

“后浪”奔涌
浓香型白酒动力强劲

■ 陈振羽

近日,A股上市的19家白酒企业半年报已全部出炉。在19家上市公司中,浓香型白酒占据13席,从增速看,除茅台外,12家浓香企业的增速均超越了酱香茅台。在营收和净利润排名中,增速前三位均是舍得和水井坊。

从净利润增速中不难看出,五大龙头企业中,五粮液、泸州老窖、山西汾酒净利润增长幅度较大,贵州茅台、洋河股份增长较为平稳。在浓香企业中,舍得酒业、水井坊、金徽酒、今世缘、迎驾贡酒等品牌增长喜人,多数则超越了众多头部品牌,后劲十足。

业内人士认为,随着浓香白酒品牌的不断调整和品质提升,发展优势更加明显,营销思路的创新和结构性调整让浓香白酒动力更强。

“后浪”强劲 浓香价值凸显

除“茅五洋泸汾”五家头部企业外,舍得酒业、金徽酒同样“复星系”,共同进步成为一大特色。舍得酒业半年报显示,今年上半年,公司实现营业收入23.91亿元,同比增长13.09%;实现归属于母公司净利润7.35亿元,同比增长47.9%。

金徽酒今年上半年实现营业收入9.72亿元,同比增长36.59%;归属于上市公司股东的净利润1.87亿元,同比增长55.89%;归属于上市公司股东的扣非后净利润1.86亿元,同比增长63.97%。

相比之下,虽然金徽酒的业绩和增速不及舍得酒业,但对于独守西北市场的薄弱的金徽酒来说,业绩可谓壮观。

数据显示,金徽酒“金徽 28,金徽 18,世纪金徽系列、柔和金徽、金徽正能量”等产品市场占有率在不断提升,营销网络已从原来单一的甘肃辐射到陕西、宁夏、新疆、西藏、内蒙古、青海等西北市场。

对于头部品牌来说,金徽酒是“后浪”中的小兄弟。像金徽酒这样的地域明显和销售半径有限的区域非强势企业,在提升品质的同时,要想发展,在品牌张力不够的情况下,传统的打法起到的作用寥寥。

今年,金徽酒在组织调整、机制转型中深入推进深度分销“大客户运营”双轮驱动转型发展,百亿元以上产品销售收入同比增加48.72%,销售收入占比提升至60.27%,凸显引领作用;此外,该公公司成长性市场发展迅速,甘肃省内河西地区营业收入达1.09亿元,较上年同期增长55.64%;省外市场也取得显著成效,包括新疆、西藏在内的其他地区营业收入达2.13亿元,同比增长64.50%。

“破局”精准 品牌张力骤增

在浓香非强势品牌中,舍得酒业是一匹黑马,大有超越的趋势。

上半年,舍得酒业中高档酒、低档酒分别实现销售收入18.77亿元、3.17亿元,同比增长149.01%、255.52%;从区域看,省内实现销售收入5.77亿元,同比增长174.63%;省外实现销售收入14.37亿元,同比增长146.03%。与去年同期相比,省外市场竞争力加强明显,按“聚焦川酒鲁豫,提升东北西北,突破华东华南”的策略,省外市场河南、山东、东北市场稳步推进,华东、华南、华中高粱酒市场份额优势明显,聚焦核心单品,战略市场及重点市场,通过分梯级培养、分批突破,加快品牌的全国化布局。

复星入主舍得后,下半年将更多落实公司中长期战略规划及内控体系,治理将持续优化,激励驱动,舍得高粱酒有望继续从资本层面获得支持,复星资源将充分嫁接舍得,实现乘数效应。

水井坊半年报显示,公司实现营收18.37亿元,同比增长28.44%;归属于母公司净利润3.77亿元,同比增长266.01%。其中,高端产品的营收占比达到97%。经营数据显示,公司2021年上半年高端、中档产品分别实现营业收入17.81亿元、0.54亿元,分别同比增长128.22%、29.50%。按地区来看,除了出售收下滑近50%,省外市场的营收同比实现翻番。

