

【企业动态 QiyeDongtai】

海南椰岛年产 6 万吨保健酒二期项目开建

2011 年 12 月 28 日,海南椰岛集团保健酒生产基地(二期)项目开工,项目主要建设一号联合车间和综合楼,建筑面积约 85000 平方米,预计建设投资 25500 万元。其中,土建投资约 16000 万元,设备改造投资约 9500 万元,建成后可年产保健酒 6 万吨。

海南椰岛集团董事长助理肖竹青称,二期工程建成后,生产产能和管理水平将会有更大的提升,将会解决制约海南椰岛发展最大瓶颈,产能制约销售的问题。海南椰岛集团保健酒生产基地项目总投资 7.8 亿元,分二期建设。其中,年产量达 3 万吨的一期工程总投资 3.5 亿元,已于 2011 年 3 月 2 日竣工投产。

(一财网)

怀来投资 3 亿建设北方最大黄酒厂

2011 年 12 月 27 日,随着以张杂谷为主要酿造原料的河北省张家口怀来县北宗黄酒酿造有限公司正式开业投产,结束了北方多年不产黄酒的历史,也为张杂谷的深加工开辟了一条新途径。

怀来企业家赵日升认为,既然大米可以酿造黄酒,小米就一定酿成黄酒。去年,他组织技术力量开始研发张杂谷酿酒。经过近一年的研发,北宗黄酒酿造有限公司用张杂谷酿出了质量上乘的北派黄酒。用张杂谷酿酒,不但能有效解决农民增收不增收的问题,而且为谷子深加工开辟了一条新途径。

据了解,该公司目前已建成两条生产线,是长江以北地区最大的黄酒生产厂家,全面投产后,年生产能力将达到 5 万吨,可消化张杂谷 4.5 万吨。

(张家口晚报)

西凤酒新制酒基地项目动工

日前,西凤酒扩建技改项目制酒车间工程在陕西西凤酒集团股份有限公司新厂区正式动工。

近年来,按照陕西省委省政府打造宝鸡关天副中心城市的战略规划和宝鸡市委市政府提出的大企业、大集团发展规划和产业集群发展的思路,西凤集团确立了打造西凤酒城,建设中国北方最大的白酒生产及配套企业基地的战略目标,并于 2009 年启动了扩建技改工程。制酒车间工程是西凤集团 2011 年计划开工项目中的收官之作。该工程占地面积 30 亩,配套 880 个制酒发酵窖池。工程建成投产后,年新增原酒产量 4500 多千升,新增产值过亿元。

(潘伟朝 周娟)

近日,孔府家酒国资对外转让所持 30% 股权,欲完成“国退民进”改制。这是企业继与万基合作、与河套集团联姻后的第三次改制。此时正是其被联想洽购传闻屡屡传出之时,被外界认为“绝非巧合”。但该企业董事长等 10 名高管组团抢购股权,又使得事态发展横生枝节,孔府家酒命运显得更为扑朔迷离莫衷一是。

第三次改制 孔府家酒命途多舛前景不明

高管抱团 竞购国资股权

因联想的收购传闻,孔府家这个 10 多年前火爆一时的品牌再度受到公众的关注,随后的“国有股出售”更是使孔府家酒的未来走向成为焦点。

据北京商报报道,2011 年 12 月 8 日,山东曲阜市国有企业曲阜文化旅游发展投资(集团)有限公司将其所持的孔府家酒业公司 30% 国有股权挂牌出售,出售价为 2074.074 万元,与评估价格相同,未有溢价。而此前,联想控股连续多次接触表达出并购孔府家酒的浓厚兴趣。

虽然有业内人士认为,国资退出或许是在为联想入主铺路。但是转让公告中同时还透露,孔府家酒包括董事长邱振新在内的 10 名高管表示出竞购该部分股权的意向,令事件发展横生枝节。对此,联想控股及孔府家酒多位高层均表示“不太清楚”、“不予置评”。

有市场分析人士在接受记者采访时表示,高层抱团参与股权争夺最直接原因或许是标的价格的吸引力。以评估价格而不增加溢价对外转让,是很有诱惑的一个价格。管理层可以低价拿下这部分股权,然后将孔府家酒打包出售,这样便可以卖出高价。“如果联想控股对孔府家酒的并购欲望还在,那么入主的机会还是有的,只不过‘门票’价格将高出许多。”



