两大巨头纷纷落败 命运为何如此“杯具”?

■ 刘玉婷

在酒水行业迎来消费升级的今天，品质成为市场宠儿。而在人们对杯中酒的要求越来越高的同时，酒杯依旧是配角，并未增添几分光彩。

从品牌知名度和实实在在的业绩来看，情况似乎更为惨淡。

顺藤摸瓜，在A股市场，可以搜寻到两家日用玻璃制品企业的身影。相比当下酒企加速度的冲劲和市场信心，这两家玻璃制品企业似乎也只能称之为往日光辉。

国产第一品牌的红酒杯倒地破碎

主营业务为日用玻璃器皿的*ST德力，从2014年开始业绩下滑，2015年开始亏损，苦苦支撑。作为*ST德力旗下最高端的红酒杯品牌，意德丽塔更是危机重重。

事实上，*ST德力是试图凭借意德丽塔，想成为中国红酒杯的第一品牌。“这个品牌(意德丽塔)才生产了不到一两年的时间，未来两三年，不仅是国内市场，在国际市场上我们也能和洋品牌PK。未来在海外市场意，德丽塔也应该是主导的酒店餐饮品牌！”2013年年底，*ST德力实控人施卫东面对媒体说了这样一番话。

为了研制出能够与海外洋品牌的品质相较量的红酒杯，2011年和2012年两年内，*ST德力花在意德丽塔身上的钱就高达1.3亿元。

事与愿违，意德丽塔一经上市当年就亏损了466.8万元。雪上加霜，2016 年下半年，意德丽塔因技改停产，当年亏损已经超过5000万元。

在意德丽塔无力拯救*ST德力后，*ST德力决然放弃主业，试图通过游戏产业赚一笔热钱，终以失败告终。自此，这只国产第一品牌的红酒杯倒地破碎了。

“酒杯大王”转型跨界的“杯具”

山东华鹏(603021.SH)业内称之为“酒杯大王”，是中国最大的酒杯、酒具生产商。山东华鹏跟*ST德力似乎是难兄难弟，命运可以说是一个大写的“杯具”了。

记者翻阅山东华鹏历年报表发现，2011年到2017年的连续7年里，前6年业绩稍有下滑，到了2017年，竟骤然跌落谷底。

至于原因，山东华鹏将净利润腰斩的主要原因归咎为环保压力。事实上，不难窥察，环保压力最多算是压死骆驼的最后一根稻草，经营不善、库存难消的实质问题无可遮掩。

山东华鹏的翻身仗，同样走了*ST德力的路子——转型跨界。

2017年初，山东华鹏参与了酒类销售平台壹玖壹玖的定增，持股0.75%。而在这之前，公司将旗下电商公司上海成赢49%的股份转让给了壹玖壹玖。

2017年底，山东华鹏拟收购主营化妆品生产销售的巨擘亿网，未果。

2018年2月底，山东华鹏对外宣布了准备收购主营消防机器人沪宁智能的消息，再次告吹。

转型之路还在披荆斩棘，但可以确定的是，山东华鹏也放弃了手中的这只红酒杯。

酒杯巨头纷纷衰落 值得行业反思

整个日用玻璃制品产业仍处寒冬，发展至瓶颈阶段。低质低价、同质化问题和产能结构性过剩的问题影响行业整体经济运行质量和效益。传统市场需求的变化和环保的压力是当前行业面临的两大突出问题。

国内并没有一个具有核心竞争力的全国性玻璃器皿企业。首先，核心原因在于技术水平停滞不前，无法满足市场的需求。一方面无力通过创新来平摊各类消费费用的增长，另一方面又不能满足消费升级下市场的品质需求，落后的加工技艺与产品品质，只会与市场越来越脱节，产品不讨喜，自然库存积压，费用不减，苦苦支撑。

