



国内外公开发行(原《厂长经理日报》)

邮发代号: 61—85
网址: WWW.NEWSSC.NET 邮箱: CJB490@SINA.COM

中國糖酒周刊

经理日报

THE MANAGER'S DAILY

责编:袁志彬 编辑:唐 勃
版式:张 彤 校对:阳 红
2010年3月15日 星期一

协办:辽宁道光廿五酒业集团

【糖酒时评】

外资控股中国白酒企业未必是坏事

□张志伟

近日，水井坊成了舆论焦点，帝亚吉欧经过耐心的“潜伏”，“龙门一跳”或将变为现实，通过间接性控股水井坊，它将成为外资控股中国白酒名企的第一家。信息披露之后，欢呼声不多，担心情绪却在日渐增加，主要是忧虑外资的某些“斩首”行动会动摇中国白酒业的未来“光明之路”，笔者认为，这种担忧大可不必。

企业追逐高利润，这是由商业法则决定的。外资逐鹿中国白酒产业主要看中的是高额利润。仅从白酒板块上市公司年报看，许多高端酒类产品毛利均超过七成，甚至更高。虽然一直被称为“夕阳产业”，但最近几年，我国白酒龙头企业的增长速度均保持在30%左右，茅台、五粮液等名酒也都在“坚决”地执行涨价策略，也让其他酒类企业眼红。与红酒和啤酒比，在三大酒中，名优白酒企业的日子要分外“宽松”，这引发外界觊觎和实际行动，这似乎不难理解。

其实，海外资本艳羡中国名酒市场也并不始自今日，近几年来，白酒成为外资投资的新重点。2006年帝亚吉欧受让水井坊第一大股东四川全兴集

团43%的股权，曾为外资白酒并购第一案，此后，知名外资高盛的加入让口子酒曾引起较大轰动。2007年可以说是外资酒企规模入驻中国的一年，隶属法国路易威登集团的酩悦轩尼诗酒业公司与剑南春达成合作协议，轩尼诗、V&S两大洋酒巨头分别与剑南春合作，用“文君”和“天成祥”两个品牌向高端白酒市场发起冲击。

由于国家对外资进军中国白酒也存在一定的门槛，五粮液、茅台等企业多由国资委绝对控股，拥有强大的资金和技术实力，外资对其难以“攫取”。尽管外资进入中国白酒业攻城略地，可以说，中国白酒业“独立”地位没有丝毫撼动，对外资进军中国白酒行业的担心似乎产生的还有些早。

从另一个方面讲，外资兼并中国白酒企业则利于中国企业走向海外。有关专家认为，中国是一个白酒大国，但中国的白酒在国际上却没有相应的地位。帝亚吉欧大中华区公共事务及传播总监陆海清近日表示，“我们将会发挥帝亚吉欧在国际上的影响力和实力，帮助水井坊开拓海外市场。”“我们预计将从东南亚、北美市场以及部分免税店开始，拓展水井坊的国际市场。”这可能是水井坊与帝亚吉欧合作带来的直接受益内容之一。有关专家认为，中国白酒在国外，却由于经济文化风俗习惯等原因，还无法被国外消费者普遍接受，因此通过外资在海外市场成熟的销售渠道来占领国际市场无疑成为了一条必由之路。

外资并购中国白酒企业，对白酒产业的产业升级将带来很好的促进。目前据中国酒流通协会数据显示，中国共有1.8万多家白酒生产企业，其中规模以上企业1160家，有关专家认为，白酒行业也急需产业整合和产业升级。外资携带先进的管理经验进入中国，也必从“施压”中国企业起步，从而迫使其加快产业整合和升级步伐。

傅潭芝麻香 中原第一家

本公司为您提供优质芝麻香酒和傅潭系列产品，傅潭芝麻香酒经国家食品质量监督检验中心多次检验，各项指标全部达到优级标准，并通过河南省质量鉴定。总经理赵章报热忱欢迎全国各地客商光临选购！

河南省傅潭酒业有限公司

公司地址:濮阳市南乐县城北环路北

财富热线:0393—5318999 13707676148

浓头酱尾 和谐家

农业产业化国家重点龙头企业 国家星火计划项目 全国用户满意产品

得益绿色

DEYI GREEN

米饭 肉食品 下饭菜

做食品就是做良心——杜诚斌

四川得益绿色食品集团有限公司 电话:028—85335818 网址:www.scdeyi.com

展示行业发展新貌 完善展会多元功能

第82届春季糖酒会3月19日开幕

“世界顶级葡萄酒拍卖会”将在春糖会上上演

第82届糖酒会将于2010年3月19日在成都开幕。本届糖酒会将多方面实行升级计划，增加国际馆的面积，增加国际、国内商贸活动的空间、规模和内容；拓展行业领域及完善展会功能。

