

中国十大文化名酒

中国惟一调饮佐餐酒二品(原基全族酒)

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

經理日報
THE MANAGER'S DAILY

责编:王萍 编辑:唐勃
版式:张彤 校对:梁英
2011年10月24日 星期一

协办:辽宁道光廿五酒业集团 汾酒集团

汾酒三季度净利润达 7.08 亿元

10月20日晚间,山西汾酒公布三季报,季报显示2011年前三季度公司实现营业收入3564亿元,实现同比增长48.94%;归属于上市公司股东的净利润7.08亿元,增长31.76%;每股收益1.63元。其中,第三季度实现净利润4891.2万元,同比下降75.91%,每股收益0.11元。

今年前三季度,该公司的营收增长主要是部分产品售价提高,销量增加以及产品结构

优化等所致;而净利润的增加主要是销售收入增长所致。

白酒行业已有多家公司披露三季度业绩报告或预增公告,目前行业依然维持量价齐增的高景气状态。茅台也在此前率先发布三季报,报告显示,前三季度公司实现营业收入136.42亿元,同比增长46.26%;实现净利润65.69亿元,同比增长57%;基本每股收益6.33元。

(酒快)

世界乳业大会强调食品安全 中国乳业发展备受关注

2011年世界乳业大会10月19日在意大利北部城市帕尔马落下帷幕。与会者认为,食品安全的可持续性是全球乳业可持续发展的关键所在,中国的积极参与正在改变全球乳业发展的面貌。

今年世界乳业大会的主题是“食品安全的可持续性”,与会的1400多名商界和研究机构的代表在为期5天的会议中讨论了食品安全的可持续性、全球乳业的发展状况、乳品科研创新成果。

会议主办方国际乳品联合会今年设立了多项乳品创新大奖,旨在鼓励“为世界乳业发展作出杰出贡献的最新产品和领先理念”。获奖企业来自加拿大、斯洛文尼亚、新加坡、中国、澳大利亚、韩国、日本、瑞典、南

非、比利时等国。中国蒙牛乳业集团获得“最佳环境可持续发展奖”,蒙牛的新养道牛奶获得“乳品创新奖”。

国际乳品联合会主席理查德·多伊勒对新华社记者表示,中国是个善于创新的国家,这在全球乳业的发展中也有突出的表现。中国具有充满活力的市场,中国的积极参与正在改变全球乳业发展的面貌。

多伊勒说,未来全球乳业最重大的挑战是食品安全的可持续性,中国在这方面可以发挥至关重要的作用。世界的目光都在关注中国,看到中国在许多行业处于领先地位,这不仅由于中国所占的市场份额,而且在于中国应用现代技术的能力以及掌握信息的能力。

(新华网)

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

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

得益绿色

DEYI GREEN

米饭 肉食品 下饭菜

做食品就是做良心——杜诚斌

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

策划语

近年来随着国内消费能力的不断提高、人民币升值和葡萄酒消费潜力的释放,我国进口葡萄酒消费量持续增长,从事进口葡萄酒贸易的企业成长迅速,但是部分进口葡萄酒标价混乱、真伪难分的现象却饱受诟病。与国产葡萄酒的稳扎稳打相比,进口葡萄酒业亟待号脉。不过,国产葡萄酒也不能高枕无忧。这从2011沈阳秋季糖酒会上可见端倪。

进口葡萄酒虚热不退 国产葡萄酒步履企稳

A把脉篇 “虚火”上浮 进口葡萄酒繁荣背后有隐忧

记者从在沈阳举行的2011全国秋季糖酒交易会上了解到,随着我国居民消费能力不断提升,近年来我国进口葡萄酒量持续增长,从事进口葡萄酒贸易的企业成长迅速,但是部分进口葡萄酒标价混乱、真伪难分的情况也饱受非议。一些进口商认为,目前我国进口葡萄酒业繁荣背后暗藏着虚火。

据海关的最新统计数据显示,今年上半年,进口葡萄酒在国内已经悄悄占据了近1/4的市场份额。

葡萄酒进口快速增长

巴黎之花国际酒业有限公司总经理武运平是在中国最早经营进口葡萄酒生意的商人之一,他觉得1997年-1998年时中国的红酒热潮又回来了。“当时全国有近万家企业忙着做进口红酒,后来倒闭了大部分。现在情况相似,大家又一窝蜂涌上来。”

