

# 企业家日报

## ENTREPRENEURS' DAILY

中国酒报

引领中国酒界传媒  
权威性·指导性·专业性·唯一性·信息性·服务性

今日12版

2017年12月16日 星期六 农历丁酉年十月二十九 第281期 总第9032期

营运专线:13980606808 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 主编:王聪 责编:袁红兵 版式:黄健

国内统一刊号:CN51-0098 邮发代号:61-145、61-85

全年定价:250元 零售价:5.00元

酒道·酒界要闻  
Alcohol arts

### 人物名片

何继平，现任江苏汤沟两相和酒业有限公司董事长。16年前，时任江苏省连云港市灌南县委常委的他，“听党话、跟党走、服从组织安排”，接手汤沟酒业有限公司。后来，带领企业发展壮大。



## 何继平：王者归来

资料图片

一边是继续在体制内体面地工作，一边是去“拯救”已濒临破产的企业。面对这样的选择题，你会如何做？

16年前，汤沟酒业已经严重资不抵债，资产负债率200%以上，资金链基本断裂，销售收入跌入亿元低谷。“员工有3800多人，但账面上只有50万元。”何继平说。

何继平坦言，初到汤沟的第二年，就走

了弯路。当时江苏一民营企业找到县政府，协议3亿元“买下汤沟酒”。

“无论谁接手，职工的权益必须得到保障。”这是何继平给该企业的再三嘱托。

但这次收购并不顺利。该企业不但一分钱没有兑付，工人们的工资也被停了。何继平再次临危受命，接下了这个“烫手山芋”。

再次来到汤沟后，何继平首先做通了

工人的工作，让他们恢复上班。同时，协调各方面的资源调集资金，把生产恢复起来。

彼时，江苏另外几家酒企已基本完成了股份制改造，“真是迟一步、慢一程”，何继平加快了追赶的步伐。

企业初步正常运行之后，新一轮改革正式启动，江苏汤沟两相和酒业有限公司呼之欲出。何继平做出了另一个重要的决

定：辞掉了县委常委职务，同时辞去了国有企业的董事长、总经理职务。

自2004年9月成功收购国有企业以来，江苏汤沟两相和酒业有限公司迅速步入加速发展的快车道，踏上了自己的复兴之路，销售收入从1个亿快速突破3亿元，紧接着突破5亿元，直至稳步迈过10亿元大关，打破了白酒产业“1.3.5”魔咒。（吴哉）

## 改压货为涨价 酒企能否“名利双收”

■ 林琳

年底销售旺季来临，酒类市场“波涛汹涌”。记者走访发现，白酒市场或在酝酿一波新的涨价，而在近日的二级市场上，白酒板块更是集体飘红。此次白酒商家改变出牌套路，改压货为涨价，但是能否“名利双收”却令人质疑。

与此番景象不同的是，啤酒市场旺季的温度逐渐退去，大型进口超市的进口啤酒价格纷纷“跳水”，出现15%-20%的降幅，而降价能否为商家带来更大的市场份额，有业内人士认为，更多迹象显示其销售已经逐渐接近上限。

继洋河、五粮液、酒鬼酒之后，水井坊也公布了涨价消息。中秋过后价格一度平稳的白酒市场近日再起波澜，有业内人士认为，市场或迎来一波涨价潮。不过，也有观点认为，茅台在股市的调整令这一波行情或不会“来得更凶猛”。

### 部分上市白酒企业开始“裸泳”

最近，多家白酒市场陆续公开发布或私下透露了即将涨价的信息，而且涨价幅度较大，个别品种涨幅高于10%，其中洋河于12月1日开始调价，被戏称为本波涨价潮的“引领者”。洋河梦之蓝价格将涨50元左右/瓶，一箱4瓶涨价150~200元左右；部分地区的五粮液“普五”价格已经破1000元/瓶，五粮液1618价格将近1200元；红坛酒鬼酒的零售价涨价幅度将达70元/瓶。

中国食品产业分析师朱丹蓬称，从企业的战略角度看，洋河的抢夺涨价先机是对的，但是能不能成功是后话。

有投资者、消费者表示，对于白酒企业不断涨价的行为已经有所反感。朱丹蓬认为这与近期18家上市白酒企业在股票市场不断出现波动有关：“可以看到，一些企业已经开始‘裸泳’，显示出虚弱的底子。”茅台在近期的大起大落，令市场重提白酒市场“泡沫论”，五粮液日前在部分地区的价格出现变化，也因此备受市场关注。据了解，部分地区的五粮液“普五”价格已经破1000元/瓶，五粮液1618价格将近1200元。



### 疑问：用涨价刺激渠道进货能奏效？

近日，几乎所有白酒上市公司在股票市场均有不同幅度的涨幅。亮剑咨询总经理牛恩坤评论称，从三个方面看这次涨价应该比较客观：“第一是提振行业信心，虽然白酒行业发展非常好，但是表现好的甚至有提价权的基本上就这几家，这次不约而同地集体提价有提振行业信心的意味。第二是保持品牌热度和超值，涨价会引起社会关注度，有利于产品保持超值，刺激消费者购买欲望。第三是春节旺季即将来临，涨价有利于经销商和零售终端提前备货，原来常用的手段是压货，现在涨价可以理解为反向发货，用涨价刺激渠道进货，这样还避免了促销政策，对于酒厂是一种名利双收的手段。”

