

易道酒经 | Wine words

关于原酒质押融资服务的探讨

■ 杨官荣 黄志瑜

中国经济社会发展速度迅猛,生产企业对资金需求量巨大,白酒产业尤甚,无论是国有白酒企业还是民营白酒企业,要做大做强必须有强大的资金做后盾。作为掌握社会资金的银行,支持企业发展责无旁贷。然而,银行也是需要盈利的企业,只不过其经营的是资金这一特殊商品。它在通过融资获取利润的同时,还必须保证融资资金的安全性,这必须依赖良好的风险控制机制。

通常来说,股权融资与债权融资是现代企业融资的重要方式,但是相对于白酒企业的发展模式和发展规模而言,其融资难度不言而喻。一方面,有些白酒企业缺乏能为银行所接受的固定资产或有实力的第三人为其担保,如果以传统方式向银行申请融资,其结果多半是到处“碰壁”;另一方面,企业的原酒库存占用了其大量的资金,如何盘活这部分资金,加快资金周转速度也是企业在思考和探索的问题。同时,银行也存在资金放贷不畅和如何规避风险的问题,因此正在积极探索和寻找具有变现快而风险低的金融产品。在这种情况下,原酒质押融资服务应运而生。

原酒质押服务必要性

为了响应四川省委省政府提出的打造“中国白酒金三角”,建设长江中上游各酒经济带的宏伟目标,提升四川省地方名酒及白酒企业的竞争力,解决白酒企业融资问题,四川省酿酒研究所联合多家银行,实行第三方品质监管,以原酒作为抵押物给酒类企业融资,解决困扰地方名酒及白酒企业发展的瓶颈问题。

那么,相对于全国白酒生产企业而言,原酒抵押融资服务首先是解决企业发展资金;其次是为白酒生产企业抵押部分原酒作一次质量、价格的全面评审;第三,为企业年份酒封存鉴定时间认定;第四,全面提升白酒企业的质量技术水平。

原酒质押融资概况

原酒质押融资作为一种新型的服务项目,为白酒企业的发展提供了更广阔的舞台,首先对于白酒企业而言,利用原酒质押向银行融资,可以解决企业经营资金问题,争取更多的流动资金周转,达到实现经营规模扩大和发展,提高经济效益的目的。其次,原酒作为一种特殊的商品,根据其本身所特有的属性,在质押贮存过程中,原酒是以 20%~25% 的升值比例进行增值,这对于生产企业或投资商而言,正是原酒价值体现的优势所在。再次,对于银行等金融机构而言,开展原酒质押服务可以增加放贷机会,培育新的经济增长点,又因有了原酒这一特殊商品作为抵押,融资的风险大大降低。最后,原酒质押是一项由四川省酿酒研究所,白酒企业,委托方(银行等金融机构),监管公司四方参与的业务,随着服务的深入,将呈现四方共赢的局面。所以,原酒质押作为新型的业务应该得到推广应用。

四川省酿酒研究所是国内唯一一家提供原酒质押融资服务的科研机构,主要为银行做好原酒的质价评审工作以及白酒企业后续的相关技术服务工作。该服务从 2010 年 2 月份开始实施以来,总共为省内外 68 家白酒企业解决了企业资金链问题,融资金额达到



13.2641 亿元。

融资对象和条件

原酒质押融资服务对象是中国境内生产达到一定规模的白酒生产型企业。应符合以下条件:1、从事的经营活动合法合规,符合国家产业、环保政策和社会发展规划要求;2、应持有相关机构颁发的生产许可证及食品卫生许可证;持有工商行政管理机关颁发的合法有效的法人营业执照;持有税务部门核发的税务登记证;持有相关部门出具的环保许可证;3、持有人民银行核准发放并通过年间的贷款卡,以及技术监督部门颁发的组织机构代码;4、实行公司制的企业法人申请信用必须符合国家法律法规和公司章程的规定;5、在银行开立账户,自愿接受银行信贷监督和结算监督;6、信用等级在 AA 级以上(含)。

服务各方协调工作简述

原酒质押融资服务需要四川省酿酒研究所、白酒企业、银行、仓储监管公司四方之间相互协调合作,才能顺利完成原酒质押工作。四方相互协调之间的工作内容简述如下:

研究所与白酒企业。原酒质押工作正式进行之前,研究所需要先对白酒企业进行全面了解,与白酒企业进行充分的沟通。白酒企业可以根据自身的原酒产销及经营情况,灵活掌握融资时间及额度。原酒质押不同于其他货物质押,原酒存放时间越长,价值越高,白酒企业不仅提升了原酒的自身价值,提升可持续发展的能力,也加快原酒企业外部资源整合。