糖酒会负责人表示，在后金融危机时代，中国糖酒食品行业仍然要做好充分的准备，寻找行业发展新的轨迹、脉络及趋势。要认真总结过去的一年，2010年要以做强主业，加大宣传、夯实品牌为基本策略。为推动糖酒食品行业企业更好发展，春季糖酒会将全力打造新年度全方位、宽领域、多元化发展的新格局。

承前启后 全方位规划

近年来，我国食品行业发展持续、快速。食品产业增速始终保持在20%以上。据统计，2009年春、秋两届全国糖酒商品交易会成交总额达371亿元，比上年增长11%。其中食品类、酒类、调味品类、相关产品类都有较大幅度增长。

2010年春季起施行展览展示新规划。充分考虑行业发展的需要，采取全方位展示的新举措。增加国际馆的面积，增加国际、国内商贸活动的空间、规模和内容。同时增加相关产业的规划、强化专业分类，从概念上和分类上引导展商、客商快捷、准确交流并有效把握重点。

行业协会组织也将发挥重要作用，加强对企业品牌的树立、对亮点的宣

传，协助企业从渠道拓展到终端市场与国家政策的结合。加强对国际国内展商重要商贸活动与交流的宣传推广，使展、贸融为一体，更具实效。

宽领域 品牌拓展专业细分

随着糖酒会的不断发展和对相关产业的带动作用越来越强，领域越来越宽，由原来的酒类、食品、调味品为主的展区逐步扩展为专业化、系列化的品牌专馆、区，品类细分越来越强。今年，最具效果的是白酒、黄酒、葡萄酒、啤酒饮料、乳制品、调味品、食品、保健品等专馆(区)外，还有食品机械、食品包装等专馆、区。充分为行业宽领域、多角度的拓展提供了方便条件。

功能多元 主题明确

展览展示与会议的结合(展会合一)，是糖酒会近几年推出的新举措，会议的主题更明确。企业自身的政策发布会、媒体的推介会、官方的主题论坛，都从不同角度发挥着不同的作用。

由中国副食流通协会主办的《中国糖酒食品业年度峰会》，以创新、责任作为春季糖酒会持续的总主题，塑造了行业主题化发展的方向与模式。而更具风向标作用的年度趋势分析，引导了企业在新形势下，准确地把握国家宏观政策，找到创新和创业的机会。《2009—2010中国糖酒食品业市场年度报告》、

《全国大型零售企业2009年糖酒食品销售排行榜》、及权威经济专家的分析给本届糖酒会的与会代表将带来更多的期待与强大的吸引力。

9大展馆 展示糖酒佳品

据了解，本届“糖酒会”在新国际会展中心规划了9大展馆区，分别是1号“葡萄酒及国际烈酒馆”、2、3号“酒类馆”、4号“四川馆”、5号“精装馆”、6号“食品饮料馆”、7号“调味品馆”、8号“综合馆”以及9号“食品机械馆”。另外，本届“糖酒会”还在广场处设置了“室外主题展区”。

参展商 更理性务实

此次糖酒春交会，参展商更为理性而务实。以河南为例，“豫满中国”河南参展团成员骤减，以往十多家企业的联盟体系仅剩赊店酒业、张弓酒业、林河酒业三家。

业内有人认为豫酒逐渐进入理性期，与热火朝天的展览现场和高额投入相比，组团参展效果未必能达到企业自身预期。不过，河南省酒业协会副会长兼秘书长蒋辉对此有不同看法。“‘豫满中国’承载着一一种中原精神，这次能够继续参与组团参展的都是大企业。”他说，省酒协的安排一向根据企业不同需求，少不一定是坏事，一来企业展位分配面积大了，可以提高展示效果。二来

可以更加注重设计，特装展位彰显自身个性吸引眼球，或许能带来意想不到的效果。

据了解，河南省酒协在此次春交会上为豫酒争取到448平方米的大型展位，赊店将在168平方米的空间大展身手，将汉元素植入酒水，深入挖掘文化气息。

顶级葡萄酒拍卖成亮点

今年，红酒类的参展单位众多，无论是报名参展的酒商实力还是品牌知名度，整个展区规格可谓空前。记者从“葡萄酒及国际烈酒馆”的组展处获悉，目前1号馆230个展位全部满员的情况下，还专门辟出了132个展位以供红酒商家使用。据悉，已有酒商已经捷足先登，租下了主场馆旁的会议厅“水晶厅”做单品展。除了全球知名的“美夏”、“桃乐丝”等知名葡萄酒商前来参展外，多位世界顶级的酒庄庄主也将亲赴成都参加本届展会。

