

老白干半价收购联想旗下丰联酒业 酒业并购趋势仍继续

近日,老白干召开董事会并通过以下决议:拟通过发行股份及支付现金等方式购买联想旗下丰联酒业100%的股权。

数年前,联想花费30亿人民币收购文王、板城等4家酒企,打造了赫赫有名的丰联酒业。然而,如今却以仅仅15亿元的价格转让,可谓半卖半送。

在业界看来,这预示着联想控股在白酒产业投资上的失败。联想控股在PC行业行之有效的管理模式,并未能在酒业身上成功复制。

近期举办的春季糖酒会上,业内专家也对此表态,白酒行业的并购趋势必然会更加迅猛,但行业资本收购酒企要想成功难度很大,丰联集团如今走上被收购之路就是很好的例证。

联想控股暂别酒业

“我们将酒业当成一个产业来做,并致力于打造中国领先的酒业集团”,这是数年前联想控股全面进军白酒行业时其高管的表态,如今仍言犹在耳。

然而,近年联想控股在白酒领域的业绩并不好,数据显示,2014年,丰联白酒业务收入11.21亿元,比2013年减少13.6%,其中板城、孔府家、文王、武陵四大品牌的销售额分别是5.11亿元、1.96亿元、2.96亿元、1.03亿元,净利润亏损为8.53亿元。2015年,丰联酒业实现营收11.87亿元,同比增长5.89%;净利润亏损7300万元。

值得注意的是,2016年上半年,丰联酒业首次实现扭亏为盈,上半年收入5.68亿元,尽管下滑9%,但是净利润终于实现扭亏,净利润1300万元。

尽管开始实现扭亏,联想控股仍选择将其卖出。对此,联想控股方面相关负责人表示“为寻求丰联更好发展”。

业界分析则认为,联想控股一直以来在管理上强调标准化、预算制与计划性,但是在竞争惨烈的白酒行业需要快速决策,需要因地制宜、因时制宜、因人制宜。

白酒销售与卖标准化的电脑产品是不一样的,丰联酒业的职业经理人没有授权,市场反应效率很慢,显然联想的标准化



的管理模式是不适合中国白酒行业游戏规则。“河北王”的并购野心

根据老白干的财务报告,其2016年上半年净利润2468万元,比上年同期增长40.26%。白酒营业收入占主营业务收入的82.47%,公司的主营业务收入主要在华北市场,在华北地区的收入占公司销售收入总额的72.76%,在华北地区的销售收入比上年同期增长9.01%。

虽然倚重于华北地区,但老白干一年的销售不足30亿元,在河北本土市场,也只有局部优势。因此,在河北市场迅速占据优势,进而拿下整个华北地区,已经成为老白干酒业的当务之急。

衡水老白干想成为“华北王”的野心,一直以来昭然若揭。但因其独特香型,发展受限,一直走不出河北,而丰联旗下的产品有浓香、酱香等,因此在香型上能够补齐短

板。收购丰联股份,一则可以改善在河北本地的竞争情况,有利于打开河北整体市场;二则有利于形成联动,尤其是收购其他地区的酒企,有利于在全国布局。

此外,从行业的发展来看,行业整合和并购也势在必行,白酒的品牌集中度会越来越高。而对于并购的形式,专家认为真正对市场产生影响的并购应该是大企业之间的相互并购。“假如你不并购别人,你就成为别人并购的一部分。”

老白干通过收购来实现发展,目的便是成就河北乃至华北地区的霸主地位,打造中国的帝亚吉欧。

趟出一条白酒产业发展的新路子

目前,国际上较为成功的两种酒企发展路径分别为拉菲模式与帝亚吉欧(Diageo)模式,前者因为拉菲葡萄酒的品质而声名在外——中国白酒企业即为这种模式,其核心战略在于把单一的品牌做到极致,茅台、五粮液、洋河、泸州大体都是这样的路线。

但市值与影响力更大的帝亚吉欧则采

取另一种策略——作为市值近千亿美元的全球最大洋酒公司,它更擅长运用资本的力量将产业做大。其运作模式是,在拥有了一些比较著名的品牌之后,通过资本快速整合更多品牌,形成一个庞大的酒业集团。

