

# “双星”驱动下的白酒涨价潮



## 2019 四川白酒行业 年会授牌“十朵小金花”



据悉,由四川中国白酒金三角酒业协会主办的2019四川白酒行业年会于7月12日在宜宾举行,年会上有项重要议程受到行业内外广泛关注,四川中国白酒金三角酒业协会理事长王少雄、四川省经济和信息化厅冯锦花副厅长以及四川白酒“六朵金花”企业负责人将共同为获得“首届四川省十朵小金花”白酒企业授牌,作为川酒产业“第二梯队”的中坚力量,他们以这样的方式列队前行,意味着川酒军团的又一次大阅兵。

近年来,省委省政府高度重视白酒产业,抢抓机遇、狠抓落实,支持优势白酒企业做大做强,形成联合竞争优势格局,推动四川白酒产业发展再上新台阶。在优质白酒产业振兴发展培育工作推进会上,曲木史哈强调,“近年来,我省白酒产业转型发展取得了良好成效,继续推进转型发展要统一思想、形成共识,脚踏实地解决产业发展中存在的问题,进一步增强创新能力,大力加强梯队建设,开展跨区域合作,强强联合形成川酒联合竞争优势格局,共同努力把川酒产业做强做大”。“十朵小金花”白酒企业的应运而生,也充分体现川酒梯队建设初见成效,而在2019四川白酒行业年会上,王少雄理事长以及四川白酒“六朵金花”企业负责人授牌,将更具特殊意义,极大鼓舞川酒梯队建设将向更高质量发展。

过去几十年,四川白酒产业多次提出鼓励川酒中小企业发展,助推川酒第二梯队快速成长,但从企业和品牌自身的定位出发,丰富、小角楼等部分有着一定产品力、市场发展基础的二三线品牌,始终是作为地方名酒在行业内独自发展,并没有像“川酒六朵金花”的标签,得到更多的市场关注和明确的价值表述。

2018年川酒实现营业收入2372亿元,同比增长15.1%,“六朵金花”实现营业收入1285亿元,占川酒整体的54%。主要经济指标保持高速增长。五粮液、泸州老窖和郎酒主营业务营业收入保持两位数以上增长,五粮液集团公司奋力向千亿目标迈进,销售收入突破900亿元;泸州老窖瞄准重回“三甲”冲刺,销售收入再上百亿元;与洋河差距缩小;郎酒公司回归“百亿俱乐部”;舍得和水井坊利润增幅接近或超过100%。他们之所以能够呈现出强大的统治力,一方面来自于企业自身的历史底蕴,另一方面从历史演绎到现实认证形成的完整品牌与品质链条,为“六朵金花”品牌嫁接了雄厚的战略资源基础。

我们再来看看二线品牌,2018年,在产区的带动下,全省规上白酒企业(除“六朵金花”外)产量实现恢复性增长,市场产销平衡,盈利面积达到96%,江口醇、小角楼、叙府等二线品牌实现利润大幅增长。由此可见,二线品牌在名酒企业回升拉动作用下,受产区的影响是比较明显的,而品牌力自主抗行业震荡的能力还比较弱,此次“小金花”的评选,在一定程度上为品牌快速塑造行业影响力,提升品牌的韧性。

据了解,年会后,将对“首届十朵小金花”进行集中宣传,并实施动态管理,监督和鼓励川酒第二梯队白酒企业实现品牌提升,促进品牌梯度培育。

此次“首届四川省十朵小金花”评选名单是四川丰谷酒业有限责任公司、四川省文君酒厂有限责任公司、四川泸州三溪酒类(集团)有限责任公司、四川省古川酒业有限公司、四川远鸣小角楼酒业有限公司、四川省宜宾市叙府酒业股份有限公司、四川江口醇酒业(集团)有限公司、四川仙潭酒业集团有限公司、四川广汉金雁酒业有限公司、四川泸州玉蝉酒业集团有限公司等十家。

(川协)

徐雅玲

盛夏的成都,格外闷热,与之相呼应的,是各大卖场里面陈列的茅台、五粮液、青花郎、国窖1573等名酒产品均已换了价格标签,价格都不同程度地出现了上涨。

“没想到婚期推迟了一个多月,一瓶婚宴用酒就涨了好几百。”日前,在成都巴国布衣准备婚礼的谭一舟告诉记者,本打算五一举办婚宴,用飞天茅台作为婚宴用酒,当时的价格是1499一瓶,而今婚礼前发现之前的供货商居然断货,拿到的价格在2100左右。

