

国家民委领导 深入华英公司 调研

本报讯（记者 李代广）近日，国家民委经济司民贸处处长张庆安一行在河南省、信阳市民委负责人的陪同下深入河南华英农业发展股份有限公司调研，潢川县副县长刘玉峰、华英公司董事长曹家富陪同参观。

张庆安处长一行实地参观了华英公司加工三厂，详细了解了华英清真食品生产情况及企业发展规划，对华英公司近年来所取得的成绩给予了充分肯定。

张庆安指出，清真食品属于特殊的食品，涉及穆斯林群众的民族习惯和宗教感情，企业要不不断提高对清真食品的认识水平，规范生产经营活动，确保清真食品生产质量安全，进一步提升民族特需品附加值，做大做强企业，在满足少数民族群众生产生活需要的同时，使民族企业经济效益和社会效益获得双丰收。

浏阳河酒业 对赌“中金” 谋上市

承诺 2014 年利润达 6 亿



日前，浏阳河董事长彭潮接受记者采访时透露，已经获得中国国际金融公司（简称“中金”）25 亿元、湖南创投 35 亿元、景林资产、费伦资本等其他投资机构 4 亿元的投资，是白酒行业单笔引进资金最大的公司。但同时他也表示，中金和湖南创投入股浏阳河的代价非常低：机构入股前酒业总盘子评估价值 324 亿元，机构入股后占股 36.5%。这相当于浏阳河的股价打了 5 折给投资机构。

股权折价融资的背后，是浏阳河近年来一直在下滑的经营业绩：2008 年浏阳河销售收入 13 亿元、2009 年 12 亿元、2010 年 7 亿元。有位经销商向记者透露，2011 年初底断了货，原因是浏阳河资金出了问题。当记者向中金佳成总经理刘钊问及浏阳河目前的盈利情况时，他说，“现在还谈不上。”

1998 年，中商集团董事长彭潮把浏阳河酒厂买断，目前浏阳河酒类资产主要包括：湖南浏阳河酒厂、湖南浏阳河国际名酒城有限公司、湖南浏阳河酒业有限公司等 9 家公司。2006 年的时候，中商集团开始启动浏阳河国际名酒城项目，计划总投资达 17.5 亿元，白酒年产量 10 万吨的项目，传言以 1.5 亿元的价值计入酒类总资产。

浏阳河总裁王鹏辉透露，所融资金中，有 7 亿元重启全国销售网络，另外还计划继续投资名酒城。中金等投资者得到的，远远不只因资金问题而折价的股权，还有原股东保证投资收益的承诺。

湖南创投董事长刘少君称，浏阳河向投资机构承诺，到 2014 年销售额达到 20 亿元、利润 6 亿元，并在 2015 年前上市。如果未来净利润低于约定数额，控股股东就要用股份抵差额补偿机构投资者；增资款到位后 4 年内不能上市，机构投资者有权回售股份，回售价格按年化收益率 20% 计算，如果有分红和股权补偿，则抵扣回售款。

（李健乔）

被业界誉为外资并购中国白酒第一案的帝亚吉欧集团对水井坊要约收购，历时两年之后，于近日有了重大进展，公司公告称，收到证监会批准要约收购，根据计算，此次收购所需资金最高将超过 63 亿元。要约收购期限自 2012 年 3 月 26 日至 2012 年 4 月 24 日。专家表示，帝亚吉欧入驻水井坊，对公司全球性销售将起到帮助作用，但无法实现在短期内提升业绩的目的。

帝亚吉欧要约收购水井坊 国内酒企 借海外“跳板”起飞

据报道，当国内白酒巨头纷纷将视野看向国外时，一桩外资并购国内名酒企业案也有了结果。从 3 月 21 日宣布证监会批准 SHHBV 对水井坊要约收购，到 3 月 22 日正式发布收购要约价格，水井坊被外资帝亚吉欧“吃下”一事伴随要约实施公告的发布终于迎来了黎明的曙光。

但可能机缘不佳，帝亚吉欧要约收购水井坊，正值高端白酒市场在削减三公消费的禁令声浪中。3 月 26 日，水井坊公司股价收于 25.08 元，至 28 日，则收于 23.07 元，以总股本 4885457 万股计算，两日内公司已蒸发近 10 亿市值。

“高端白酒的消费人群定位决定了在这样的禁令面前市场肯定会受到影响，而且很大。”知名品牌营销专家于斐分析，而对于水井坊总经理此前对媒体公开表示，希望在 5 年内令国际市场占销售量比重上升至 40% 的布局，于斐认为“不太可能”。

收购尘埃落定

据水井坊表示，公司在 3 月 21 日发布公告称公司第一大股东四川成都全兴集团外方股东 DiageoHighlandsHoldingBV（以下简称“DHHBV”）将自 2012 年 3 月 26 日起向除全兴集团以外的本公司全体股东发出全面收购要约。



另外，公告还表示，水井坊此次要约收购系因 DHHBV 受让盈盛投资（全兴集团中方股东）所持全兴集团 4% 的股权而触发，要约收购价格为 21.45 元 / 股，要约收购期限自 2012 年 3 月 26 日至 2012 年 4 月 24 日。

