

中国十大文化名酒

中国惟一调酒师认证酒二名(黄金族牌)

道光廿五

北京道光廿五集团民族酿酒有限责任公司

诚招地市级以上区域营销专员

网址: WWW.daoguang.com.cn 销售热线: 0416-3883835

国内外公开发行(原《厂长经理日报》)

邮发代号: 61—85
网址: WWW.NEWSSC.NET 邮箱: CJB490@SINA.COM

中國糖酒周刊

THE MANAGER'S DAILY

理理日報

责编:王萍 编辑:唐勃
版式:张彤 校对:阳红
2011年8月29日 星期一

协办:辽宁道光廿五酒业集团 汾酒集团

► 市场竞争 | Shichang Jingzheng

白糖价格回落 “糖高宗” 大势已去？

□刘春燕

据国际商报报道，商务部于2011年8月22日9时至16时将总量为20万吨的中央储备糖以竞买形式投放市场。业内人士指出，企稳的白糖现货价格出现回调，主要受22日第八批抛储的影响。受国际原糖反弹受阻、印度再次增加50万吨白糖出口，以及期货价格走跌等因素影响，短期内白糖现货价格或将在7650元~7800元/吨运行。

为了保证市场供应，国家再向市场投放20万吨储备糖。这是今年第八次投放国储糖，与前一次抛储7730元/吨的成交均价相比，此次7672元/吨的成交价格出现58元/吨的回落。在经历过去年来的一路飙涨之后，糖价涨势放缓，开始出现回调的迹象。业内人士分析，随着国家抛储力度加大，白糖供需缺口鸿沟被填补，“糖高宗”大势已去，告别市场只是迟早的问题。但也有人认为随着中秋、国庆消费旺季的来临，加上库存将要见底，“糖高宗”在近一个月有可能卷土重来。

糖价是否企稳，“糖高宗”是否大势已去？我们来分析一下糖价持续高位运行的原因所在，笔者认为可以从以下几个方面思考。

白糖供应青黄不接 主产区减产。眼下，距离新糖上市仍有两月，10月下旬新糖才会陆续开榨，加上今年南方旱涝灾害，使得产糖大省广西减产严重，广西糖价一直是中国糖价的风向标，广西糖价上涨，各地也就跟着涨。与之相反，白糖正是消费旺季，这使得供需矛盾突出。

白糖需求量大 添加剂新规间接刺激。5月份之后，饮料需求的增加，加大了白糖的消费需求，端午、中秋、国庆众多节日使粽子、月饼以及其他传统糕点的生产迎来需求旺季，这些都加大了白糖的消费缺口，助涨了糖价飙升。另一方面，《食品添加剂使用标准》新规的出台对添加剂的使用更加严格，原来采用甜蜜素、糖精等添加剂替代白糖的行为会得到一定的遏制，这在一定程度上也导致了白糖需求量的增加。

除此之外，国际蔗糖减产，人为炒作的嫌疑也间接的对白糖市场产生了一定的影响。业内人士分析，由于我国连续几年减产，目前白糖库存消费比降到历史低位，且消费需求正处于旺季，短期内，供需偏紧局面将很难缓解。预计到国庆之前，糖价还有可能继续上涨。

不过高糖价不会维持太长时间，随着第三季度末期进口原糖陆续到港，国内供应将略有改善，加之10月下旬新疆蔗糖将会开榨，11月广西也会开榨，届时糖价肯定会

命如“泡沫” 山西地方啤酒品牌 在竞争中“消逝”

核心提示

“迎泽啤酒”“云冈啤酒”“杏花村啤酒”“白马王啤酒”“乔家啤酒”……曾经，山西啤酒作为“被地方喝出来的名片”，在本地区占据着很大的市场份额；如今，这些曾被山西人熟知的地方品牌却迅速衰落。

是什么让山西地方品牌啤酒蒙尘？对此，中国酿酒工业协会啤酒分会秘书长何勇说：“这是竞争使然，在这种竞争下，地方啤酒只有两种选择：倒闭或被并购。”

□本组稿件采写 刘斌

当中国啤酒产量连续九年稳居世界第一的时候，曾经势力庞大的山西地方啤酒为何衰落得如此迅速？在这个啤酒销售的旺季，山西晚报记者进行了深入调查。

最新发布的《中国啤酒市场及产业发展状况》显示，我国啤酒市场上，华润雪花、青岛啤酒、燕京啤酒、百威英博4大啤酒集团的合计市场占有率高达58%，创造利润占行业总利润的72.5%。

A 不见踪影的“地方名片”

“几年前，这摊前的那种捆装迎泽啤酒能堆成半个小山。”与记者面对面坐着的老者叫李红旗，今年58岁，曾担任“迎泽啤酒”生产厂家山西天龙啤酒饮料有限公司的生产科长。



白马王啤酒：坚持就是胜利

2008年，“迎泽啤酒”停产，他开了一家小超市。如今，市面上已很难看到迎泽啤酒的踪影，偶尔在露天摊点看到的，也只是印有“迎泽啤酒”的扎啤桶。“那都不是我们厂出的，不知道是什么人弄的，只能说大家还认这个牌子。”李红旗介绍，“迎泽啤酒”投产于1987年，是山西省建厂最早的本土啤酒。2008年，酒厂停产时人们才知道，迎泽啤酒已经负债经营多年。没人料到，这个曾经在2004年“中国啤酒市场品牌报告”中拥有太原市场73.49%份额的“三晋第一啤”，就这么无声无息地消亡了。