其次，产能扩张过快，导致价格竞争激烈，原来一部分靠人工产品的优势衰减，且大部分中低档机制器皿已没有明显的价格优势。

环保严查是压在玻璃制品企业的另一座大山。以燃烧重油为主、大气污染排放量大的玻璃制品企业，与电厂、陶瓷、铝型材等并称大气污染四大“老大难”行业。对于玻璃行业“油改气”的环保政策和相关环保设施的到位，需要投入高昂的费用，这是摆在企业面前的一道关口。

独家协办

中国食品工业协会
酒类食品高新技术培训中心

四川省川技王
酒类研究设计院

四川省广元市
酒类技术研究所

电话 (0839)3600888
(0839)3602639

坚持创新驱动 加快智能转型 努力提质增效

2017年中国酒业市场发展报告

编者按

目前，中国特色社会主义进入到了承前启后，继往开来的新时代。新时代的中国酒业要通过主动适应经济新常态，坚持创新驱动，加快智能转型，努力提质增效，进行大量有益探索，继续保持行业发展稳中有进的向好局面。那么2017年，中国酒业发展有哪些特点，中国酒业协会理事长王延才王延才提出了看法和建议。

2018年4月17日上午，中国酒业协会第五届理事会第七次(扩大)会议在北京国二招宾馆召开。会议由中国酒业协会副理事长兼秘书长宋书玉主持。中国酒业协会理事长王延才作中国酒业协会第五届理事会第七次会议工作报告，回顾了2017年中国酒业的发展。

2017年中国酒业协会秉承服务宗旨，在提升协会格局的同时，持续扩展服务的范畴，加大行业调研力度，积极把握行业经济发展脉络，协会建设也逐步走向专业化、职业化、年轻化、制度化、市场化的方向。在传统酿酒产业紧跟经济发展理念与思维焕发产业活力的时期，中国酒业协会进一步提升了服务能力和服务质量，扩展了服务领域。

2017年1到12月，全国酿酒行业规模以上的企业完成的酿酒总产量是7077.41万千升，同比增长3.31%，其中饮料酒产量是6050.13万千升，同比增长0.97%，发酵酒精是1027.29万千，这个增长的幅度特别大，19.63%。

在效益方面，情况比较乐观。在规模以上的企业统计是2781家，2781家的企业累计的销售收入是9000多亿，比上一年同期增长了10.45%，累计实现的利润是1314.03亿元，比上年同期增长27.24%。

根据这些数据，王延才说到，“我们中国酒行业回暖的趋势明显，高端名酒与区域龙头品牌集中度体，全行业稳定向前发展。尤其是白酒行业，2017年在一线高端名酒的带动下，诸多的二线名酒品牌快速走过调整期，进入新的增长周期。”

2017年，中国酒业呈现出的特点

第一，市场容量趋稳，2017年我们饮料酒总量增长是不到1%，总量趋稳，市场容量趋稳，这个主要表现在白酒、啤酒和黄酒这几个酒种。

第二点是品牌意识提高和强化，从两个方面都有这么一种趋势，一个是在消费的领域，我们可以明显的感觉到，无论是我们哪一个酒种，消费都在向我们的骨干企业、驰名品牌、优势品牌集中。从我们行业的角度也一样，从统计的数据可以看，从我们的效率增长反映，基本上集中在骨干企业。

第三点，大家可以明显的感受到，2017年的行业竞争加剧，甚至可以讲形成了一种完全的挤压式竞争的状态，也就是什么呢？大企业进入了一个新的周转时期，但是客观地讲，中小企业更加困难，这是我们行业现在发展比较正视的一个现状。

再一个，我们行业2017年成本上升，利润空间收窄，主要反映在我们的啤酒和我们的黄酒这两大酒种之中，尤其是啤酒。去年一年的价格在上升，在总量下降的同时，我们的价格上升以后，但是我们的利润也是下降的。仔细去分析的话，成本上升压力非常大，在行业里面，其他的酒种大家也能感觉到。