与谭一舟婚宴用酒暴涨的措手不及相比,位于成都环球中心的名酒经销商秦佳则显得淡定从容:“每年淡季名酒价格上涨已经成为一种惯例。我们在三四月就开始为这波价格上涨提前备货,价格上涨后,对于我们利润的增加,实际上是利好”。

同时,秦佳也坦言,有的名酒价格上涨确实是由市场驱动所造成的,但是,也有一些品牌并不是因为稀缺而涨价。

经过记者连日来对成都及周边一些市场的调查发现,虽然二季度是白酒销售淡季,但产品涨价却蔚然成风。近期,五粮液、洋河、郎酒等一线白酒品牌涨价不停。其中,五粮液在近期的股东大会上明确了第七代经典五粮液于5月21日下线,第八代经典五粮液在6月上架,且第八代经典五粮液的出厂价为889元/瓶,比第七代提高了100元;洋河旗下产品的供货指导价最高涨幅超20%;郎酒也宣布青花郎未来将在三年内分6次提价,来实现1500元/瓶的目标零售价……

业内人士指出,业绩向好、白酒包装成本提升、渠道利润改善等因素造成了高端白酒“淡季不淡”。

### 五粮液升级打响涨价第一枪

多年来,每年淡季,名酒提价似乎是一个惯例,一方面是为即将来临的中秋国庆销售旺季提高利润做准备,另一方面则是淡季提价相对来说市场因提价造成压缩的空间较小,而看似措手不及的淡季提价,其实也并非毫无征兆,例如,本轮提价的始作俑者——五粮液。

今年3月18日,成都糖酒会期间,第八代五粮液已正式亮相,同时记者从五粮液内部了解到,当月底第七代普五已经停产,市场进货量减少,按照时间进度表,第八代普五在今年6月上架,出厂价高于旧版100元,零售指导价约为1200元,比第七代价格增幅为10%。

此外,记者了解到,从产品来看,第八代经典五粮液在包装、体验、瓶身设计、防伪等方面较第七代都有所提升。价格定位上,第八代经典五粮液出厂价889元/瓶,较第七代出厂价上涨100元/瓶,终端供货价959元/瓶。

业内人士分析指出,此前第七代五粮液

产品通过控货提价,有序地为第八代新品的上市铺开了道路,五粮液产品升级比较成功,增加了科技和互动层面。

五粮液集团公司副董事长、股份公司常务副总经理邹涛向记者透露,第八代经典五粮液主要实现了三大升级:包装更精致、防伪更精湛、品质更精进。这些都为五粮液提价提供了充分的理由。

记者从多个五粮液经销商处了解到,目前批发价已经开始上涨。6月27日,有五粮液经销商向《华夏酒报》记者表示:“第八代五粮液现在批价为1000元/瓶,货也不多,最多20箱(一箱6瓶),需提前预定,且‘一天一个价’。”

按照五粮液的规划,2019年,五粮液全年计划投放量将达2.3万吨。据悉,第八代五粮液经典总量将占到全年1.5万吨普五配额的35%,约为5250吨。

与五粮液第八代产品提价相对应的是,6月12日,五粮液宣布将三家系列酒营销公司整合为一家公司,统筹管理五粮液系列酒品牌,并任命集团副董事长邹涛兼任整合后新系列酒董事长一职,这被看作是五粮液系列酒改革的重要一步。

值得注意的是,记者从众多五粮液系列酒经销商处得到证实,系列酒也从去年底就开始对经销商提价,也是为其今年全面上市后保证市场终端价格做好了准备。

业内人士指出,原先各有各的分红,现在通过统一的系列酒营销公司,将有助于营销战略的统一以及各自定位分工的明确。超级品牌的背后都有超级产品,都有主导的价格战和主导的大单品。因此,成立统一的营销公司,将有利于五粮液产品结构更加统一和协调。

据悉,补系列酒短板将是2019年五粮液营销战略的重要部分。2018年,五粮液系列酒销售已突破百亿元。根据此前既定目标,2020年,五粮液系列酒要达到200亿元的销售目标。截至2019年4月,五粮液已清理了22款系列酒产品,五粮液及系列酒品牌数将从800个缩减至45个,条码数将从3500个缩减至350个。

随着新产品的发布和涨价的预期,二级市场上,五粮液股价持续走高。3月1日至今,五粮液股价总体上涨幅度达53.01%,远超大盘涨跌幅,并在5月16日创下111.99元新高,总市值已经突破4000亿元。

