

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4月1日 星期六 农历丁酉年三月初五 第071期 总第8822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

侯建光,1968年7月出生,河南省浞池县洪阳镇人,1997年9月加入中国共产党,本科学历,高级工程师,仰韶酒业的坚定掌舵人。在豫酒板块的振兴过程中,他以匠心与创新引领仰韶强势崛起,成为豫酒板块工匠精神与香型研发的灵魂人物。

3月21日,在成都举办的“中国酒业的传承与创新”高峰论坛上,仰韶酒业董事长侯建光被授予“中国酒业年度经济人物”称号。

据评选组委会介绍,本届中国酒业年度评选的初衷在于梳理转型之年酒业的新



侯建光 获评“中国酒业年度经济人物”

变化、新趋势,盘点具有创新精神与领导力的酒业人物与品牌,旨在为行业与板块未来的发展树立新的标杆,注入新的动力。

组委会在给予侯建光的颁奖词里这样写道:他们在酒业经济领域纵横捭阖,有格

局,敢创新,呈现出企业家精神的锐意进取,他们以精准的商业预判和务实的市场探索,在充满挑战的2016,加速了中国酒业的复苏历程。

在酒行业的深度调整时期,侯建光所

领导的仰韶掷地有声地用连续五年持续攀升30%的业绩成功地应对了格局的变化和市场的竞争。而他的顺势而为、逆势增长、匠心坚守、科技创新,无疑证明了是豫酒振兴的希望与方向所在。(王易)



酒业周刊 | Wine weekly

长城葡萄酒 去年销售量下滑9%

中国食品有限公司发布2016年全年业绩公告显示,截至2016年12月31日,中国食品实现收入279.86亿港元,同比增长0.5%;实现净利润5亿港元,同比增长815.2%。其中,酒品类分部实现收入25亿港元,同比增长9%;酒品类分部利润为1.11亿港元,同比增长18.1%。值得一提的是,作为酒品类业务主要业绩支柱的国产葡萄酒品牌长城销售量下滑9%。

业内人士分析,国内葡萄酒行业自2014年下半年开始逐步回暖,预计未来数年市场规模仍然保持个位数增长率。个人消费和商务消费重新占据主导地位,红酒消费渐趋理性,性价比将持续受消费者关注。主动饮用葡萄酒的趋势在年轻消费人群中正在逐步形成,加之中产阶级的崛起,葡萄酒消费增长空间具有潜力。目前国内葡萄酒市场仍由国产葡萄酒主导。(刘一博 武媛媛)

金徽酒荣获 最具投资价值中国酒业 上市公司

3月21日,由中国酒类流通协会主办的“实业与资本中国新经济的酒业力量”2017财经论坛暨中国酒业上市公司年度峰会在成都举行。行业协会领导、著名经济学家、知名媒体代表、券商代表以及上市酒企领袖等200多人出席了峰会,并就宏观经济、酒与资本、酒业上市公司生态等话题展开了精彩演讲,同时举办了圆桌论坛。通过社会广泛参与和投票,权威机构专家认真评选,金徽酒荣获“最具投资价值中国酒业上市公司”称号。

金徽酒股份有限公司是全国最早、国家首批确认的中华老字号和全国白酒百强企业。近年来,金徽酒推动以健康消费激发正能量为核心的品牌价值建设,坚持质量为本,诚信经营,立足于强有力的技术和人才优势,着力于未来的发展创新,稳中求进开拓市场,为实现建成中国大型白酒酿造基地、跻身中国白酒10强的目标而不懈努力。(刘明)

McWilliam's 麦威廉 葡萄酒大师班在沪举行

3月24日,McWilliam's 麦威廉葡萄酒大师班在上海安达仕酒店成功举办。在家族第六代接班人兼酿酒师 Scott William 的带领下,现场来自业界的媒体朋友和嘉宾回顾了拥有近140年历史的 McWilliam's 麦威廉酒庄的发展过程,并品鉴了6款来自罕伍德(Hanwood)、希托普斯(Hill-tops)和坦巴伦巴(Tumbarum-ba)产区的麦威廉葡萄酒。作为引领新南威尔士州(New South Wales)葡萄酒行业发展的先驱,McWilliam's 麦威廉除了发展已经相当成熟的 Hanwood 产区,也非常关注近年来在全球崭露头角的小众产区,诸如在现场喝到的希托普斯(Hilltops)和坦巴伦巴(Tum-barumba)。(新晨)

休刊启事

本报4月3日、4日休刊两天

本报编辑部

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。

凡有意愿担任“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

从求量到求利 川酒变革路线图浮出

■ 金晓岩

3月25日,一年一度被称为酒水行业风向标的春季糖酒会落下帷幕,各大酒企和经销商齐聚成都,虽然随着社会的发展,厂商之间不再单一地依靠糖酒会进行交易,但通过酒企们的动态也能窥探到行业发展趋势。