有业内人士认为，对于中国白酒市场来说，元旦和春节是“刚性需求”旺盛的季节，从过去的国庆节、中秋节看，白酒市场价格坚挺，这种“风格”在短期内还将延续，这一次的涨价，也可能成为行业的统一策略：“这也与大品牌企业都提前完成了今年的任务有很大关系。”

而其他企业会不会跟风涨价呢？业内人士认为，白酒企业在元旦之前半个月的动作将给市场一个比较清楚的答案。

旺季过后，进口啤酒整体出现促销降价，大型进口超市的进口啤酒价格均有15%~20%的降幅。业内人士认为，国产啤酒三季度

业绩靓丽，给进口啤酒较大冲击，进口啤酒市场因为体量增大、品牌良莠不齐，互相之间又存在更激烈的竞争，甚至面临洗牌。不过，进口啤酒市场份额还将继续增加，业内人士认为其市场趋势虽未改，但已接近销售上限。

### 疑问：进口啤酒市场份额能超5%？

中国食品产业分析师朱丹蓬分析称，随着进入中国的外国啤酒品牌越来越多，体量越来越大，内部竞争开始激烈起来，必然导致降低售价、降低利润，另一方面，由于中国国产啤酒发力打造中高端啤酒，整个进口啤酒受到来自国产啤酒的竞争和打压，不得不调整自己、降低价格。

朱丹蓬称，“以前进口啤酒很暴利，一瓶进口啤酒动辄三四十元，单瓶利润高，但没有规模效应，现在利润低了，一瓶价格就十几二十元，但形成规模效应，总体利润不低。”

“经销商为了获得利润，会以更优于国产啤酒的价格来销售，保证周转率高于国产啤酒。”一名啤酒商告诉记者，进口啤酒以前通过文化吸引力来刺激消费，目前文化吸引力降低了，就需实质的优惠来刺激消费了。

尽管前3个季度进口啤酒的市场占有率已经升至2%~3%，业内预测未来或升至5%左右，但更多迹象显示其销售已经逐渐接近上限。业内人士称：“几乎所有国家的啤酒产品都是以本土化为主，进口啤酒只能是市场的补充。”



## 区域酒企“二次创业”突围

■ 刘一博

随着国内白酒市场的深度调整，一线酒企和领军企业引领的“强分化”发展趋势愈演愈烈，区域性、地方性酒企生存空间将被进一步挤压，行业内竞争已经集中在了品牌定位、产品塑造、营销管理等理念转变上，市场发展机遇和挑战并存。陕西西凤酒、山西汾酒、甘肃金徽酒等白酒企业纷纷进行产品和渠道升级，提高抵抗一线白酒挤压的能力。

据北京商报报道，国内白酒市场回暖，给酒企带来了涨价的底气。据悉，水井坊、沱牌舍得、剑南春均对旗下核心产品进行调价，调价范围在几十元到一百元不等。除此之外，众多区域酒企开始全面布局市场，例如酒鬼酒推出共享窖池项目，西凤酒对旗下经销商品牌进行全线条梳理，山西汾酒加码布局国际市场，内蒙古河套酒业加速扩张省外市场等策略。

对此，业内人士指出，区域酒企单纯依靠涨价并不能完成对市场的布局和利润的提升，品牌需要从产品、渠道、宣传、策略等方面进行升级，从而提高品牌竞争力。

从现在的市场情况而言，名酒企业瞄准大众消费市场并不是全新的布局，而是对于之前薄弱市场的深耕。从组织架构、营销体系等进行全面布局，以五粮液为例，公司启动了“营销中心+子公司”模式，改变了过去的事业部制运作。

和君咨询酒水事业部高级咨询师马涛曾公开表示，各大名酒在中低端早有布局，只不过以前过度关注高端产品发展，而忽略了中低端，而如今高端遭遇问题，关注中低端就成为自然的选项，无论是丰富中低端老品系，还是纯粹推出中低端新品系，对于一线名酒企业来说，都是一种回防行为。名酒企业以前将资源倾力于高端，留下中低端的空档，大多让二线酒企拿去，现在的回防举措必然会挤压二线企业的生存空间。

面对来势汹汹的一线白酒，区域白酒也开始布局反击战。业内人士分析指出，消费升级后，区域性白酒消费价格带的升级也非常明显。百元以下优质的光瓶酒特别是50~70元的光瓶酒，快速侵蚀盒装酒的趋势也更为突出，谁抢占了百元以上的价位，谁就占到了制高点。但是区域白酒如何卡位准确，然后通过核心产品占领该领域价格带市场，是区域强势酒企现在必须思考的问题。

### 实现线上线下融合

## 找链酒科技

联系人: 郭先生  
联系电话: 13241123699  
企业电话: 400-6368-919  
邮箱: nayaifeng@lianjiutech.com  
北京市中关村科技园科创六街1号

佳池股份  
GARTCHEE  
中国白兰地文化推动者  
股份代码: 880051  
www.gartchee.com

免费400服务热线  
400-090-8939

## 中国酒周刊 设立信息采集中心 邀请书

为了进一步拓展信息采集渠道，聚集、整合有效资源，形成报企联动的快速机制，本刊决定：在全国各地设立信息采集中心（站），业务范围包括信息采集、运营代理、征订发行等。

凡有意承担设立“中国酒周刊信息采集中心”重任的有志之士，请将个人简历和联系电话等信息，发至邮箱3086645109@qq.com，具体商谈工作流程和相关待遇。

邀请热线: 13980606808