总的来说，整个行业的定位还是在一个良好稳定的状态，各酒种差别、差异极大，比较好的是白酒、黄酒等，发展潜力更加明显一些的则是配制酒，露酒和保健酒。

产业结构调整和产品结构调整更加向好

王延才介绍说，按照不同的酒种的话，情况就不一样，一个是白酒，一个是酒精，这两个产业去年发展的是出乎意料的，整个的产业结构调整和产品结构调整可以说是更加向好。

在产业结构调整方面，从产业的整体来看，十三五中期，我国白酒的经济运行状态保持了良性、健康、稳中有增的态势，在生产总量相对稳定的基础上，通过科学管理，提高效率，技术创新，减少消耗，降低成本等等，提高价值创造，保持利税总额和经济总量的良好表现，从增长方式上，也实现了销售增长和利税增长超过产量增长的良性循环。我们规模以上的统计是1593家，2016年是多少呢？1578家！规模以上企业的数量一直在增加。小作坊式的企业一直在减少。

1593家规模以上的企业，总量是1198.06万千升，增长了6.18%。但在2016年，总产量是1300万，为什么还会有增长呢？王延才解释到，是因为国家统计局最后有一个核实和核查，2016年核定的白酒的量是1127万，我们去年是1198万，跟核定的实际数字相比，我们有了增长。去年给大家汇报是1300万，有一些业内这么分析那么分析，我们的作坊很多，实际上就是这么一个实实在在的数字，销售收入是5654.42亿元，增长了14.42%。

产业发展的趋势来看，产业结构逐步在发生根本性的变化及产业优势向传统的优良产区倾斜，品牌优势继续向民营品牌集中，从目前看，我们可以看出，我们的产业调整仍将继续，新一轮的企业整合、并购开启，行业的洗牌和竞争加快。

白酒产能过剩 需加快升级

从全社会这个角度去看，白酒的产能仍然是过剩，这是一个客观的现实。所以十三五期间，白酒的产能总体不会有大幅度的增长，全国优势产区挤压劣势产区，各产区产能之间此消彼涨的态势，产能压缩逐步减少。白酒的品种、价格、渠道和服务体系的再造已经是无法回避，传统的流通渠道与新型的互联网渠道逐步整合，多种渠道并存。流通体系与服务体系加快，多渠道提供服务格局正在形成。

在这种情况下，产业发展客观上要求我们白酒产业必须升级，尤其是在当前，白酒产业调整变革德新形势下，产业升级是产业每年最强有力的支撑，同时供给侧改革将给产业带来巨大挑战，产业供给资源重构势在必行。

在产业趋势的带动下，中国白酒的自然生态、社会生态等产业的新生态逐步形成，打造产业新生态更加积极主动，共建、共享、供应的和谐发展理念已经成为我们这个行业的普遍共识。

在白酒里面，产品结构调整实现了新突破，我们白酒产业最先进入调整期，也是最早开始产品调整，目前我们认为，我们的产品调整成效逐步显现，2017年以来，一线品牌产品价格回升，产品的销售量和价体，高端和次高端的产品延续价格回升态势，是增长的主力军。在一线高端龙头的带动下，诸多的二线名酒品牌快速渡过调整期，进入新的良好稳定发展态势。相比高端和次高端的产品，现在二线还没有全国化的强势品牌出现。

在产业和产品结构新变化的条件下，对企业而言，核心是应该把握新时代、新消费、新机遇的宏观大局，有针对性的制订好自己的规划和计划，特别是现在一些区域的骨干企业，向白酒领袖企业多学习。为此，王延长与大家分享了洋河股份在新时期的工作方式和做法。

第一，不失时机找出转型升级的好风口。现在看来，转型升级是我们行业和每个企业都必须去研究和重视的问题，这个风口的寻找对一各企业而言太重要了，现在全行业处在这么一个状态下的时候，沿着什么样的方向，整个消费带动的风口在哪里，这只是一个前提。