孔府家酒储存车间

盛极而衰 曾沦为资本运作工具

常言道:“盛极而衰。”由于各方面的原因,孔府家酒慢慢陷入品牌迷茫和销售低谷,开始走下坡路。2003 年孔府家首次改制。承诺 3-5 年内做到中国白酒业前 10 名的万基集团以 8000 万元收购孔府家酒 90% 国有股权,并承诺投资 1 亿元分别对孔府家酒酿造技术、营销网络进行改造和重构,还规定了 3 年履约期,但实际上万基集团只投入了 3000 万元。2006 年,双方联姻宣告结束,万基所持 90% 股权重新回到曲阜市国资局手中,孔府家再度成为一家国有独资企

业,第一次改制宣告失败。当时即有业内人士评价称,万基集团进来只是做纯资本运作,企业没做好,公司资产也被转移了。

万基退出后,内蒙古河套酒业集团曾欲入主,以 3900 万元的价格收购孔府家酒厂 75% 股权,但因孔府家存在的诸多棘手问题,最终无果而终,第二次改制也以失败告终。但是有消息指出,2007 年以后,孔府家在当地政府和国资委帮助下,内部结构逐渐梳理清晰。

此次国资转让所持股权,是其第三次改制。据了解,除去国资所持 30% 股权,其余 70% 股权全部在儒诚投资有限公司手中,而此公司为一空

壳公司,实际为员工持股。

命途多舛 前景仍存变数

中投顾问食品行业研究员向健军表示,孔府家采取“国退民进”的战略步骤,实际上是希望通过企业改制盘活资金,并通过出让国有股权作为跳板,获得更大的融资规模,以帮助企业在行业内抢占更多市场份额。孔府家高层组团竞购股权可以看出其对外来竞购者持有的不信任态度,主要是由于万基集团入主酒业的目的更倾向于资本运作,而非着力于酒业的改善和发展。联想此前已通过收购武陵酒业和乾隆醉酒业彰显出其涉足白酒行业的意图,因此,联想入主或能满足孔府家对受让方业务倾向的要求,从而改善其发展情况。

但是如果事情果真如市场猜测那般,高管抢购股权目的在于打包出售,那么联想方面是否能够接受孔府家高管的“虎口夺肉”和“坐地起价”?记者分别致电联想控股新闻发言人桂琳及联想控股酒业控股公司总经理路通,但是两人电话及短信均未有回复。

收购武陵酒业和乾隆醉酒业后的联想,目前正频频接触白酒区域强势品牌。记者从消息人士处获悉,联想正在洽谈收购山东十大白酒品牌之一的文登学酒,目前已经基本谈妥;另外,还有消息称,联想控股酒业控股公司总经理路通还在秘密接触

安徽文王酒业。所以,其对孔府家酒是否还有兴趣则不得而知了。(商北)

背景链接

孔府家酒 曾经成功打出“思家”牌

孔府家酒,很多人对这个名字应该不会陌生。1994 年,王姬为孔府家酒拍摄了一辑广告,巧妙地把当时火爆的电视剧《北京人在纽约》嫁接到广告中,使得“孔府家酒,叫人想家”这句广告语尽人皆知。孔府家酒也随之风光起来,年销售额一度达到鲁酒疯狂时期的 9.5 亿元巅峰。据传,当时有经销商为提货甚至排队等上 7 天。

孔府家酒业有限公司的前身是孔府自家私酿酒坊,已有 2000 多年的酿酒历史,酿制的白酒是历代衍圣公(孔子后裔)进奉宫廷和馈赠达官贵人的专用酒。孔府家酒业有限公司是以白酒生产为主业的大型企业公司,历史悠久、驰名中外,公司率先通过了 ISO9001:2000 质量管理体系和 ISO14001 环境管理体系认证,是山东省白酒行业首家通过双认证企业。

孔府家主导产品已经形成孔府家酒(大陶)、孔府家酒(道德人家)、孔府家酒 1988、孔府家酒(儒家风范)、孔府家酒(窖藏)、孔府家酒(府藏)、儒雅香孔府家酒七大系列,产品低、中、高度兼备,高、中、低档齐全。