在今年4月举行的水井坊经销商大会上,水井坊总经理朱豪曾提到,要发力全国化,特别是东北市场。在陪同各级各界领导考察时,总是会被问到古贝春是一个红色文化特色明显的企业,这从大门口号“红色基因”就能看出来。古贝春的骨子里是红色基因的。

周:没错。这就是我们之所以一直强调党的建设与企业文化的重要的原因,东方哲学智慧中特别强调“修心”,其本身就是精神世界的自我建设,所谓“心不正”对于“修身修性”都是贻害无穷的。

顾:说到创新,古贝春是个传统产业,同时又是一个讲创新精神的企业,有人对非公党建有个怪想:有形覆盖面积大,无形覆盖难。这么多年来古贝春是怎样有效避免这一点的?其中还有什么创新举措吗?

周:的确就是这样。在繁杂忙碌的企业事务面前,党建工作如何保证持续有效地开展,从而实现党建工作与企业发展的一体化,最大限度地发挥党组织和广大党员在企业中的作用,这是个值得注

顾:党建是增强企业凝聚力,提升执行能力的最好抓手。明年就是我们建厂七十周年了,七十年有波峰浪谷很多周折,但古贝春何以为当地民营企业巨子与行业翘楚?我想,看待这个问题要与企业的历史定位相结合。我说过一句话:企业做好做了,不是个人的而是社会的。什么意思呢?就是我们要做好做强企业来回馈社会报答党恩。坦率地说,我一直在做企业是需要有一点境界,一点情怀的。

顾:古贝春的前身是国营武城酒厂,建厂之初便蕴含了红色企业的因子。从第一任书记耿庆华到古贝春第一次创业的领导者,第七任书记张文华都是组织委的优秀共产党员,他的杰出代表,有着上世纪六七十年代特有的革命热情。时至今日,在我们的发源地老酒厂的厂房上还依稀可见“苦不畏想革命老前辈,硬不硬节骨眼上本领”等标语,这是古贝春的企业文化,特别是东北文化。在陪同各级各界领导考察时,总是会被问到古贝春是一个红色文化特色明显的企业,这从大门口号“红色基因”就能看出来。古贝春的骨子里是红色基因的。

周:古贝春的前身是国营武城酒厂,建厂之初便蕴含了红色企业的因子。从第一任书记耿庆华到古贝春第一次创业的领导者,第七任书记张文华都是组织委的优秀共产党员,他的杰出代表,有着上世纪六七十年代特有的革命热情。时至今日,在我们的发源地老酒厂的厂房上还依稀可见“苦不畏想革命老前辈,硬不硬节骨眼上本领”等标语,这是古贝春的企业文化,特别是东北文化。在陪同各级各界领导考察时,总是会被问到古贝春是一个红色文化特色明显的企业,这从大门口号“红色基因”就能看出来。古贝春的骨子里是红色基因的。

顾:没错,除了企业持续发展的经济实力,奉献社会的公益形象,多年来古贝春深受各界认可的一大特色就是企业文化,特别是东北文化。在陪同各级各界领导考察时,总是会被问到古贝春是一个红色文化特色明显的企业,这从大门口号“红色基因”就能看出来。古贝春的骨子里是红色基因的。

周:的确就是这样。在繁杂忙碌的企业事务面前,党建工作如何保证持续有效地开展,从而实现党建工作与企业发展的一体化,最大限度地发挥党组织和广大党员在企业中的作用,这是个值得注

顾:说到创新,古贝春是个传统产业,同时又是一个讲创新精神的企业,有人对非公党建有个怪想:有形覆盖面积大,无形覆盖难。这么多年来古贝春是怎样有效避免这一点的?其中还有什么创新举措吗?

周:的确就是这样。在繁杂忙碌的企业事务面前,党建工作如何保证持续有效地开展,从而实现党建工作与企业发展的一体化,最大限度地发挥党组织和广大党员在企业中的作用,这是个值得注

顾:没错,除了企业持续发展的经济实力,奉献社会的公益形象,多年来古贝春深受各界认可的一大特色就是企业文化,特别是东北文化。在陪同各级各界领导考察时,总是会被问到古贝春是一个红色文化特色明显的企业,这从大门口号“红色基因”就能看出来。古贝春的骨子里是红色基因的。

周:的确就是这样。在繁杂忙碌的企业事务面前,党建工作