两年来,全国最大的食品酒类交易会——全国糖酒会上,国际葡萄酒展区的规模也在不断扩大。2011全国糖酒会上,国际葡萄酒展区已达到创纪录的14万平方米。

中国酿酒工业协会新近发布的统计数据显示,2011年1-6月,国产葡萄酒产量达50.1万千升;而据海关的最新统计数据显示,2011年1-6月份我国进口瓶装葡萄酒总量达17.02万千升。这意味

着2011年上半年,进口葡萄酒在国内已经悄悄占据了近1/4的市场份额。

ASC精品酒业公司公共关系总经理龚国亮认为,国内消费者消费能力不断提高、人民币升值和巨大的葡萄酒消费潜力是进口葡萄酒业这两年飞速发展的主要原因。

进口葡萄酒价实不符

全国秋季糖酒会期间,南京某进口酒业销售公司的销售人员告诉记者,该公司销售的进口葡萄酒原价在40-50元,而市场上的售价可以达到200-300元。另一家厦门的贸易公司负责人表示,进口红酒只要加个木盒包装,马上身价倍增。

武运平说,不少进口商的葡萄酒标价虚高。“进口葡萄酒按照合理的零售价来说利润不应该超过50%,但我国的一些进口商往往把价格提高数倍,导致葡萄酒性价比不高。”

据了解,进口葡萄酒造假严重已开始影响葡萄酒行业的发展。记者在采访中了解到,假冒的进口葡萄酒在业内也并非新闻,从酒浆、酒瓶、标签、包装纸乃至包装盒,受到利益驱动的葡萄酒造假已经形成了完整的产业链条。记者看到,在本届糖酒会期间,一些不法摊贩借机推销的正是价格不菲的高仿洋酒。

B自省篇 渠道变更 国产葡萄酒淡定平稳

地域:东西销售相差大

2011年上半年,在进口葡萄酒大举进入中国市场之时,国内葡萄酒产业呈现淡定态势,市场发展平稳。从中国酿酒工业协会的统计数据来看,2011年上半年国产葡萄酒依然保持了16.7%的增长速度,全国葡萄酒累计产量为50.1万千升。目前,全国葡萄酒产量主要来自23个省市,多分布在葡萄酒的十大主产区。山东省作为传统的葡萄酒生产基地,其产量多年来一直稳居龙头老大的地位。1-6月山东省葡萄酒产量为19.6万千升,占总产量的39.1%,工业总产值89.34亿元,占总产值的59.8%;销售产值89.3亿元,占总销售产值的61.5%。除山东之外,

吉林、河南两省的产量分别以10.2万千升、8.3万千升排在第二、三位,三省产量占全国的75.9%,由此看出,全国葡萄酒产量分布不均,品牌企业多集中在东部,西部产区葡萄酒的销售仍然较弱。

技术:酿酒葡萄研究的基础薄弱

在今年7月的中国葡萄酒行业年会上,葡萄酒专家王祖明表示:我国对酿酒葡萄研究的基础相对薄弱,又缺乏人才,同时在产业快速发展的条件下,部分地区酿酒葡萄种植面积短期内增长幅度过大,现有的种植技术和管理水平已经跟不上面积增长的速度。作为引进这些企业或个人的产区政府,应该充分考虑到



据吉林雪兰山葡萄酒业有限责任公司市场总监路军介绍,国内葡萄酒产业的快速发展也撼动着进口葡萄酒的质量神话。他认为,在质量方面,国产葡萄酒正在迅速和国际接轨,然而价格却要比同质量的进口葡萄酒低很多。“进口葡萄酒目前要负担48.2%的综合关税,这也拉高了酒品价格。”他说。

行业需重典治乱

据业内人士介绍,葡萄酒其实存在着国际性的定价机制,主要是根据原料产地和产量决定。通常来说,专业的进口商会选择品质优良的葡萄酒,价格也公道。但目前国内进口商标价随意性过大,缺乏必要的监管和惩罚措施。

武运平说,目前我国经营进口葡萄酒的企业可能已超过万家,但真正拥有专业知识和团队的进口商少之又少。

他认为,进口商素质参差不齐是进口葡萄酒标价混乱的原因之一,“许多以前做其他贸易的企业,一拥而上做起红酒了”。

龚国亮认为,国内的消费者目前对于葡萄酒的认知程度不高,许多消费者仅仅根据包装是否精美来判断进口葡萄酒的价值,这也需要葡萄酒行业向公众大力普及相关知识,提高宣传力度。