而对于要约收购的目的，公告显示，本次股权转让完成前，盈盛投资和 DHHBV 分别持有全兴集团 51% 和 49% 的股权。为增强双方在中国白酒行业的合作，DHHBV 同意受让盈盛投资持有的全兴集团 4% 的股权。全兴集团已于 2011 年 7 月 4 日在四川省成都市工商行政管理局办理完毕与

本次股权转让有关的工商变更登记手续。目前，盈盛投资在全兴集团的持股比例已由 51% 降至 47%，DHHBV 在全兴集团的持股比例已由 49% 升至 53%，从而成为全兴集团的控股股东，并通过全兴集团间接控制水井坊 39.71% 的股份。

要约收购 2.95 亿股

公开资料称，帝亚吉欧集团产品覆盖蒸馏酒及啤酒、葡萄酒等，拥有多个知名品牌，此次牵头进行水井坊收购的，是旗下一家间接投资控股公

司。据了解，帝亚吉欧与水井坊联姻一事整整耗了两年的时间，从 2010 年公布《要约收购报告书》至如今的正式获批，帝亚吉欧对水井坊股东的全面要约收购终于因证监会的放行而开始实施。

据公司公告显示，本次要约收购股份包括除全兴集团所持有的股份以外的水井坊全部已上市流通股，共 294549254 股，占总股份的 60.29%。按照 21.45 元 / 股的要约价格，水井坊所有其他股东如果接受此要约价格，那么帝亚吉欧将支付 63.18 亿元。

而对于拥有强大股权的帝亚吉欧在未来是否会因对水井坊的控制权的加大而影响水井坊的命运呢？对此，水井坊也在公告中给予了风险提示和要约收购规定。

对此，公司表示，尽管本次要约收购不以终止水井坊上市地位为目的，水井坊将面临股权分布不具备上市条件的风险。如本次要约收购导致水井坊股权分布不具备《上交所上市规则》项下的上市条件，且收购人未提交股权分布问题解决方

水井坊“出国”有了新“跳板”

对于帝亚吉欧收购水井坊一事，在外界看来无疑对水井坊的海外推展有极大的帮助，未来海外扩张前景广阔。对此，水井坊的高层也一直把海外扩张作为公司的一大战略。

早前，水井坊董秘张宗俊接受《证券日报》记者采访时表示，水井坊出口的收益率要高于内销，“出口价格低于国内价格，但是公司不承担所有销售费用，出口收益率高于内销”。对此，白酒专家铁犁对记者也表示，“帝亚吉欧入驻水井坊，对公司全球性销售将起到帮助作用，但是对于业绩的提升短期内是无法实现的。”

（郑 阳）

【延伸阅读】

金六福东家携手轩尼诗

无独有偶，金六福也“傍”上了洋东家。记者 4 月 4 日获悉，法国酩悦轩尼诗酒业集团已与金六福的东家华泽集团签署战略合作协议，合资建设葡萄酒庄。双方将共同成立合资公司酩悦轩尼诗香格里拉（德钦）酒业有限公司，其中华泽占 30% 股份，酩悦轩尼诗公司占 70% 的股份。不过对于具体投资额，双方都拒绝透露。双方将合作开发一块约 500 亩的葡萄种植园。

（京 华）

江苏省政府公布 第七批省级文物保护单位名单

洋河酒厂地下酒窖名列其中

本报讯 近日，江苏省人民政府同意并公布了省文物局提出的第七批文物保护单位名单，江苏洋河酒厂股份有限公司地下酒窖名列其中，这对进一步提升企业品牌文化具有重要意义。

洋河酒厂的百年地下酒窖是洋河酒文化的重要标志，被业界誉为

“白酒的地下宫殿”。这里不仅承载着陈年白酒醇厚的窖藏风味，还记录了一个时代的酿造文化和百年洋河厚重的酿酒历史。洋河酒厂拥有多个地下酒窖，目前对外开放的是第九号小窖器地下酒库，现已作为企业工业旅游的一个重要景点。

江苏省政府在通知中指出，加强

文物保护是深入实施文化建设工程、大力推进文化强省建设的重要任务；各地要切实保护好文物保护单位的保护工作，加快建设优秀传统文化传承体系，为全面建成更高水平小康社会、奋力开启基本实现现代化的新征程作出更大贡献。

（洋 宣）



60 载继往开来 古城再创辉煌(上)