而这并不是地方啤酒品牌消亡的个例。曾经占据大同啤酒市场70%份额的云冈啤酒也已经与华润雪花啤酒集团达成了合作意向。云冈啤酒商标被收购，华润啤酒投资3亿元新建的年产20万吨啤酒项目已经开工建设，预计明年5月正式投产。几乎与华润收购云冈啤酒的时间表同步，2010年9月10日，青岛啤酒股份公司投资2亿元，收购了原嘉禾啤酒太原公司，并于今年2月12日出酒。而小厂代加工、自己只经营品牌的吕梁“杏花村啤酒”、晋中“乔家啤酒”、长治“圣和得啤酒”也在市面上难觅踪影。目前，能够维持正常生产的只剩下创建于1992年的晋城“白马王啤酒”。

B “白马”已不再是“王”

“我感到心里很不舒服。”对于

1999年就到的“白马王啤酒”工作的郝松涛来说，白马王啤酒的现状让他感到压力很大。去年，郝松涛被任命为白马王啤酒的销售副总，当时的他信心百倍，可没想到市场竞争这么残酷，“白马王在晋城的份额正在大幅下滑。”

白马王啤酒创建于1992年，在2000年前后成为晋城最大的啤酒品牌。总经理李晋斌介绍说，“白马王”最辉煌时，其市场份额在晋城能达到90%以上。

“最好的时候供不应求，年产量达到5万吨，覆盖山西、河南、河北、内蒙古四个省区，山西的晋东南地区家喻户晓。”但好景不长，随着2005年河南省几个品牌啤酒的北上，白马王啤酒遭到冲击。“河南的啤酒企业有政府支持，扩张迅猛。”作为公司负责人，李晋斌明白这种压力，“人家月山啤酒当时的成本能控制在每瓶1元，我们尽管有本地的优势，成本也得在2元左右。”“白马王”曾希望通过扩产来增强竞争力，但最终批地建厂的计划没有通过。也是从那时候起，“白马王啤酒”由盛转衰。

真正的寒冬来临是在2008年，国内啤酒巨头青岛啤酒旗下的崂山啤酒进入山西市场。那一年，白马王啤酒遭遇了亏损。“市场份额每年下降15%左右。”郝松涛告诉记者。

崂山啤酒进入后，另外两大啤酒品牌燕京、雪花也相继收购地方小厂进入山西市场。他们利用大集团的优势，占领酒店、餐饮场所，然后对批发

市场和零售终端发起强力冲击。“啤酒销售的辐射范围在300公里以内，这些大厂收购了地方小厂后，马上就给地域内的其他啤酒品牌带来冲击。他们企业大，想让啤酒进饭店，可以实行‘买店’的模式，让一家酒店只销售他们的啤酒。这笔费用我们根本承受不了。”

如今，白马王啤酒的年生产能力从辉煌期的5万多吨下降到不足2万吨，企业连续4年亏损。“白马王”做过挣扎，2006年引进新设备，准备推出高端品牌纯生。试酒效果良好，但不久后因设备问题，仅有的一次突破也夭折了。现在，它在晋城市的市场份额下滑到了20%。“我们能做的就是坚持，每年保持少亏损或者持平，这样我们就有机会。”郝松涛说。

C 内忧外患中团结为时已晚

说到衰败的原因，几乎所有的被采访者都会先提到一个字——“战”。“迎泽啤酒”原生产科长李红旗说：“从上世纪90年代末到2002年前后，迎泽啤酒在太原是名副其实的老大。那时，一瓶啤酒批发价21元，经销商都得找人批条子才能进到酒。从2001年年底澳麦啤酒强势介入后，迎泽啤酒的地位动摇了。随后，月山啤酒进入，2003年其推出的苦瓜啤酒上市不久，就打败了‘迎泽啤酒’。接着，杏花村啤酒也加大了争夺太原市场的力度。再后来，青岛、雪花、燕京等国内一线品牌进入，迎泽啤酒彻底

玩完了。”

面对内忧外患，山西地方啤酒企业曾想靠团结自救来谋求生路。迎泽啤酒前董事长张秀山曾试图联合省内几家啤酒企业成立山西啤酒集团，但未能如愿。

曾经，地方啤酒的最大支持者当地政府，现在政府把招商引资放在首位。祁县从山东引进“克代尔啤酒”，太原引进“青岛啤酒”，“雪花啤酒”在运城、晋中、大同三地开花。一位官员和记者谈起此事时说：“这对地方品牌来说是件坏事，但对整个市场来说是件好事。外地企业的工厂、员工、税收都在本地，我们不能太短视。”