库存的原酒是占用白酒企业资金最大部分,但是原酒的存放又是提高原酒质量和价值必不可少的一个环节。一般原酒在适宜条

件下存放一年,其价值提升 20%~25% 左右;优质特原酒存放后的价值提升空间更大。对于一个年产 5000 吨浓香型原酒的白酒企业而言,其库容量至少有 5000 吨,其中短期的库存原酒至少 3000 吨,长期存放的库存原酒视白酒企业的经营情况而定。酱香型原酒对存放时间的要求更长,对白酒企业资金的占用更多。这些大量库存的原酒,很容易造成白酒企业的流动资金不足,使企业对发展企业生产规模和转变企业经营模式的很多想法是心有余而力不足。

例如,高粱是白酒酿造过程的主要粮食原料之一,其随季节的波动性最大。一般在每年九月份左右的时候也是高粱价格最高的时候。如果白酒企业流动资金不够充分,每年都要推上高粱原料高成本的这段时间,尤其是酱香型白酒生产企业。利用原酒质押融资来补充企业流动资金,可以避开高粱价格最高的这段时间购入高粱。同时就目前的通货膨胀因素来看,白酒企业可以适当加大库存原酒的量,避免持有过多现货币。

原酒质押服务就很适合那些库存大量原酒而流动资金不足的白酒企业。存放时间一年以上的中长期库存原酒适合于来做原酒质押融资服务。研究所首先掌握需要原酒质押融资服务的白酒企业,再对其库存原酒的量、库存情况以及资金需求量进行了解,对企业提供合适的质押融资服务的各项建议。

研究所与银行。在确定需要进行融资贷款的白酒企业后,研究所需要与银行及时进行沟通。银行初步了解白酒企业的各方面情况,银行视本身的贷款发放政策、贷款额度等决定是否可进行原酒质押。

银行与白酒企业。银行对白酒企业进行全面了解,包括对企业的负债情况,生产许可证、各项资产、流动资金量、库存情况、法人代表等进行全面了解,拿到所需的相应证件证

明等。通过这些资料,银行决定白酒企业是否符合发放贷款的条件,以及发放贷款的额度。

银行与仓储机构。银行作为质押原酒的质权人,需要仓储机构对质押物(原酒)进行现场监管。在对质押原酒的监管过程中,银行制定相应监管章程,仓储机构对质押原酒实行严格监管,杜绝所质押原酒泄漏、偷换等情况的发生。

研究所、白酒企业、银行、仓储机构四方之间。完成所有原酒质押融资服务的前期工作后,由研究所、白酒企业、银行、仓储机构四方同时进行取样、封存、价值评估和贷款发放工作。具体工作流程如下:

①白酒企业确定用于做原酒质押融资的库存原酒种类和数量;

②银行对白酒企业相关材料进行审核。

③研究所、白酒企业、银行、仓储机构四方工作人员同时到库存原酒现场。

④在四方工作人员在场的情况下,主要由研究所工作人员负责对质押原酒取样,以保证所取样品的代表性。酒样量包括白酒企业留存、银行留存、仓储机构留存和研究所检测、品评及留存。

⑤在四方工作人员在场的情况下,仓储机构工作人员通过查验后计算验证质押原酒的数量。

⑥在四方工作人员在场的情况下,由研究所和仓储机构出具本单位封条并签字,对质押原酒封存。

⑦由仓储机构指派监管员对封存的质押原酒现场监管,每天检查质押原酒的封存情况,及时向银行和仓储机构上级领导反应情况。

⑧研究所组织质价评审委员会专家组,对质押原酒的酒样进行公平公正的鉴评,决定质押原酒的价值。

⑨银行根据研究所对质押原酒的“原酒质押产品鉴评意见书”进行发放贷款。

酒言大观 | Wine words

“白酒里包含着中国酒独特的酿造路径,它的方式方法,既是物质文明的产物,又是精神文明的产物。”

——在中国酒业协会文化委员会年会上,来自北京大学中文系的张颐武教授如是说。

“赤水河那个地方我去过很多次,那种微微发酵的、赤水河谷里那些清澈的山泉水我也饮用过。他们为了特意酿造酱香酒那些特别生长在山间的高粱地,我也在那些高粱地里探索过,粮食和水造就了酒,酒又改变了人的状态和情怀。”

——最年轻的茅盾文学奖获得者阿来如是说。

“中国白酒走向国门势在必进,但在此过程中,中国白酒依然需要三个坚持:中国的白酒一定不能洋化;一定要坚持每个工厂的酿造工艺;坚持体验中国白酒的仪式感。”

