

巴菲特曲线入股南航

美国航空拟 15 亿港元购近 9%南航 H 股

3月28日早间,南方航空在港交所发布公告称,将以15.53亿港元向美国航空公司(American Airlines, Inc.)发行2.7亿股H股份,美国航空公司认购南方航空H股的价格为5.74港元/股。

南方航空于2017年3月27日在广州市与美国航空签署了《股份认购协议》,根据上述协议,H股发行完成后,美国航空持股占南方航空H股股本的约8.83%及全部股本的约2.68%。同时,南方航空与美国航空签署了《框架协议》以及系列商务合作协议。

值得一提的是,由于“股神”沃伦·巴菲特(Warren Buffet)麾下伯克希尔哈撒韦公司(Berkshire Hathaway)持有美国航空8.8%的股份,为其第二大股东,据此有业内人士认为,如果美国航空公司入股协议达成,意味着巴菲特再次间接涉足中国航空业。

2017年3月27日,南方航空召开第七届董事会临时会议,通过《关于公司行使股东大会一般性授权非公开发行H股股票方案的议案》,同意公司向美国航空公司发行270606272股H股股票。

公告显示,美国航空公司是美国航空集团公司(以下简称“美航”)的全资子公司。美航每天有近6700个航班飞往50多个国家的近350个目的地,是全球最大的航空公司,也是寰宇一家联盟的发起成员。截至2016年末,美国航空主机队规模达930架,在美国拥有九座枢纽:夏洛特、芝加哥、达拉斯/沃斯堡、洛杉矶、迈阿密、纽约、费城、凤凰城和华盛顿,航线网络遍布全球。据公司董事所知,美国航空和美航与本公司均不存在关联关系。

南方航空表示,本次合作有助于公司优化

资本结构、提高净资产规模及每股净资产,满足资金需求。由于本次合作相关事宜尚需一定时间方可落地并产生预期收益,因此对公司当年业绩不构成重大影响,但为公司长期业绩增长提供了动力。本次合作有助于提升公司公司治理、经营能力和国际化水平,增强自身在全球航空市场的竞争力和影响力,为公司实现建设世界一流航空产业集团的战略目标奠定坚实基础。

此前,南方航空于3月23日9时起在港交所、上交所停牌,其公告称等待公司发出一

项有关公司潜在重大战略合作的消息的公告。3月27日上午,南航发布了《中国南方航空股份有限公司重大事项说明公告》,公告称中国南方航空与美国航空正在商议一项潜在的重大战略合作,涉及可能发行公司的股份及其他业务合作。晚间,南航再发公告确认了这一合作。

南方航空港股于3月27日复牌交易,并收报5.49港元;A股自3月28日起复牌交易,截至停牌前一交易日,南方航空A股收报7.88元。(葛佳)

留得清气满乾坤

江津酒厂产品全新亮相糖酒会

■ 本报记者 王剑兰 王道海

虽然2017年的春天姗姗来迟,但春季糖酒会的气氛已提前预热。作为清香国家型白酒的生产厂家、南派清香的鼻祖——重庆市江津酒厂集团在今年的糖酒会上又主推了哪些新品呢?是否会再次复制之前的产品通过糖酒会一炮而红,进而风靡全国市场的神话呢?让记者带您去一探究竟。

清净有为 “小清酒”销售百万瓶

2017年2月4日,记者从江津酒厂集团获得消息:江津酒厂力推的新品——小清酒销售火爆,销量已超过百万瓶。“清——清透,清静,清醒,清雅,这几个词能够很好地诠释小清的内心。”刘兴泽介绍,在这个浮染的社会,人们渴望在与人交往中,获得一份纯真的感情。因此,此款新品无论是简洁的外包装、晶莹剔透的酒体,还是整体宣传,都旨在给大家一种干净舒适的感觉。

小清酒问世对江津酒厂集团而言,不单是产品体系的丰富,更重要的是品牌价值的全新突破。在前不久江津酒厂集团举行的新品试饮会上,国家白酒评委朱丹表示,小清酒品牌的经营理念非常契合当下的主流思潮,必将引领中国白酒市场新一轮的饮酒风尚。企业认为,只有产品精准投入、有效投入,才能真正把控市场。