D 地方啤酒未来堪忧

2010年，我国的啤酒产量达到4483万吨，比2009年增长6.3%，我国啤酒行业的市场集中度也越来越高。

地方啤酒在仅存的小空间内，靠廉价的低档产品来生存。但面对原料价格的波动和包装、人工成本的增加，大型企业尚可借助提升中高端产品的比例甚至直接提价来抵消成本上涨的压力，而中小企业则没有更好的办法。一个地方啤酒企业的覆盖范围约300公里，这本是地方啤酒的优势，但随着国内啤酒大品牌在各地市开新厂或者并购，地方啤酒企业的这种优势也已消失殆尽。

今夏，白马王啤酒在晋城几个大广场推出了自己的销售终端“白马王鲜啤广场”，以餐饮业的模式带动销售，市场反响不错。但对于一个曾年产近6万吨的啤酒企业来说，这种零售模式能否再塑业界辉煌，还得靠市场检验。

专家把脉

错位竞争 才有“一线天”

对于地方啤酒的走势，中国酿酒工业协会啤酒分会秘书长何勇指出：“大的更大，小的更小，地方啤酒在缩减产量后，只有利用错位竞争才能在本地占有一席之地。”

工信部鼓励果汁加工行业兼并重组

工信部8月24日发布《浓缩果蔬汁(浆)加工行业准入条件》，该条件将自2011年10月1日起实施。条件明确，将鼓励企业通过兼并、重组等方式，合理整合生产资源。工信部称，发布《条件》主要是为了规范行业投资行为，

防止盲目投资和低水平重复建设。

据证券时报报道，《条件》要求，新建、改扩建浓缩果蔬汁(浆)加工企业(项目)选址必须符合国家法律法规、产业政策和行业发展规划，符合土地利用总体规划、土地供应政策和土地使用标准，严格执行节能评估和审查及环境影响评价制度。新建浓缩果蔬汁(浆)加工企业(项目)的产能，应与周边已有同类企业之间的距离

相适应。

就生产规模，《条件》要求，浓缩苹果汁方面，禁止新建、扩建加工企业(项目)。允许现有企业采取措施改造升级。大宗加工水果浓缩汁(包括浓缩梨汁、浓缩橙汁等，但不包括浓缩苹果汁)及大宗加工蔬菜浓缩汁(包括浓缩番茄汁、浓缩胡萝卜汁、浓缩红薯汁等)方面，生产线原料处理能力应≥10吨/小时(或浓缩总蒸发量≥8吨/小时)。

《条件》强调，将鼓励企业依靠科技进步和产业创新，加快品种结构调整。鼓励提高加工浓缩苹果汁(加工过程未经酶处理)、浓缩橙汁和菠萝汁、荔枝汁、芒果汁等浓缩热带水果汁(浆)及小品种浓缩果蔬汁(浆)的比例。

(周宇)

川酒 3年欲再造千亿产值

□周伟

8月22日，2011年四川省白酒年会暨行业质量检评会在绵阳召开。本次会议由省酿酒协会主办、绵阳丰谷酒业承办，来自全省近百家酒厂的300多名白酒精英参会。会议提出3年再造四川白酒第二个千亿产值的发展目标，力争川酒在2013年实现2000亿元产值，2015年实现2500亿元产值。

据四川日报报道，去年年初四川省委、省政府启动“中国白酒金三角”战略以来，川酒开始呈现强劲增长势头。“中国白酒金三角”实施元年，川酒实现主营业务收入1056.81亿元，同比增长33.09%，提前两年实现省委、省政府确立的打造川酒千亿产业目标。今年上半年，川酒继续保持强劲增长，实现主营业务收入715.76亿元，同比增长38.29%，全年有望

突破1500亿元。

基于良好的市场预期，本次年会喊响川酒再造一个千亿产值的新目标：到2013年实现白酒产值2000亿元，到“十二五”末实现2500亿元。会议分析总结了未来全国白酒产业7大发展趋势：白酒产量和价格将继续上涨、香型走融合或多香型发展道路、产业集中度加强、中国白酒文化的深度挖掘、白酒出口将出现实质性突破、技术创新将继续促进产业发展、中国白酒将更多承担社会责任等。

四川省酿酒协会会长崔兆全表示，将在行业指导、酒业人才培养、行业技术创新、市场拓展等方面助推川酒产业发展，进一步规范企业标准化生产，组建川酒市场专业委员会，培养川酒营销、科研人才，并将率企业赴日韩、南美以及广东、湖南等地开展市场营销。

国家农业产业化重点龙头企业 国家星火计划项目 世界肉类组织成员

产品通过美国FDA认证 澳大利亚AQIS认证

得宜绿色

DEYI GREEN

米饭 肉食 下饭菜

做食品就是做良心——杜诚斌

四川得宜绿色食品集团有限公司 电话:028-85335818 网址:www.scdeyi.com

中国首家芝麻香型原酒供应商
荣登上海世博会“名产名片”特刊

傅潭、傅潭春、傅潭秋月、玖道坊系列酒全国招商
公司总经理赵章报热忱欢迎全国各地客商光临选购。

傅潭

河南省傅潭酒业有限公司
公司地址:河南省南乐县城北环路北
财富热线:0393-5318999 13707676148