——“白酒打工帝”马金全如是说。

专家专栏 | Expert column

喝白酒不只是喝酒精和水

■ 仁善研

啤酒被人们赞誉为“液体面包”,黄酒、葡萄酒被赞誉为“液体蛋糕”,而白酒似乎还没有被拿来比喻成别的看起来很有营养的食品,一般的消费者或许认为白酒就仅仅是酒精和水而已,因为普遍的说法认为酒精和水占白酒中总重量的 98%~99%。多年来,酿酒及科技工作者对白酒中除酒精和水之外其余 1%~2% 成分的研究越来越深入,通过现代分析检测技术,在白酒中检出的物质已达到了 2000 余种(含醇、醛、酸、酯、酮、酚、微量元素等)。

除了酒精和水,白酒中 1%~2% 成分物质如此丰富多样,通过常规色谱分析可将这些物质含量大于 2~3mg/100mL 的物质称为色谱骨架成分,小于 2~3mg/100mL 的物质称为微量成分。不要小看这其中 1%~2% 的物质,众多实验表明它们是决定白酒风格和品质的关键性物质。(本文简要介绍白酒中看起来占比不多但作用巨大的酯类、酸类、酚类和微量元素。)

酯类物质

酯类是白酒香气的重要成分,这些酯类虽然其结合酸不同,但几乎都是乙酸,如乙酸乙酯、乳酸乙酯、乙酸乙酯等酯类物质是白酒中的色香味成分,对形成白酒的香味及风格有重要作用。在个别优质白酒中曾发现有乙酸异戊酯,发酵期短的普通白酒在酯类中乙酸乙酯含量最多,除酒精及水外位居第二,丙酸乙酯在酒内发现不多,4-乙基乙酯比丁酸乙酯味好的多,稀薄情况下有水果香。乳酸乙酯有着较柔和的香气,但过多则呈青草味,其他尚有丙酸酯,香气极好,但在白酒中含量不多。

此外,乙酸乙酯对乙酰有制约作用,可以通过肾调节体液来排除酒中对人体不适反应的物质。乳酸乙酯可以促进乙酰刺激大脑皮层,是人体必须的有机酸,它促进双歧杆菌的生长而是人体内微生态达到平衡。丁酸带甜,无刺激,具有不愉快的气味,浓时非常臭,稀时则发清香,似水果香气。己酸,有不愉快臭,味刺激。乳酸,有浓厚感,多则发涩,柔和或呈酸味,是一种嗅之愉快感,呈味成分更重要。

酸类物质

酸是形成酯类的前体物质,没有酸一般就不会有酯,酸还可以构成其他香味物质。乙酸、L-乳酸等酸类物质是白酒中重要的色香味成分和味的协调成分,其作用不仅于呈香呈味,还有助于其它香味成分的产生。乙酸即醋酸,具有杀菌抗病毒的功能,如流行性感冒时,人们往往使用食醋熏蒸杀菌;乙酸还具有扩张血管,延缓血管硬化的功能。L-乳酸是人体必须的有机酸,它促进双歧杆菌的生长而是人体内微生态达到平衡。丁酸带甜,无刺激,具有不愉快的气味,浓时非常臭,稀时则发清香,似水果香气。己酸,有不愉快臭,味刺激。乳酸,有浓厚感,多则发涩,柔和或呈酸味,是一种嗅之愉快感,呈味成分更重要。

酚类化合物

白酒以小麦为主要制曲原料,小麦皮层含有阿魏酸,经过发酵后转化为愈创木酚、4-甲基愈创木酚、4-乙基愈创木酚等分类化合物,目前已检测出白酒中含有阿魏酸、儿茶酚、愈创木酚、4-甲基愈创木酚、4-乙基愈创木酚等 8 种有益于身体健康的酚类物质。这些分类均为优良的非基清洗剂,具有抗氧化、清除活性氧自由基、抗肿瘤、抗菌、抗病毒等功能,可抗衰老及预防多种疾病的发生。阿魏酸则是公认的天然抗氧化剂,是国际认可的防癌物质。