是什么原因让小清酒问世不久就大卖?答案是:口感。小清酒在口感上,继续延续“金江津”系列白酒酒质清澈透明、清香、醇和、回



甜、尾净等特点。“入口平顺,绵甜爽净,后味较长,这是品酒专家给小清酒的试品结论。”江津酒厂集团“掌门人”李树明说。优良的口感离不开江津独特的古法酿造,江津白酒酿造工艺已流传百年,酿酒原料要经过蒸煮、摊晾、下曲、发酵、蒸馏等10多道工序后,才能装入陶缸进行窖藏。这些纯高粱酿造出的基酒,均经过5至8年的窖藏。它们在适宜的温度下,透过陶缸毛孔“呼吸”着酒窖内干湿度适宜的空气,酒体缓慢地挥发、分子间巧妙地结合。经历不断的化学变化,再经过长时间窖藏,能将白酒的刺激性大大减轻,所藏之酒就会越绵软、柔和,口感更佳。所以,这也是小清酒口感柔和,受到市场欢迎的根本原因所在。

小曲清香出自南方。作为全国最大的小曲清香型白酒生产企业,江津酒厂集团酿造的美酒集南方小曲清香之大成,历久弥新,采用古法酿造的白酒品质是该集团百年立基之本。江津酒厂集团“掌门人”李树明说,小清酒一脉相

传自南派清香。“这是一款让人安静、放松和享受的酒”。小清酒在口感上将继续延续“金江津”系列白酒酒质清澈透明、清香、醇和、回甜、尾净等特点。同时,该集团技术团队利用具有绝对技术领先优势的小曲清香型的酒体进行创新,聚焦强化“清香”这一优势,将酒体度数定为42度,研发生产出口感更柔雅、醉酒度更低的新型白酒。

名清誉远 浓清并举品牌熠熠生辉

重庆市江津酒厂(集团)有限公司始建于1951年,是集酒类科研、生产、销售于一体的民营企业集团,是目前全国最大的小曲清香型白酒生产企业。江津酒厂人秉承“不断创新 追求卓越”的企业精神和“质量为本 和谐共赢”的经营理念,每年都会推出战略性新品,继金江津“1908”和原浆系列之后,“蓝瓶”金江津和“典藏

五星”金江津也于2014年9月正式上市。

2017年1月26日,在新认定的重庆市著名商标名单中,江津酒厂集团榜上有名。重庆市著名商标评审委员会根据《重庆市著名商标认定和保护条例》的规定,评审出符合认定的129件商标,江津酒厂集团“金江津”经公示无异议后认定为重庆市著名商标。早在2010年,江津酒厂集团“几江牌”金江津酒被中国酿酒工业协会评为“中国白酒小曲香型代表”;2011年,“几江牌”金江津酒荣获“中华老字号”称号。作为全国最大的小曲清香型白酒生产企业,江津酒厂集团连续多年被评为重庆市著名商标。今年“金江津”再次荣获重庆市著名商标称号,是重庆市著名商标评委会对江津酒厂集团品牌的大力肯定,更代表广大消费者对“金江津”品牌多年的喜爱。

江津酒厂集团2017年再接再厉,完善产品结构,提升产品品质,让产品成为老百姓桌上名副其实“亲民美酒”。记者获悉,目前,江津酒厂集团产品分为六大系列33种产品,主要包括:金江津系列15种;元帅酒系列两种;江津老白干系列5种;小酒系列4种;江津白酒系列4种;小江白系列3种。浓香和清香并举,各有自己的市场空间,拥有一大批市场拥趸者。例如“蓝瓶”金江津为光瓶装,终端价仅为68元,褪去了豪华包装的“蓝瓶”金江津,更适合个人消费;“典藏五星”则采用简约大气的磨砂瓶盒装,定位中高端。两款产品均以江津本地优质红糯高粱为原料,采用小曲酒传统工艺精心酿制,历经地窖储藏数年,具有“绵甜爽净、余味悠长”的酒体风格。