泸州老窖完成全年经营目标

据中国证券报报道,2011 年 12 月 26 日,泸州老窖召开股东大会,华西证券股权转让相关议案均获股东大会通过。公司董事长谢明表示,公司已完成年初制定的全年经营目标。自 1994 年上市以来,公司累计现金分红 51 亿元,是募集资金的 46 倍,未来公司将坚持分红回报股东。

“转让这部分股权后,公司将有更多的精力集中发展白酒主业。”谢明表示,自 1994 年公司上市以来,实现了快速增长,营业收入、每股收益以及市值都有较大提高。未来公司将抓住机遇发展白酒主业,股权转让获得的资金将补充主业发展需要,2012 年将加大中档产品的开拓力度。

分析人士表示,由于转让华西证券股权,预计公司投资收益较上年同期下降,2012 年华西证券股权被摊薄的风险在当年已经消化,因此对 2012 年整体业绩增速影响不大。“2005 年股改时公司已经做了三年分红承诺,实际分红政策已执行 8 年。”谢明表示,未来公司将坚持分红回报股东。

(靳军 郭新志)

2011 年 1-11 月中国出口啤酒超 2 亿升

2011 年 1-11 月,我国啤酒的进口量为 5672.48 万升,同比增长 30.8 %;进口金额达 8089.19 万美元,同比增长 51.0 %。中商情报网数据显示:2011 年前 11 个月,我国共计出口啤酒达 2 亿升,同比增长 13.1 %;出口金额达 1.19 亿美元,同比增长 15.6 %。

中商情报网数据显示:2011 年 1-11 月,我国啤酒的进口平均价格为 1.43 美元/升;出口平均价格为 0.59 美元/升。

(钟商)

美国摩森康胜公司控股河北四海啤酒

拥有 350 余年啤酒酿造历史的美国摩森康胜啤酒酿造公司近日宣布斥资约 4000 万美元入股河北四海啤酒有限公司,并控股合资公司 51% 股份。

据悉,合资组建的摩森康胜四海啤酒(中国)有限公司,将为摩森康胜在我国市场进一步发展提供良好平台,进一步扩大销售渠道,提升成本

效率、增强包装的灵活性及品牌创新性。

摩森康胜公司董事长彼得·康胜在此间表示,自旗舰产品银子弹啤酒进入中国市场 7 年来,摩森康胜公司在中国市场迅速增长,迄今已经覆盖全国 40 多个城市。银子弹啤酒也成为国内酒吧及夜店销售的三大高端品牌之一,并正以每年平均超过

30% 的速度保持增长。“合资有助于在中国这个全球最大的啤酒市场扩展业务,并把更多的国际品牌带给中国消费者。”

目前四海啤酒有限公司生产 20 余种啤酒,年产量在 20 万吨以上。通过专注于承德以及河北区域市场以及销售渠道和价格调整,四海啤酒在竞争中保持了高效运营和持续盈

利能力。摩森康胜全球总裁凯迪·亚兰德和四海集团董事长王世海表示,合作不仅有利于摩森康胜自身产品的发展,中国和美国顾客及股东也同样可以从中受益。“更加强势的营销策略和更加坚固的平台将确保高效、灵活的销售,将支持国际品牌产品银子弹啤酒等在国内迅速成长。”

(新华网)

高端白酒企业纷纷开设直营店

时近年关,高端白酒的价格接连跳涨,一个值得关注的现象是,在一片白酒涨价的风潮中,高端白酒纷纷宣布扩张直营店,意欲何为?

据楚天金报报道,日前在武汉举办的一场五粮液品鉴会上,五粮液宣布将陆续在湖北每个市县都开 1-2 家直营店,作为该企业直营店扩张计划的一部分。此前,茅台也宣布将在 2012 年新开 110 家直营店。

对此,有市场人士分析,高端白酒企业此举是为了控制价格及终端消费服务。目前,高端白酒企业的销售,依靠的是全国各地的代理商、经销商,产品从出厂到终端销售价格往往经过了层层加码。比如,茅台从出厂价 600 多元到最终 2000 元的卖价,中间就经过了流通渠道的层层加价。