(新华网)

专家建言

业内人士建议,政府有关部门或行业协会应加大对进口葡萄酒企业的规范、引导力度,逐步改变进口葡萄酒目前的混乱局面。此外,进口企业应当苦练专业内功,不可一味追求超高利润。进口葡萄酒业若长期不能形成合理定价机制、不能回归价值本位,红酒热终将又成一股虚火。

后续的技术支持或引进的问题。

我国酿酒葡萄品种比较单一,红葡萄品种中赤霞珠占一大半,白葡萄品种中霞多丽占绝大部分,品种的雷同性非常高。各个产区或基地缺乏具有产区特点或优势的葡萄品种,造成了产区、企业葡萄酒产品的品种单一、个性不突出。

企业:国产酒企发展“盈亏差异大”

进口葡萄酒加速进入中国市场,行业竞争格局或变。但由于渠道、品牌等因素,一段时间内国产葡萄酒仍占据市场先机。张裕通过产品线的梳理和升级,“4+1”变成“7+1”以扩大酒庄产能,在中

高档市场优势明显;随着原料基地布局完善,产能逐步释放,为收入及利润维持高速增长提供了保障。中粮酒业也在加快产品结构升级;渠道发展也在积极向张裕模式靠拢,预计渠道改革效果或在今明两年逐步体现。

几家葡萄酒上市公司中,作为龙头企业的张裕A在上半年取得了不菲的业绩,实现净利润8.77亿元,相比去年同期增加49.73%。其中高档葡萄酒增长较快,加之部分产品价格提升,致公司综合毛利率同比提高387个百分点至75.75%。莫高股份随着公司全国布局的推进,公司开始在全国市场铺设营销网络,公司销量稳步增长。

(蒲九)

文化文王贡 名品名酒风

——安徽“专家级文王贡酒”上市品鉴活动侧记

□本报华东首席记者 宗毅
实习记者 王淑芹

专家级新品8年、12年、18年进行了品鉴。

通过品鉴,专家对文王新品给予很高的评价。一致认为“专家级文王贡”新品在降度处理上是非常成功的,产品能做到低而不淡、清澈明亮、浓香突出、窖香优雅、醇厚味正、绵甜净爽、空杯留香等特点,符合目前商务和健康用酒之潮流,同时这三款产品的质量也很突出。鉴定结果受到了与会千余位经销商及嘉宾的高度赞赏和认同。中国白酒专家委员会顾问、著名白酒专家陶家驹先生对专家级文王贡的品鉴结果和产品成功上市及安徽文王集团董事长刘素敏女士给予高度评价

价,并现场赠字:“文化文王贡名品名酒风”,与会的曾祖训等七位专家纷纷签名予以肯定。品鉴会后,曾祖训先生向在场的千余名经销商及新闻界朋友等宣布了鉴定结果,得到了在场来宾的热烈掌声。

安徽文王集团董事长、中国十大杰出母亲、著名企业家刘素敏女士向与会的所有来宾汇报了安徽文王集团的成长历程,她说:“我们请大师们品鉴鉴赏的‘专家级文王贡酒’,是我们继承中国2000年酿造技术,利用我们建厂50多年来曲酒生产的独特工艺,数十位酿造专家精心研制,国内多位酿酒大师来厂指点,由几百道标准工

艺酿造而成;按照‘绵甜醇厚、窖香浓郁、甘润爽净、香味协调;入口绵,落口甜,酒味正,回味长’要求,进行反复试验、勾兑、品尝,实现了消费者口味的新要求。文王集团几十年来,坚持质量第一、健康第一、服务第一,自家酿造,每年生产浓香型白酒近万吨,并经过长期贮存,产生出无与伦比的窖香浓郁和十分厚重、甘爽美酒,受到省内外消费者的高度赞扬。成为酒界少有的坚持自家酿造、传统浓香型白酒的守门人。”

会上,安徽省人大副主任朱先发、安徽省政协副主席王鹤龄、安徽省商务厅助理巡视员李庭信及合肥市、阜



刘素敏董事长致欢迎辞。

阳市、临泉县的主要领导都对“专家级文王贡”的上市予以高度评价。来自全国的经销商及嘉宾朋友们也见证了这一盛事。