今年,药监局将出台新的酒类分类标准,

而江津酒厂集团已先行一步,加速健全食品安全体系,查漏补缺、建章建制、增加基酒生产规模,增大基酒储备量,并对基酒进行分级储存,分类管理。以上种种努力,在酒类产品分类修订标准正式执行时,江津酒厂集团相对其他中小型企业,优势凸显。近年来,江津酒厂集团进行了3次产品结构大调整,先后投入了1亿元进行新产品研发,研制出适合市场需求的中高档品牌白酒,引领江津酒走向了中高端领域,改变了小曲清香型白酒在消费者心中的低档白酒印象。先后推出的四星金江津、五星金江津已经成为江津酒业的支柱品牌,也成为了江津酒业新的利润增长点。

在白酒大环境并不景气的情况下,江津酒厂集团苦练内功,全力向品牌化、特色化经营迈进;提出“重庆范 金江津”全新品牌化战略,全力打造重庆最具价值的白酒品牌;每月9日定期举行“金江津开放日”……这一项项务实举措必将给处于冷静期的市场带来新的活力。

集团董事长李树明认为,2017年江津酒厂集团力争光瓶系列酒稳中带升,桶装酒销量超过一万吨,小酒销量达到15万件。随着酒企之间竞争日益白热化,运营成本增加愈加明显。金鸡之年,在做好重点市场,稳定销量的同时,将继续调整产品结构,严格控制产品促销政策,加强对销售团队的管理。企业在增加本地浓香型产品市场占有率的同时,全面套入清香型产品,稳定清香型产品市场份额,实现浓清并举,错位发展,打造出良好的市场口碑。

由此可见,江津酒厂集团已开始了一场冲关夺隘的市场攻坚战,2017年的糖酒会就是一场全新的“热身”战。



“台壶春酒”发布会活动现场



茅台集团总经理助理、茅台保健酒业公司董事长张城致词



中国第一代资深企业家、原民生银行董事、台壶春健康白酒专利发明人舒建作《如何让白酒、保健酒、药酒完美结合》主题演讲



全国著名白酒专家、四川省酿酒工业协会专家组成员胡永松作《台壶春健康白酒产品优势特色》的主题演讲

健康酒风口来袭 台壶春强势出击

2017 贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司台壶春酒战略新品发布会在蓉举行

■ 本报记者 樊瑛 张建忠

2017年3月21日上午,2017中国健康白酒创新发展高峰论坛暨贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司台壶春酒战略新品发布会在成都香格里拉大酒店隆重举行。该活动由台壶春品牌与中国糖酒食品行业的专业营销传播平台——河北华糖营销传播股份有限公司(旗下《糖烟酒周刊》杂志是糖酒食品行业的专业媒体)联合举办。糖烟酒周刊杂志社总编辑杜建明,中国糖业酒类集团有限公司副总经理、中糖新世纪国际会展(北京)有限公司董事长杨成刚,全国著名白酒专家、四川省酿酒工业协会专家组副组长胡永松,贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司董事长张城、中国第一代资深企业家、原民生银行董事、台壶春健康白酒专利发明人舒建,台壶春酒业有限公司董事长田发太,云南一品台壶春酒业有限公司成都分公司办公室主任郭晓洁,河北华糖云南营销传播股份有限公司首席研究员《糖烟酒周刊》、《品牌农业与市场》杂志社战略研究室主任王传才,北京智邦达(中国)营销管理咨询有限公司董事长张健等领导 and 专家出席发布会,现场共计约500位经销商参会。

本次发布会的隆重召开标志着茅台保健酒业公司开始真正发力新一代健康白酒,台壶春酒作为茅台保健酒业公司酝酿数年重磅推出的新一代健康白酒战略新品,不仅承载着茅台保健酒业公司做强健康白酒的希冀,而且将对推动中国健康白酒品类的可持续发展产生



活动现场“台壶春酒”吸引了人们的眼球

深远意义。

台壶春酒的推出 得到了行业权威的高度评价

中国糖业酒类集团有限公司副总经理杨成刚在讲话中分析指出,以台壶春为代表的一线名酒企业专业打造的健康白酒产品,一方面将有利于净化健康白酒品类的发展环境,加速构建良性的行业生态和秩序;另一方面,一线名酒企业在中高端、高端健康白酒市场的引领,将极大拓展健康白酒品类的发展空间,推动品类呈现出更加多元化和层级化的健康良

性发展态势。其表示,台壶春酒是贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司2017年倾心、倾力打造的新一代健康白酒,具有新一代健康白酒的独有价值,台壶春酒将引领和推动中国健康白酒行业迈向新高度,开创新精彩!