例如那些我们耳熟能详的尊尼获加、百利甚至水井坊,都是其旗下产业。这种模式对于内部消除竞争,扩大客户集聚面、打破地域壁垒都有极大的好处。

而丰联酒业虽然规模小,但与其他传统酒企不同的是,它一出生就拥有资本的基因,其发展路径也与帝亚吉欧更为接近。

老白干作为一个类全国性品牌,在诸如安徽、山东和湖南这样的白酒消费大省影响力是偏弱的,如果和在这些市场已有一定基础的丰联酒业联手,无疑胜算会大很多。

对于相对保守的白酒行业而言,老白干和丰联酒业正在进行一场大胆的实验。如果能通过换种方式“酿酒”,走出一条白酒产业发展的新路,无论是这两家公司,还是整个中国白酒行业都将获益匪浅。

(据搜狐)

国内首家 B2B2C 酒类平台 中国名酒折扣店落户甘肃兰州

近日,由中国名酒折扣店总部、环球酒类供应链管理成都有限公司和甘肃海清商贸有限公司共同打造的甘肃兰州市首批中国名酒折扣店在城关区平凉路和通渭路重磅开张。当天,中国名酒折扣店兰州市城关区平凉路旗舰店和通渭路旗舰店双双实现开门红,两家店面同步推出的疯狂酒水节上,大批低价、保真酒水在兰州首次与消费者见面后,引起大批闻讯而来的消费者疯狂追捧,至此,国内首家 B2B2C 酒类平台——中国名酒折扣店落户兰州。

甘肃省酒类商品管理局局长、甘肃省葡萄酒产业协会副会长兼秘书长陈浦,中国名酒折扣店运营方环球酒类供应链管理成都有限公司总经理杨悦,兰州酒类同业协会秘书长王瑞卿,甘肃海清商贸有限公司董事长、总经理陈海燕女士为平凉路旗舰店和通渭路旗舰店揭牌,并为两店同步重磅开业剪彩。

陈浦在开业仪式上表示,中国名酒折扣店作为酒类零售行业的新模式正式亮相兰州,揭开了甘肃酒类营销的新篇章,预示着兰州的消费者今后可以享受到更加高效、快捷、灵活的酒类消费新体验,可以购买到质优价廉的国内外各类名优白酒、红酒。陈浦希望甘肃海清商贸有限公司以两店重开为新的起点,开启兰州酒类营销的新征程!

中国名酒折扣店运营方环球酒类供应链管理成都有限公司总经理杨悦在开业仪式上致辞时表示,中国名酒折扣店拥有专业的运营团队,拥有十大功能模块及完善的售后服务体系,为中外酒类经销商提供销售、

推广平台。为终端消费者提供一个保真、高性价比消费平台,为消费者提供私人订制专属特色服务等,同时依托大数据分析及 SaaS 应用,为品牌厂商提供从“计划——生产——销售——物流”全生态链的 SaaS 服务,确保平台价值最大化和合作者利益最大化。中国名酒折扣店秉承“6 统 1 达”的经营理念,通过统一规划、统一形象、统一促销、统一采购、统一仓储、统一配送、同城直达,给加盟商和消费者更多的消费体验和财富。

杨悦在阐述中国名酒折扣店商业模式时说,中国名酒折扣店,通过“高性价比产品+双平台运作新模式”,目前已经成为国内首家 B2B2C 平台。采用持久的个性化品牌营销策略,结合互联网+营销平台,打破传统销售模式,通过官网、移动 APP 及微商城、天猫、京东等电商平台直面消费者,以线上交易,加盟店体验消费、取货、满足消费者即时性需求。

据介绍,4月9日隆重开张的中国名酒折扣店兰州市城关区平凉路旗舰店和通渭路旗舰店是兰州市首批店面之一。近期,甘肃各个市、县的多家中国名酒折扣店正在大规模选址、装修之中,到今年5月底,甘肃省将有近60家中国名酒折扣店,到今年年底,甘肃省的中国名酒折扣店将超过100家,仅兰州市将有20多家。中国名酒折扣店的凶猛入兰,也为目前竞争激烈的兰州市线下酒类实体店增添了更多的品质保证。

甘肃海清商贸有限公司董事长、总经理陈海燕女士在当天的中国名酒折扣店开业仪式上说,今后,将为兰州消费者提供更加尽善尽美的酒水服务,海清商贸不仅仅是只

宁夏 16 款葡萄酒获意大利“五星葡萄酒”称号

■ 吴宏林

第二届意大利“五星葡萄酒”大赛评选近日揭晓,宁夏贺兰山东麓产区参评的16款葡萄酒获得意大利“五星葡萄酒”称号。这标志着宁夏产区与意大利精品葡萄酒互评交流活动正式启动。

