慢食红酒之旅来到中国具有



非凡意义,我们都知道,慢食支持卓越的美食和葡萄酒文化和可持续的手工艺生产。慢食红酒指南所介绍的酒庄及其评价,不仅停留在葡萄酒质量方面,为了让消费者更好地了解杯中红酒的源头,作为世界上唯一一本每年访问所有被评估酒庄的葡萄酒指南,慢食红酒指南更将目光聚焦到葡萄酒生产的源头,明确葡萄酒的具体产地及农户,经过实地拜访农户、与农户攀谈之后,才会经过盲品、书写评论等阶段,将符合慢食‘优质、洁净、公平’理念的红酒选入慢食红酒指南,介绍给全球意大利葡萄酒爱好者。”

“意大利葡萄酒在中国的出口量正在不断增长,在新的传播策略的辅助下,更多的人对意大利葡萄酒增进了兴趣和了解。我很荣幸地与大家分享,我们成功地超越了在中国我们一直以来的竞争对手,在短短18个月时间里,我们的市场份额就从刚刚超过4.5%达到将近6%,从2015年刚刚超过0.89亿欧元上升到2016年的1.01亿欧元。预计到今年年底,我们将有超过1.2亿欧元的意大利葡萄酒出口到中国这个非

常重要的市场”,司凯培补充说到,“所以只有介入源头,以多种渠道的方法以及应用多元化推广,我们才能够取得这些喜人的成果。而慢食红酒之旅正是这样一个非常重要的推广项目,尤其对于文化方面,可以说意大利葡萄酒和慢食一起诠释了意大利的生活方式。”发布会上司凯培还表示,对于意大利葡萄酒而言,2018年面临的挑战仍然是要提高中国消费者对国家的认知,并以此为契机,把我们的推广活动也带到中国二、三线城市。”

作为发布会的主持人林光颂感谢了意大利驻华使馆、意大利对外贸易委员会对本次活动的特别支持,并介绍道:“继在成都成功举办的国际慢食全球大会后,今天的盛会更进一步推进了慢食文化在中国的传播,也更促进了中国与意大利的紧密联系。”

与会嘉宾在发布会后还参与了自由品鉴和三场品鉴工作坊活动,在意大利红酒中品味慢食文化,并以此开启了中国意大利葡萄酒文化季。(据新浪时尚)