糖烟酒周刊杂志社总编辑杜建明表示,作为具有20余年发展积淀的糖酒食品行业最具专业性和权威性的营销传播平台,华糖云南不仅持续、深度开展酒类产业发展的规律和趋势研判,而且还针对酒类行业经销商的需求变化进行深度和动态的洞察研究以及数据化分析。在华糖云南看来,健康白酒品类是酒业发展的新趋势和新风口,而经销商在选品需求上也更

加理性、明确,“名酒+健康白酒”的组合是经销商选品的热点。

云南一品台壶春酒业有限公司成都分公司办公室主任郭晓洁女士结合当前酒业形势,全面分析和系统阐述了台壶春酒的竞争优势,面临的行业机遇,以及面向全国构建核心经销商联盟的战略构想。其透露,台壶春酒是茅台保健酒业公司布局健康白酒品类的重量级作品,整合了最优质的资源,得到了茅台保健酒业公司巨大战略支持,台壶春品牌也必将不辱使命,为推动健康白酒品类发展添砖加瓦,为做强健康白酒开疆拓土。

河北华糖云南营销传播股份有限公司首席研究员王传才在题为《健康白酒迎来结构性机遇——中国健康白酒发展趋势暨贵州茅台集团台壶春酒战略机遇》的演讲中分析指出,健康白酒的结构性价格带正在形成,从台壶春酒到独立开创品类的“毛铺苦荞酒”,健康白酒的市场容量空间被迅速放大。目前,健康白酒已经呈现出超过500亿元以上市场规模的趋势。据其分析,健康白酒规模化超级单品将在未来3-5年出现,甚至不排除出现单体规模达百亿元的超级健康白酒品牌的可能。台壶春酒在品质、品类、品牌上的综合性优势,决定了健康白酒的寡头竞争将有利于台壶春酒的市场成长。此外,王传才还深入分析了业界普遍看好台壶春酒的几个深层原因:一是基于酱酒的独特品类风格;二是独享云南中草药配方;三是由国家级酿酒大师勾调,是中国绵柔型健康白酒;四是开创性地定位为中国高端健康白酒

的标杆;五是市场操作灵活,合作模式创新,合伙人制的竞争优势独一无二。

台壶春酒在产品层面 到底有哪些独特优势和创新价值?

全国著名白酒专家、四川省酿酒工业协会专家组副组长胡永松,通过《台壶春健康白酒产品优势特色》的主题演讲,从权威、专业的视角全面深入地论证和解读了台壶春酒作为新一代健康白酒的产品竞争力。其表示,茅台保健酒业公司潜心酝酿数年倾心打造的台壶春酒,一定会凭借自身的特色优势和创新升级,带给广大消费者前所未有的消费体验。北京智邦达(中国)营销管理咨询有限公司董事长张健在现场做了题为《健康白酒市场操作的八大关键点》的主题演讲。结合台壶春酒的独特优势和操作创新,张健为现场经销商带来了一堂健康白酒的实操课,也为经销商选择健康白酒品牌指明了方向。

此外,发布会还穿插进行了现场互动、产品展示和红包大派送等环节,整场活动精彩纷呈,高潮迭起。与会经销商反响强烈,纷纷表示不虚此行,接受采访的经销商对台壶春酒给予了高度评价和强烈合作意向,一些经销商甚至在现场就与台壶春品牌达成了合作。

本次战略新品发布会的召开标志着台壶春酒拉开了2017年全面布局健康白酒市场的序幕,也标志着中国健康白酒开启了品类升级的全新发展阶段。