★川酒止跌回升

据华夏时报报道,记者注意到,除了为数不多的白酒企业们出现,本届糖酒会参展数量最多的是葡萄酒及国际烈酒企业,共有超过300家企业参展。

只是和往年相比,酒企们热情有所下降,一位来自法国的进口商表示,从今年开始不再设展位,而是通过酒吧等其他方式和经销商沟通,这在业界看来,也是和行业刚刚经历了调整期有关。

在2012年以前,一瓶茅台最高炒到2000元不稀奇,那时候也堪称白酒行业最后的黄金时代。直到2013年三公消费限制等因素影响,导致各大白酒企业销售一落千丈,和经销商的关系也从“命令”到“合作”,事实证明3年后,白酒行业的调整期终于逐渐结束了,现在茅台和五粮液等核心白酒产品价格又出现了回暖趋势,已经实现了千元左右的价格状态。

目前,以酒业上市公司为代表的酒业经营业绩的一路高歌猛进反映了酒行业基本面向好的态势。

“当前,中央提出要大力振兴实体经济,这是酒业发展的一个重大利好。”中国酒类流通协会会长王新国在云酒头条财经论坛上对记者表示,确实,当前对于酒行业乃至整个实体经济而言,是一个非常关键的转折时期,是一个决定未来走势的分水岭。而一些酒业上市公司的业绩已经给出了积极的答案。

今年初,四川白酒金三角协会通报了2017年白酒大本营四川省白酒企业的发展情况,会上透露,2016年1-11月,四川省规模以上酒企产量355.9万千升,增长9%;95户白酒重点监测企业完成主营业务收入1046.03亿元,增长7.86%;利润125.97亿元,增长13.19%。预计2017年全省白酒销售收



入增长6%以上,销售利润率接近10%。

★从追销量到追利润

即便是调整期和寒冬期,白酒行业其实一直没有放弃增长,只是追求的目标不一样,如果说过去3年是追求销量去库存,扩大销售规模,那么现在追求的则是利润更多。

枝江酒业总裁曹荣开表示,在整个消费升级的大背景下,白酒消费将会面临着一次大的升级,表现最为明显的是10块钱、15块钱低价位的光瓶酒,这种现象将被打破。未来消费地位和消费理念双升级的概念将重塑大众酒行业竞争的导向。

在本届糖酒会上,记者了解到已经有水井坊、洋河等多家酒企推出新高端产品。虽然酒企相继杀入高端,但也引起外界质疑,价格提升的同时,能否卖出去却是一个值得思考的问题。“不担心,市场消费基础已经具备,加之物价上涨等因素影响,消费者的购买能力也随之上升。”洋河市场总监朱昭鑫说。

根据《2017线上酒业消费报告》显示,2016年中国酒行业销售额实现近9900亿元,增长率为6.5%,对比前两年分别为3.9%和5.1%的增长率,酒行业市场逐步回暖。在整体市场交易规模扩大的同时,消费主力群体年轻化,各地酒类商品消费差距缩小,高端高频消费者向一线城市周边地区及其他二三

线城市扩散等趋势越发显现。

值得一提的是,由于目前2017年全年数据还没公布,从酒企发布的2016年中报业绩数据也可以看出,企业利润主要贡献者依然是高端酒的销售。

据不完全统计,山西汾酒2016年上半年营收中64%来自中高档白酒;而在酒鬼酒2016年上半年2.91亿元的营收中,78.7%来自酒鬼系列,而今世缘酒业的大部分营收也来自处于中高端的“国缘”与“今世缘”系列酒。

根据茅台2015年财报显示,茅台酒和系列酒的毛利率分别是93.62%和52.89%,差距近一倍。

★白酒多元化

除了高端化,多元化也成为了今年白酒企业的热搜词汇。

其中,和葡萄酒一样,白酒酒庄成为了一种新的业态存在。据了解,白酒酒庄是一个以酒庄为主体,集白酒酿造、酒庄主题旅游、酒庄主题农业三产业联动的大酒庄经济。

此外和传统的经销体系不同,网络定制酒也成为白酒行业中一种新的形式存在。例如酒仙网正在源源不断地研发出适合互联网销售的爆款。

另外,记者注意到,过去的2016年,女性酒、利口酒、果露酒等产品受到追捧。在当下,小众酒饮料化、快消化、年轻化、低度化等趋势愈加明显。而年轻消费群体的成长和技术手段变革都是促进酒业市场产品多元化的推手。

对此,天佑德青稞酒销售公司副总经理陈明峰在接受记者采访时也认为,从黄金十年到行业调整期,未来5至10年,白酒整体市场规模预计可达6600亿。

“接下来的白酒行业必将出现品类的分化,产业发展将从逐步分散向集中发展,产业内部会有一个持续变化的强弱分化过程。同时,随着大众消费时代的到来和年轻消费群体的成长,酒水消费升级到更加理性和个性化的阶段,将有越来越多的消费者更加关注健康与时尚,消费需求面临更加多元化的细分,而原料差异,无疑是白酒行业品类分化的重要差异化元素。”陈明峰表示。

实现线上线下融合

找链酒科技

链酒

股票代码:838713.00

区域代理商招募中

联系人:邢先生

联系电话:13241123699

企业电话:400-6368-919

邮箱:nayafeng@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