第二，聚焦价格、产品、品牌、品类、生活方式，找出消费升级风口。有关消费升级，仍然要有一个清醒的认识，去年我们是一线的高端名酒价格回升，二线的次高端的酒在一线的带动下也走出了调整期，价格都有一些调整，对于消费升级，在找风口的时候，我们要有一个准确的把握，现在消费升级，大家还要注意到消费升级的大部分空间在哪里呢？应该说还没有跑到酒类产品上来，刚性的需求仍然占了消费升级的大头。消费升级最大的特征是消费品类的变化，这是近十年我们消费行业最大的变化，性价比仍然是拉动消费升级的最核心的因素。不惜代价作出与众不同的好产品，现在白酒风格多样化和每一个企业定型自己的特点，这已经成为全行业的共识，对于一个企业进入2018年，进入十三五以后，你不关注，你就要受到市场的影响。

进口葡萄酒正面带动作用明显

进口葡萄酒对我们的正面带动作用也明显的，没有进口的葡萄酒，没有现在我们整体水平的提高和科研方向的明确，我们对葡萄酒行业也要有一个认识，中国的葡萄酒不经过一个学习这么一个阶段，发现客观的发展规律也是不现实的。从2017年底到2018年初，回到抬头的趋势和状态，未来十三五期间对我们的葡萄酒还是充满信心的。

果露酒保持较高增长速度

果露酒行业呢，品种量不大，品类极其繁多，果露酒行业尤其是保健酒行业一直保持较高的增长速度，在整个酿酒行业中，销售收入、利润及税收等增速都是全行业最高的，2016和2017年的增速稍微减缓。果露酒行业包含了这么多的酒种，除了个别企业或一个酒种增长较快以外，不同酒种之间或同一酒种的不同企业之间，发展很不平衡的。大部分的露酒和果酒产品基本还只有区域性市场，而没有形成整体的的市场体系。市场增速保持，发展仍有空间。

保健酒的生产格局稳定，较之以往，果露酒整个生产格局仍没有变化，强者恒强，领头企业比重继续增大，与第二层次的差距仍然在拉大。以劲酒为首，就像进口酒那样，在不同的省份都有良好的表现。

2017年黄酒行业开启了新时代

2017年，我们黄酒的形式总体向好，尤其是利润的增长远超销售收入增长，说明黄酒行业总体获利的能力有所增强，而且亏损量大幅度的减少，黄酒统计的企业几乎没有亏损的，不像白酒、啤酒、葡萄酒，不到1%的亏损，王延才说，2017年应该把它定位成黄酒行业开启了新时代和新的开端。

第一，行业的科研达到了新高度，黄酒酿造专业技术项目获得2017年国家专业发明二等奖，黄酒引用舒适度的研究达到了省部级一等奖，标志着产品升级上了一个新台阶。

为什么这两个作为黄酒行业最大的趋势和开端呢？好多人不敢多喝，尤其是在业外，黄酒饮用舒适度的项目有点像白酒风味物质和健康因子的研究一样，而是从整个黄酒生产的环境、工艺、长辈、技术一直到成分的改变，在保持我们的历史悠久中华民族黄酒风味的基础上，做了极其大的革命性的变革，现在黄酒的骨干企业正在进一步的深化这个项目的推进，这将对我们黄酒产业提出革命性变革。

第二，就是指标增速向好，统计的121个企业，销售收入5.85亿元，增长了3.03%，但是利润20多个亿增长了13.1%，不同的地区不同，但是这个指标是我们黄酒行业多少年来最好的数字，而且这个趋势在2017年开端了以后，骨干企业他们分别的开启了黄酒的社会价值的回归，不管是研究也罢，还是市场推广也罢，还是宣传教育也罢。

黄酒行业的第二个开端是什么呢?我们一直把黄酒行业定位为一个区域化的产品，是我们传统的大的产销区，但是现在是什么情况呢？黄酒全国化的趋势正在形成。过去老讲黄酒怎么样到北方来，做了多少努力，现在发展开始进入一个好的状态。现在甘肃、河南、山东、福建、陕西等等这些地方，现在黄酒的发展都取得了非常良好的进步，而且这些黄酒厂的个头不大，但是这些黄酒厂的社会和经济效益都非常的好，甚至它的产品价值远高于江浙沪地区，消费群体一直在扩大。这些是各有特色，特别是有一些非常好的企业，他们的发展是一个非常良好的状态，对于我们黄酒产业而言是又一个新的台阶。