□ 徐延华 胡慧敏

这里曾演绎着“千峰骆驼走奇台，百辆大车进古城”的盛世奇景。这里有“金奇台”与“旱码头”的美称。

这里是“汉文化和酒文化的发源地”。

这里被响亮地称为“中国五都·新疆奇台”；这里是煤都、粮都、龙都、俪都、又有酒都，有人说奇台的历史是蘸着酒香写就的，这便将奇台酒的历史追溯到了 600 年前……

作为中国驰名商标的“古城”品牌，是中国文化名酒和中国历史文化名酒、国家级工业旅游示范点、中华老字号、自治区农业产业化重点龙头企业，属自治区非物质文化遗产、文物保护单位的新疆第一窖古城酒业有限公司，她的前身是奇台县国营奇台白酒厂。据史料记载，明永乐初年（1403 年）陈诚的《西域番国志》中就有奇台一带“间食米面、稀有菜蔬、小酿酒醴”的记载，距今已有 600 多年的历史。自 1952 年公私合营为奇台白酒厂，1998 年后，经两次改制，迄今已走过 60 载风雨历程。近年来，古城酒业凭借着悠久的酿酒历史、独特的民族传统酿酒技艺、丰厚的地方文化底蕴和地区品牌影响力，经过多年

持续科学稳健经营，其产品销往福建、海南、上海、南京等地，产销均以 30% 的速度递增，是深受老百姓喜爱的品牌，其消费者满意度位居全疆之首。

创新营销，增效益

古城酒业作为新疆白酒行业的领航者，以创新营销模式为出发点，争取效益的最大化。一是率先提出“弘扬酒文化，开拓酒市场，发展地域经济”的全新理念，推行“用‘智’启动市场，用‘力’拉动市场，用‘情’激活市场，用‘品’征服市场的营销理念”，提出“中华老字号·新疆第一窖”的品牌战略，提出“扩奇木、拓喀什、取昌吉、夺乌市、进关内”的营销思路，瞄准乌市为商业集散地，确立了以乌市为鹰身的“雄鹰”发展计划，相继成立乌鲁木齐营销分公司、喀什分公司、克拉玛依分公司、海南、南京、上海等分公司，加大了市场开发力度。并以“限低、推中、托高”的战略目标，在巩固和加强成熟市场的同时扩大新市场占有率。二是在品牌的管理上，利用古城清香酒的独特传统工艺技术，开发清雅型产品，凸显个性；加大对知识产权的保护，巩固品牌形象，加大维权力度。

在市场竞争激烈的当今，随着“古城”牌商标知名度的不断提升，产品的市场占有率不断扩大，一些不法分子无视国家法律法规，公然生产和销售假冒和仿冒“古城”牌系列白酒，致使“古城”牌商标专用权受到严重损害。为此古城酒业在乌市营销中心专门设立打假办。为保证维权打假工作顺利开展，打假办成立后，以乌市为中心，覆盖全疆市场，配合工商、公安开展维权打假工作，在最短时间

以文兴企，树品牌

“世界上一切资源都可能枯竭，只有一种资源可以生生不息，那就是

文化。”古城酒业董事长周文贵曾经说过这样一句话：企业文化就是一个企业的灵魂，一个企业要想做强、做大，就要不断挖掘它的文化。为了向人们展示古城酒文化的渊源与魅力，古城酒业进行了不断的探索、挖掘和实践。

不论是做品牌还是做销售，都离不开品牌的传播。古城酒业自 1998 年改制以来，一直把“古城”作为自己的品牌来建设，并坚定文化能够为品牌助力，为企业发展插上腾飞的翅膀。改制 14 年来，古城酒业先后成功举办了“古城”杯有奖征联大赛，共收到全国 30 多个省市、自治区及我国香港、澳门等地作者的 8000 余副对联；首届新疆酒文化、酒市场研讨会；新疆首届酒文化节暨六百年大庆和新疆周年汉文化研讨会、“新疆第一窖杯”征歌、征字、征文大赛；在乌市举办第三届奇台人联谊会；连续五年在九九重阳节举办储酒文化节、启动古城大爱基金、成立储酒银行等，用一种创新的理念和思维不断丰富文化建设，用文化活动架起与消费者之间联系、沟通的桥梁，整合有效资源，实现资源共享，渠道共享，让更多的人享受文化建设带来的成果。先后出版《古城酒香六百年》、《古城岁月》、《杯酒人

生》、《对酒当歌》一书及《古城风采》报 31 期。2007 年，出资创办新疆企业中第一家纯文学刊物的“古城文学社”，其刊物都走在疆内各类文学的前列，出版的《古城文学》已出版 16 期，此举不仅提升了企业文化品位，又为奇台的文化事业作出了贡献。做这些事的同时也为提高企业的文化含量，增强企业文化的品牌，使文化的竞争力表现在方方面面，为企业发展助力。同时，古城酒业与高端媒体合作，分别在央视 2 套、5 套、7 套等频道以及南航 37 架飞机上做宣传，以现代文化引领企业发展。从而使“古城”的知名度、美誉度不断提升，取得骄人成绩。古城酒业在做好“古城”牌注册商标的管理基础上，积极开展商标跨类别，跨行业商标注册申请注册工作，目前已获得商标专用权的注册商标设计及 14 大类 43 件，申请办理并获得国家商标局受理的商标涵盖 45 个类别 80 个商标，获外观设计专利 20 项。“古城”注册商标通过马德里国际注册，同时在中亚五国申请注册；在新加坡及我国香港、澳门、台湾申请注册均获得商标专用权，实现了知识产权跨类、跨境保护，这对将来产品出口及生产和销售奠定了基础。

（待续）