在本届“糖酒会”举行期间，还将首次在成都举行“世界顶级葡萄酒拍卖会”。记者从已经确定的拍品清单中看到，仅15支葡萄酒的拍卖底价的总和就超过了25万元人民币。其中最高的拍卖底价达12万元人民币。

相信此次拍卖会定将吸引受众的目光，成为本届春糖上最大的亮点！

(宗 河)

我国公布今年乳品质量安全标准

国务院办公厅日前印发了《2010年食品安全整顿工作安排》。工作安排明确了2010年食品安全整顿工作的主要任务，并提出有关要求。

工作安排指出，2010年要完善食品安全标准。制定清理现行食品安全标准的工作方案，对现行食品质量标准、卫生标准和行业标准中强制执行的标准进行清理，解决标准缺失、重复和矛盾

问题。制(修)订食品中农药残留、有毒有害污染物、致病微生物、真菌毒素限量标准。公布国家乳品质量安全标准。

工作安排要求，加强食品安全风险监测和预警。建立国家食品安全风险监测制度，制定并实施国家食品安全风险监测计划，加强地区性食品安全风险监测，建立快速、方便的食品安全隐患通报机制和网络平台。发布年度食品安全

风险监测评价报告，建立食源性疾病预防报告机制，构建食源性疾病和食物中毒报告信息采集网络，建立食品安全有害因素与食源性疾病预防数据库。实施食品安全风险评估制度，对相关食品安全风险和隐患进行风险评估。加大食品特别是乳品等高风险食品检验检测频次，定期公布检验检测结果。

根据工作安排，2010年食品安全整

顿工作主要任务还包括：加强违法添加非食用物质和滥用食品添加剂整顿，加强农产品质量安全整顿，加强食品生产加工环节整顿，加强食品进出口环节整顿，加强食品流通环节整顿，加强餐饮消费环节整顿，加强畜禽屠宰整顿，加强保健食品整顿，推进食品生产企业诚信体系建设等。

(南 方)

易昕：建议按酒精度征收酒类消费税

随着社会交往、商务活动增多，喝酒的人数及频率增大增多，但文明、健康、安全又要求人们尽量减少喝酒，喝酒适量。为此，江苏大富豪啤酒有限公司董事长，全国人大代表、全国劳动模范易昕建议国务院、财政部、税务总局

参照西方发达国家的做法，除从量、从价计征消费税外，从量计价中应该根据酒精度调节酒类消费税的高低。

在接受记者采访时，易昕表示，比如53°白酒从价计消费税20%，那43°白酒就可定43/53×20%；12P啤酒

从量计消费税220元/吨，那8P的啤酒消费税就是8/12×220元/吨；葡萄酒及黄酒等以此类推。

“如果单纯从量计的消费税改为从量及从酒精度计征，则有利于引导生产厂家生产低精度酒，厂家营销会引导人

们逐渐改变好喝高度酒的不良习惯，适应低酒精度饮料。”易昕说。这样，长此以往，既有利于身心健康，也有利于社会的和谐稳定。如果从现在开始改变，10年、20年后中国人喜欢喝高精度的习惯可能要改变很多。

(尹贵超)

【域外传真】

俄罗斯啤酒业面临提税重压

从今年1月1日起，俄罗斯啤酒税增加200%，使金融危机下的啤酒行业雪上加霜。毫无疑问，最打击最严重的是低端啤酒，而俄罗斯市场48%被低端

品牌占据。

就在不久前，俄罗斯还是跨国啤酒巨头眼中的“肥肉”。到2003年，俄罗斯已成为全球第五大啤酒市场，其巨大的

增长潜力令各国生产商纷争不止。2008年，俄罗斯人均啤酒消费量约为78升，总消费量约为1100万升，跃居全球第三大啤酒市场(按消费量计算)。然而，2009年不利的经济环境令市场萎缩近10%。

嘉士伯旗下拥有俄罗斯著名的波罗的海啤酒厂，该厂目前占到俄罗斯全国38%的市场份额。2009年12月，嘉士伯报称，俄罗斯的啤酒经销商纷纷囤货。嘉士伯预计，2010年俄罗斯啤酒消费量将缩减约10%。

市场分析机构SanfordCBernstein

估计，提税将导致啤酒零售价格增长26%。该机构称，此次提税将对嘉士伯短中期利润造成严重损害。幸而，波罗的海啤酒的高端定位可能会减轻一些冲击。百威英博旗下的SunInBev较其他对手表现得更加艰难。2009年第三季度，其在俄罗斯市场销量同比下降20%，前9个月降幅为15%。

无论如何，2010年对于俄罗斯啤酒生产商将会是艰难的一年，采取严苛的节支措施将成为各啤酒企业的头等大事。

(王 晋)

中国美酒 茅台葡萄酒