### 名酒企业提价备战销售旺季

随着五粮液在充分布局后打响淡季涨价第一枪之后,各大名酒企业纷纷紧跟。

同为四川名酒企业的泸州老窖,5月14日,在回复投资者问题时表示,会跟进五粮液。

这家公司表示,“五粮液的一举一动都备受关注,普五市场价格在上升。价格方面,泸

州老窖肯定会紧跟五粮液,在保证渠道充足利润的前提下,将考虑择机提升终端零售价。”

泸州老窖自2000年推出国窖1573,基酒每年产能达3000多吨,目前国窖1573基酒储备完全能够满足市场需求,且产能还将进一步释放。公司投资74亿元的酿酒工程技改项目顺利推进,新酿酒基地窖池目前已开始投粮,今年下半年将出4000多吨基酒,明年的产能预计达到1万吨,2021年将达到6万吨。

泸州老窖在财报中披露,高端产品的快速增长说明市场需求在扩大,根据数据统计,高端酒在整个白酒总产能占比仅为1%,存在稀缺性。因此,未来高端酒仍有扩容的动力。公司高度关注消费需求的变化,未来在华东、华南都会有进一步动作。

记者从泸州老窖一季度财报了解到,其实现营收41.69亿元,较上年同期上升23.72%;归属于上市公司股东的净利润15.15亿元,较上年同期上升43.08%;经营活动产生的现金流量净额5.61亿元,较上年同期上升60.99%。一季度销售费用7.06亿元,较上年同期的6.14亿元上升14.98%。

另据泸州老窖方面表示,2019年以来,泸州老窖对旗下从高到低的多个系列采取了“挺价”措施。1月,52度国窖1573经典装500ML的零售价从969元上调至1099元,站上千元线,而38度国窖1573经典装500ML零售价则上调至799元。

3月,52度特曲宣布在5月更换新包装后,将出厂价上调20元。4月,泸州老窖宣布窖龄酒90年涨价,52度、43度、38度三款产品的终端零售与团购价分别上调50元。且经过调整,三款产品的终端价格首次站上500元大关。

事实上,相比高端系列涨价带来的躁动与希望,大众低端产品的价格上浮,因交织着重振、困局、突围重重目标,而略显复杂。

记者从其多年财报公开数据发现:2016~2018年,泸州老窖低档酒收入分别为23.63亿元、25.92亿元、28.07亿元,近两年增速均在10%以下,相较高档酒从2016年的29.2亿涨至2018年的63.78亿的成绩,的确逊色不少。同时,低档酒对公司营收的贡献占比也在近三年内由28.45%下降至21.5%,而高档酒占比则从35.16%一路攀升至48.85%。

此外,洋河股份也在近日的投资者活动中表示:高端酒未来的市场空间比较大,对于梦之蓝等高端品牌,今年初公司已成立高端品牌事业部,负责梦之蓝等核心高端品牌的推广。近年来,以洋河股份梦之蓝为代表的高端酒保持着“量价齐升”的持续增长,尤其M9是公司高端销售主导产品,未来公司将继续引导放量。

过去几年,梦之蓝等高端品牌实现了稳健增长,2018年营收增速达50%。

洋河股份表示,目前,梦之蓝占公司销售总额的比例达到30%。5月20日起,公司对主

导产品的终端供货价进行了调整,主要目的为改善渠道利润空间。当时,洋河股份宣布供货指导价上涨20%。

除泸州老窖和洋河股份外,山西汾酒也表示,从今年7月开始统一终端供货价以及建议零售价。

### 提高营销费用支撑涨价潮

“根据市场规律,提价势必会对产品带来市场被挤压的风险,因此需要通过增加营销投入的方式来规避风险。”四川大学牛永革教授告诉《华夏酒报》记者。

事实上,对于既要通过提高价格增大利润而一系列战略,又要防止市场丢失的名酒企业纷纷启动通过增加营销投入的方式来规避风险。

记者通过整理各大名酒企业财报发现,2019年一季度,各大白酒品牌在营收和净利润双增的背景下,除贵州茅台销售费用同比有所下滑外,其他公司纷纷加大了销售费用的投入。

今年一季度,贵州茅台经营活动产生的现金流量净额为11.89亿元,较上年同期下滑75.90%,销售费用8.72亿元,较上年同期的9.451亿元有所下滑。

五粮液一季度销售费用12.74亿元,较上年同期10.03亿元同比上升27%。

洋河股份一季度实现营收108.89亿元,较上年同期增长14.18%;归属于上市公司股东净利润为40.21亿元,较上年同期增长15.70%;经营活动产生的现金流量净额为1.23亿元,较上年同期下滑93.50%;销售费用6.97亿元,较上年同期有所提升。