意大利“五星葡萄酒”大赛是由意大利联合酒展国际组织的全球葡萄酒评价体系,旨在给酒商和消费者提供更多选择。该体系要求只有在意大利联合酒展国际组织的大赛中获得国际专业评委90分以上的高品质葡萄酒,才能获得“五星葡萄酒”的称号和标识,获得该称号的葡萄酒会将酒款的具体得分标注在酒瓶上,以便消费者能在选购时增加辨识度。为了确保评判的客观公正,大赛

评审委员会由意大利著名酒评家伊安·达加塔、瑞士著名侍酒师保罗·巴索、第二位获得葡萄酒大师资格证书的西班牙品酒大师佩德罗·巴列斯特罗斯等人组成,专家评审团中的15名成员也都来自全球葡萄酒行业各个领域的专家,包括多名世界葡萄酒大师和侍酒师。

本届大赛共有来自世界各地的2200余款葡萄酒接受专家的盲品,宁夏组织产区52个酒庄的92款葡萄酒报名参加第二届意大利“五星葡萄酒”大赛。经过来自世界各国的专业评委盲评,宁夏志辉源石葡萄酒酒庄山之子2014、酷悦轩尼诗夏桐(宁夏)酒庄天然高泡葡萄酒2013等16款葡萄酒获得意大利“五星葡萄酒”称号。

据了解,此次获得第二届意大利“五星



有产品,更有服务,中国名酒折扣店兰州市城关区平凉路旗舰店和通渭路旗舰店将通过售后、会员制、消费新体验、积分等,为兰州消费者带来一场又一场的名酒低价狂欢!

甘肃海清商贸有限公司是兰州市知名的酒水经销商,在甘肃经销名仁苏打水已有10年的历史。公司在甘肃总经销的五粮液烤酒、老尖庄、自由度、泸州老窖双喜酒等产品拥有大批的经销商!目前,甘肃海清商贸有限公司旗下在兰州市开设有三家中国名酒折扣店,正以特有的营销模式,创新酒饮行业新的营销理念!

甘肃省扶贫基金会副会长兼秘书长陈凌翔,甘肃天翔商贸公司总经理陈多伟,交杯牌五粮液甘肃片区经理李瑞海,泸州老窖销售公司甘、宁、青分公司销售代表崔玉华,兰州鑫云天商贸有限公司总经理郑斌,兰州市知名酒水经销商徐直勉等200多位嘉宾见证了中国名酒折扣店兰州市城关区平凉路旗舰店和通渭路旗舰店开业仪式的盛况。(据今日头条)

沱牌舍得成立子公司 发力互联网

近日,四川沱牌舍得酒业股份有限公司(以下简称“沱牌舍得”)发布公告表示,因生产经营需要,沱牌舍得将投资成立两家全资子公司,暂定名分别为四川吞之乎营销有限公司、四川陶醉营销有限公司,两家公司的注册资本分别为2800万元、2600万元,共计5400万元。

公告显示,四川吞之乎营销有限公司的经营范围为批发、零售酒类产品,粮食收购、销售,国家非限制性物资采购和销售;四川陶醉营销有限公司在以上经营范围之外,还包括利用互联网零售酒类产品。业内人士表示,四川陶醉营销有限公司将互联网零售纳入经营范围,可能要将电商拓展为陶醉系列销售的渠道之一。

沱牌舍得在2016年年报中表示,为提升核心竞争力和市场竞争能力,根据业务发展需要,沱牌舍得将在2017年基于“互联网+”核心思想搭建集约化、多组织、一体化的信息系统管理平台,在营销中植入“互联网+”思维,用互联网推动渠道扁平化,实现全渠道营销管控。

据华泰证券研报显示,自2015年天洋集团控股后,沱牌舍得开始收缩公司业务,聚焦白酒,将公司其他资产剥离,调整产品结构,砍掉进一步发展双品牌战略,集中资源打造超级单品“品味舍得”,以抢占中高端市场。2016年,舍得系列销售量达3056千升,同比增长60.73%,舍得系列在公司销售收入中占比为60%,其中,品味舍得占舍得系列50%以上。在舍得大单品销售放量增长的带动下,沱牌舍得毛利率达到64%,较2015年增长了14个百分点。

据沱牌舍得发布的2016年年报显示,报告期内沱牌舍得全年营业收入达14.62亿元,同比增长26.42%;沱牌舍得中高档酒营业收入同比增长45.2%,而低档酒同比下降21.81%。(据北京商报)



古井贡酒承办 第六届 中国白酒领袖峰会

近日,由中国酒业协会主办的第六届中国白酒领袖峰会在安徽黄山召开。与会白酒领袖企业主要负责人围绕“匠心、共享、开创”的峰会主题,深入探讨中国白酒未来健康发展之路。安徽古井贡酒股份有限公司在会上主张要培育中国酒商新文明,提升白酒经营新境界,推动中国白酒朝着开放、健康、和谐的方向发展。