微量元素

在白酒的发酵、酿造以及蒸馏过程中一些微量元素被带入酒中,在酒的加浆降度中,金属元素又可由水带入,储存过程中,乙醇挥发,酸度增大,促使了陶坛中的多种元素溶入酒体内,陶坛贮酒时间较短,而酒的老熟效果却比其他容器好。陶坛材料中含有钾、铝、铁、铜、铅、锡、锰、钨等微量元素,酒的贮存过程也是微量元素不断融入酒的过程;贮存时间越长,融入酒中的微量元素越多。另外,与酒的感官相关的元素,如钾、铜、铝、铁、锰等微量元素越多,酒的老熟效果越好。而其它容器材料中的微量元素种类单一,贮存老熟效果不甚理想。微量元素在白酒贮存中有着促进白酒老熟的重要作用,说明陶坛作为贮存酒器的好处和不可替代性。在微量元素中,钾与白酒口感质量的关系最为突出,钾能够使酒体老熟、柔和细腻、醇甜。这一结论与国外其他蒸馏酒研究结果一致。铜、铁、锡具有还原性,对于白酒的各种醇具有较弱的氧化作用,可起到促进酒体老熟的作用。

名家讲坛 | Expert column

微创力量让酒业发展更健康

■ 欧阳千里

创新,很难,真的很难。正因为难,所以很多企业,尤其是大企业,最喜欢做的事情是跟随,用流量、资源及资金来保证后来者居上。所以,创新总是让人佩服的,因为它促进了行业的发展,促进了行业的进步。很多创新,不论是从产品设计,还是营销思路,都像璀璨的流星,在某个时刻绽放出属于自己的美丽。

闭目回想,江小白、酣客、燃点、巨刚众酒、咸鱼 Fashion 及水晶葫芦酒等一串串酒水的名字在脑海中飘过,它们都属于酒业中的微创力量。它们充当着鲶鱼的作用,不断搅动的酒业江湖,让沙丁鱼们不断游动,永葆鲜活。与销售额动辄几百亿的茅台、洋河比,这些微创力量微乎其微,它们缺乏资金、资源,但他们不缺乏对行业的理解,以创业的激情、创新的头脑、一腔的热血奋不顾身的闯入酒业江湖,打拼出属于自己的小天地。

江小白、酣客及水晶葫芦酒等酒业微创力量搅动酒业江湖。国家名酒评论总编辑于瑞点评说,最具互联网属性的是江小白,社群营销特色明显的是酣客公社,朋友圈颇具温情的是水晶葫芦酒。笔者就来分析一下,这三款白酒为何会赢在当下,赢得受众的喜欢,总是有些相似的原因。

首先,这三款产品都有品牌背书,属于传统酒品中的创新产品,而非颠覆产品。江小白起身于江津老白干酒业,酣客依托于茅台镇,水晶葫芦酒背靠于山东景芝酒业,其身后的背书足以打消消费者的疑虑。江小白是重庆老字号酒企江津老白干酒业的年轻产品,水晶葫芦酒是山东龙头酒企景芝酒业首款互联网众筹单品。

与江小白、水晶葫芦酒不同的是,酣客酒很特殊,它是茅台镇的夜郎古酒庄出品,对于大多数白酒消费者而言,酱香型白酒出自茅台镇即可,因为除茅台之外,消费者并不清楚还有太多的酱香型品牌。



酒水行业研究者,独立媒体人,水晶葫芦酒操盘手,济南酒类协会首席顾问,佳酿网专栏作家,中国酒业、国家名酒评论等多家媒体特约撰稿人。

其次,这三款产品均处于不同的风口期,属于在风口上迅速成长的产品。

江小白依托于微博红利期,深耕 B、C 类餐饮,将广告、线下活动等全部以微博的形式发出,成为微博营销中酒类的经典案例。给大家讲个真实的故事,微博在济南某代理公司曾经给很多酒类商贸公司举例要学会微博营销,便以江小白为例,其错误的认为江小白的创始人的名字就叫“江小白”,还成为圈内的笑谈。

酣客酒起身于微信红利期,大部分人仅仅是将微信作为聊天工具,酣客酒的创始人王为便以酣客酒为入口,建立了酣客公社的

社群,以酣客会员、酣客封测、酣客大学等高频黏性的玩法把会员们(中年企业家为主)汇集在一起,提出“FFC 模式”及“车联网”,研讨去中间化、粉丝化及互联网化运作等系列活动。

水晶葫芦酒发迹于众筹红利期,当大部分人还沉迷于“三个爸爸”等科技产品时,水晶葫芦酒操盘手欧阳千里便以“期权众筹”筹众筹智资源,以“产品众筹”筹用户筹资金筹合作伙伴,通过微信、微博及 QQ 等社交媒体实现两次“双线众筹”,在收获千消费者的同时,将产品预售完毕。

再次,这三款产品本身具备同时代产品不具备的魅力,属于少有的创新产品。