该人士分析,高端白酒企业自己

开设直营店,将另辟一条销售渠道,这样一来,可以掌控终端价格的“话语权”。另外,在假酒层出不穷的背景下,直营店也能让消费者对产品更加放心。

但也有业内人士称,高端白酒企业扩张直营店,可谓“项庄舞剑,意在沛公”,虽然直营店手握价格筹码,但传统的白酒经销商靠的是大量优质客户资源。从这个角度分析,企业不

可能用直营店的低价策略来打压经销商。所以说,高端白酒企业扩张直营店,真正的目的可能是为了分羹中间环节“溢出”的利润。

此外,当前高端白酒被贴上“有价无市”、“奢侈品”、“无效限价令”等标签,因此,白酒企业扩张直营店,也是向社会表明自己维护市场价格稳定的诚意。

(胡诚)

稻花香集团驰名商标集群化战略实现重大突破

“关公坊”被国家工商总局认定为中国驰名商标

本报讯(陈曦 本报记者 许强) 2011 年 12 月 20 日,湖北省宜昌市工商行政管理局与稻花香集团在桃花岭饭店隆重举行新闻发布会,共同见证稻花香驰名商标集群化战略实现重大突破,“关公坊”被国家工商总局认定为中国驰名商标。中国食品工业协会、湖北省工商行政管理局分别致信祝贺,省工商行政管理局局长刘源超,宜昌市委副书记、市长李乐成,夷陵区委书记刘洪福出席会议并讲话。

“关公坊”起源于三国时期的“水军坊”。据关公坊酒业公司董事长秦道禄介绍,自 2002 年企业被稻花香集团收购重组以来,始终坚持以高品质为基础、以“诚信”理念为核心,品牌魅力不断彰显,企业实力大幅提升,发展势头强劲。2010 年,企业营业收入突破 12 亿元,产品已覆盖全省,并逐渐向湖南、江西、江苏、重庆等市场辐射,已有一个区域性品牌迅速成长为全国性品牌,此次获得中国驰名商标,充分彰显出关公坊强大的品牌实力。目前,“关公坊”已在日本、新加坡、蒙古及我国台湾地区获准注册。

会上,稻花香集团董事长蔡宏柱介绍了驰名商标集群化发展战略。他说,关公坊荣获中国驰名商标,标志着稻花香集团驰名商标集群化的发展取得实质性突破,不仅对关公坊的发展具有划时代意义,也极大地增强了稻花香集团打造中国白酒航母、创建驰名商标集群的决心和信心。未来 4 年,稻花香集团将在“稻花香”、“关公坊”位列中国驰名商标的基础上,加快“清样”、“林酒”、“特妙”的“申驰”工作,力争实现 5 件中国驰名商标,并将“千年缘”、“凝清”、“宏信地产”等 10 件商标培育为湖北省著名商标,同时打造 15 件宜昌本土知名商标,到“十二五”期末,使集团拥有注册商标累计量达到 300 件以上,形成 15 大驰(著)名品牌。

刘洪福在讲话中说,2011 年,是稻花香集团综合实力实现新跨越的重要一年,也是稻花香品牌竞争力大幅提升的关键一年。稻花香集团拥有“稻花香”、“关公坊”两大中国驰名商标,希望稻花香集团继续秉承稻花香精神,以实施驰名商标集群化战略



图为新闻发布会现场。

为契机,朝着“决战十二五、进军 500 亿”目标奋勇前进。夷陵区委、区政府将继续举全区之力支持稻花香集团的发展。

刘源超代表湖北省工商行政管理局向稻花香集团和关公坊表示热烈祝贺。他说,2011 年,稻花香集团可以说是“三喜临门”:成为拥有 2 件驰名商标的企业、品牌价值居中国 500

最具价值品牌“百强”、全省首家过百亿元农字号企业,在宜昌乃至全省具有标杆意义。成绩的取得,一是得益于始终坚持“市场未动,商标先行”发展理念;二是得益于明确的奋斗目标和积极有效的行动。希望稻花香进一步站在打造百年商标的历史高度,继续深入实施商标战略,打造出更多的精品名牌。

李乐成在讲话中指出,“关公坊”获得中国驰名商标,是关公坊酒业公司和稻花香集团的骄傲,也是宜昌经济社会发展的一件喜事。

新闻发布会上,宜昌市工商行政管理局局长袁红,夷陵区区长卢斌,稻花香集团董事长蔡宏柱,稻花香集团总经理蔡开云回答了中新社等媒体记者的提问。