原来福建的红曲黄酒，咱们习惯叫红曲酒，连续两年高速的增长，去年34到37万千升，增长17%，利润率远远高于传统的黄酒，全国化的发展正在形成。市场扩容已成共识，消费者教育和把握文化自信也成为行业的一个共识。

现在的问题是产品分层还不清，我看最近有一个讨论，我觉得很有道理，黄酒的标准制订要清楚，产品序列的定位要给一个全新的概念，要让消费者对我们有一种新的认识，比如说清爽的，在传统的基础上是不是偷工减料了。

黄酒行业现在可能面临的问题是高端人太缺乏，技术进步不快，我们有两个得到国家认可的技术。黄酒也不能回避，黄酒跟白酒、啤酒甚至葡萄酒相比较，黄酒龙头企业的地位不就以前那么高，很难撑起全国的大旗，这些都是黄酒行业要研究的事。

发酵酒精的产量迅速增长

2017年我国发酵酒精的产来是1927万千升，跟白酒差不多，利润水平大幅提升，增长了80%多，有一些外在的原因，一个就是原料，现在受到原料成本上升的压力，去年的原料成本是受鼓励玉米深加工的政策刺激，当然各地的情况不一样，像辽宁是100块钱的补贴，内蒙是200块钱的补贴，黑龙江是300块钱的补贴，为东北的酒精企业带来高额利润，同时也引发新的投资热。价格大概稳定在5000到6000块钱，加上不到1000块钱补贴。

酒精去哪儿了呢？我们有三大块，一是食用酒精，第二是燃料酒精，加在汽油里面，第三是工业拿酒精做下游产品。白酒行业和燃料乙醇需求保持增长。尤其是燃料乙醇需求随着封闭推广推广地区的汽油需求量的增长而增长，带动的增长大概在12%。

利好的是进口乙醇得到了有效的控制，大幅度下降。进口乙醇的关税是30%，我们前些年有一个优惠的政策，现在把优惠政策取消了，关税恢复到30%，进口乙醇的量下降了多少呢?从2016年的86万千升变成了2.5万千升，大大的缓解了国内酒精行业的压力。

同时，酒精的复产和DDGS也大幅减少，对美国干玉米酒糟采取措施后，DDGS进口量开始逐步减少，2017年是39万吨。还有就是逐渐加严的汉堡政策，倒逼企业转型升级，也使不达标、不规范的企业无法生产。在这么多因素的促成下，酒精行业在去年是非常好的年份。

此外，燃料新政和玉米补贴政策刺激新增产能快速增加，现在我们的汽油消费量，一年在1亿吨以上，刺激酒精行业新的投资热。截止到2017年年底，东北增长玉米酒精产能100万吨。一批新规划、新建产能正在进行之中。

进口酒精的量一下掉到2.5万吨，2017年年底，玉米的价格开始回升了，玉米价格是不断的上升，自然会传导到酒精的价格，酒精的价格也不断的上升。按照现在贸易的统计，到2018年上半年，假如说到2018年7月份，可能我们的进口量要恢复到多少呢？50吨。这个对酒精行业来说，会有新的冲击和压力。

去年11的和12月份，玉米的成品价格是1600，到了今年的2月份，国内的玉米价格平均达到1800，酒精的价格从5600降到5500，所以2018酒精行业的情况，我们要随时的关切，酒精企业也要随时研究这些动态，做好自己的准备。

从行业的角度，我们要做什么事呢？我们也在考虑是不是对美国进口的乙醇反补贴、反倾销，协会也打算成立燃料乙醇的联盟，一定要扩大。

关于2018年酒业的发展趋势，我们提出新时代、新消费和新机遇，这么一个大的认识，在这个认识下，我们会和全行业的企业互动。

(本文系中国酒业协会理事长王延才在中国酒业协会第五届理事会第七次（扩大）会议上的报告)