当前,中国白酒正在从深度调整中逐步走出,消费不断升级,结构趋于合理,新的渠道、新的理念、新的业态正在逐渐形成,整个行业复苏迹象愈发明显。在此背景下,以“匠心、共享、开创”为主题的第六届中国白酒领袖峰会,希望白酒行业守住匠心,共享成长,合力创新发展,同创未来。

茅台集团董事长袁仁国、五粮液股份有限公司董事长刘中国、洋河酒厂股份有限公司董事长王耀、汾酒集团董事长李秋喜、泸州老窖股份有限公司董事长刘森、古井集团董事长梁金辉六位白酒领袖企业主要负责人和劲牌公司董事长吴少勋、牛栏山酒厂厂长宋克伟等参加会议,并围绕大会主题,就匠心品质的坚守和传承,共享理念的理解和应用,如何开创国际蓝海、新消费文化、新营销模式等核心问题进行阐述。

作为峰会的东道主单位,安徽古井贡酒股份有限公司在会上倡导白酒的经营要从国家战略出发,从白酒行业共同遵循的价值观出发,深入贯彻落实“五大发展理念”,促进白酒产业的健康发展,并指出这是白酒企业尤其是领袖企业共同的责任。

梁金辉在发言时认为,“匠心、共享、开创”的峰会主题是贯彻落实“五大发展理念”在白酒行业的体现,也是白酒抢抓机遇、迎接挑战的必然要求。古井集团“做真人,酿美酒,善其身,济天下”的核心价值观与这次峰会的主题高度契合。“做真人,酿美酒”就是“匠心”,“善其身,济天下”就是“共享”,从“做真人”到“济天下”,就是要达到“天人合一”,从而“开创”中国白酒经营的新境界、新天地、新未来。

梁金辉指出,要大力培育大师精神,大师不光要有精湛的技艺,传承创新的精神,还要有宽广的胸襟和普世的大爱,以白酒共同的事业为自己的事业,担负起引导整个白酒产业发展的责任;要践行共享理念,企业只有管好自己,与用户共享价值,与行业共享资源,与跨界共享服务,让社会分享白酒企业发展的成果,才能良性发展;要开创企业新境界,白酒企业要顺应潮流,开创新的商业模式,要组成有机统一的中国名酒联盟体,追求“真善美天”的境界,让经世济民、物我和谐成为整个行业都遵循的价值观。

梁金辉表示,中国白酒应该更加强调包容性、整体性和开放性,做一个优秀的公民,重德、重信、重义,体现人类共同的追求。深入推进绿色酿造、智能制造,倡导中国酒商新文明,提升白酒经营新境界,推动中国白酒朝着更加开放、更加健康、更加和谐的方向发展。(新华网)



多国酒业巨头 齐聚张裕酒庄 开启全球合作峰会

■ 李媛

近日,张裕公司携手意大利易尔瓦集团、美国欧亚集团、印度莫迪集团、英国欧睿信息咨询公司、爱尔兰沃尔茨威士忌公司等国际酒业巨头和权威咨询机构,在陕西张裕瑞那城堡酒庄召开“分享智慧,共筑未来”2017全球合作峰会,就未来国际经济和金融、葡萄酒与烈酒发展趋势,以及中国葡萄酒市场发展等议题展开深入的探讨与合作。

会上,张裕公司总经理周洪江分享了张裕近年来的发展成就,他表示,张裕有信心继续不断前行,推动中国葡萄酒品牌走向全球,同时也将继续巩固和发展海外收购品牌在全球的业务,推动张裕向“全球葡萄酒品牌运营商”转型。欧亚集团总裁、国际政策专家布瑞美和欧睿公司高级酒类分析师马兰德克斯,分别就未来10年国际经济和金融的趋势,以及酒类行业变化趋势和未来发展前景等主题作了分享演讲。

峰会举办期间,此行的国际企业和媒体团还参观了酒庄的地下大酒窖、酿酒葡萄种植园、葡萄酒生产区、酒文化博物馆,体验了4D影院、黑暗乘骑等旅游项目,对张裕的生产历史、葡萄种植、酿酒工艺、旅游设施、获奖履历等方面的情况进行了深入的了解。据悉,国际企业和媒体团陕西行程结束后,下一站将到访山东烟台,进一步地了解中国东部优质葡萄酒产区的情况。