泸州老窖一季度实现营收41.69亿元,较上年同期上升23.72%;归属于上市公司股东净利润15.15亿元,较上年同期上升43.08%;经营活动产生的现金流量净额5.61亿元,较上年同期上升60.99%。一季度销售费用7.06亿元,较上年同期的6.14亿元上升14.98%。

口子窖一季度实现营收13.62亿元,较上年同期增长8.97%;归属于上市公司股东净利润5.45亿元,较上年同期增长21.43%。销售费用1.23亿元,较去年同期的1.10亿元上升11.82%。

古井贡酒一季度实现营收36.69亿元,较上年同期增长43.31%;归属于上市公司股东净利润7.834亿元,较上年同期增长34.82%;经营活动产生的现金流量净额10.11亿元,较上年同期增长421.05%。销售费用期内达11.68亿元,较上年同期7.94亿元同样大幅提升47.1%。

“然而,白酒行业刚刚经历了回暖到复苏,高端市场依然有限,营销经费的巨大投入,一旦销售跟不上,势必会对企业带来更高的成本压力。”牛永革指出,“对于名酒企业而言,是否有周密的企业战略和营销策略与之相匹配,成为了这轮涨价潮能否胜出的关键。”

**彭州市华蓉陶瓷有限公司**  
专业设计生产:  
陶瓷酒瓶、酒具及各种工艺品等,公司倾力于中国陶瓷酒瓶及摆件的设计与制造。  
公司生产的会呼吸的陶瓷酒瓶,会交流传神的陶瓷摆件,使华蓉更有魅力。  
厂长:刘德银  
手机:13088090770  
13281090770  
电话:  
028-83833818  
83833828  
QQ号码:  
814439265  
1512026857  
地址:  
四川省彭州市桂花镇

**济南瑞丰生物工程有限公司**  
本公司与齐鲁工业大学等高校密切合作,研究开发了增强固态白酒发酵的系列高效微生物产品,提高白酒质量,降低生产成本,减少劳动强度。  
主要产品如下:  
●白酒发酵微生物菌剂  
●脱水活性窖泥功能菌  
●根霉曲  
●优质成品窖泥  
●浓缩液体产酒香酵母菌  
●浓缩液体产酒香酵母菌  
●芝麻香型白酒高效微生物菌剂  
●酯化红曲  
企业宗旨:优质产品 优质服务 合作共赢  
总经理:陆泰勇  
联系电话:13905416779  
0531-87483989  
邮编:250308  
地址:山东省长清区张夏工业园区  
E-mail:ruifengshengwu@163.com

**您发财 我发展**  
华西酒曲厂是在其前身——成都市成华区高科技生产化技术研究所彭州实验厂的基础上,经25年发展和积累而成立的专业从事生物制品科研和生产加工企业。  
研究和开发的微生物系列产品有:  
◆根霉酒曲  
◆生料酒曲  
◆纯根霉甜酒曲  
◆固体铁皮活性生香干酵母  
◆工业级纤维素酶  
◆食品添加剂红曲米  
◆酱油曲精  
厂址:四川成都彭州经济开发区  
联系人:罗忠  
手机:13679061105  
电话:028-837028146(办)  
传真:028-83708978  
邮编:611930  
网址:www.mainone.com  
E-mail:cdservice@mainone.com

**酒品如人品**  
我公司是一家专业以五种粮食酿造的优质浓香型原酒、多种风格调味酒、陈年老酒以及酱香型大曲酒的生产企业,拥有合义坊、川辉两类商标品牌,欢迎贴牌加工,愿与全国各大厂家共谋发展。  
公司名称:四川省邛崃市正方酒业有限公司  
成都市合义坊酒业有限公司  
公司地址:四川省邛崃市卧龙镇中国名酒工业园  
董事长:宋一明  
电话:028-8878439(传真)  
手机:13908225762  
13548108555  
邮编:611530  
网址:http://www.sczfyj.cn/  
http://www.cdhyf.cn/

**四川百年苏公老酒坊  
全国招商**  
提供:  
原生态清香、浓香、酱香白酒和养生酒、水果酒及贴牌代工业务。  
财富热线:4008842899  
加盟专线:15881033359