

塑化剂风波 在白酒业中持续“发酵”

■ 本组稿件采写 郑道森 吴敏 王锦 刘国锋

26 日记者从酒鬼酒获悉,公司所有生产线将于即日起全面停产,待更换设备后再恢复生产。公司方面还表示,目前并没有产品召回的计划。

对于国内酒业相关协会来说,因为去年就查出有塑化剂的问题,至今一直是在秘密地进行自查自究,这种自查自究,远不如制定相关严格的行业标准进行管理来得实在。无疑,一场在中国白酒业中的塑化剂风波,正在持续“发酵”!

A. 目前公司其他生产线均已停产



媒体送检的酒鬼酒正是这一种。经销商猜测,这一举措或是召回的先兆。

对此,夏心国明确表示,公司尚未有产品召回的计划。“不召回的原因是想集中精

力把风险排查和整改工作做到位”,夏心国说,“公司方面已经派出大量销售员工去跟经销商沟通,大部分经销商也都能理解”。

一些经销商表示,塑化剂事件发生后起

酒鬼酒市值蒸发近 30 亿

塑化剂风波的主角酒鬼酒 26 日继续跌停,并拖累整个白酒股走势。两个跌停后酒鬼酒市值蒸发近 30 亿元,而整个白酒板块在过去 8 个交易日内则为此蒸发了 500 亿市值。

周一开盘的酒鬼酒再度开盘跌停,收报 38.54 元,全天亦只有这一个成交价。成交明细显示,酒鬼酒仅在开盘集合竞价过程中有大量成交,随后成交稀疏。

在 38.54 元的跌停价位上,收盘时卖单仍有 72.8 万手,较盘中高峰期略有减少,但 these 卖单市值仍有 28 亿元,而其全天成交仅有 1549 万元。

深交所盘后的交易公开数据则显示,周一的酒鬼酒交易中不再有机构投资者参与。买入居于前五位的 5 家营业部买入量从 38 万至 157 万不等,而日前脱手酒鬼酒股票的则仅有 4 家营业部的投资者。

酒鬼酒的下跌也带动了整个白酒板块下行。在其他白酒股中,沱牌舍得 26 日跌 5.69%,伊力特、金种子酒跌幅均超过 4%。

B. “塑化剂”风暴殃及中国白酒业



动撤架,货品如何处理则需要进一步跟厂商沟通。

记者致电酒鬼酒客户服务热线时获悉,目前公司仅接受被检测出塑化剂超标款产品(50 度酒鬼酒)的退货,其他产品不接受退货,并表示其他产品不存在任何质量问题。

与退货压力相比,更让酒鬼酒担心的则是由于消费信心受损而带来的销售压力。酒鬼酒北方营销中心某大区负责人张先生坦言,短期内公司产品销售肯定会遭遇压力,相信随着时间的推移,市场会再次理性地看待这个问题,销售将恢复正常,但需要时间。

然而当前白酒行业趋于白热化的竞争格局或不会给予酒鬼酒充分的“缓冲时间”,众多竞争对手可能趁势抢夺酒鬼酒的客户和市场份额。

酒鬼酒某省销售负责人江先生表示,今年经济形势下滑,使白酒行业整体销售面临压力,“塑化剂”危机发生后,肯定担心公司产品在该省市场受到地产酒的冲击,从而发生客户或消费者被竞争对手抢走的情况,“将加大挽救和弥补的力度”。

产品下架、销售受损必将对酒鬼酒未来的业绩造成影响,酒鬼酒今年前三季度净利润增长 433% 的靓丽成绩单未来一段时期

或许难再现,分析师们也纷纷调降对酒鬼酒的评级。

瑞银证券王鹏认为,受此事件冲击,酒鬼酒未来如何回避“含塑”压力而继续推动销售将是较大难题。此外,公司可能面临已售酒品的退货压力,以及现有存货“除塑”所增加的成本,预计未来公司将面临降价滞销带来的费用率上升和成本走高的压力。

而对于塑化剂风波对酒鬼酒的真正影响,一家知名酒业商贸公司负责人对记者表示,“本身这个牌子就不是很厚实,比起那些大品牌来可以说有点弱不禁风,能不能够经受住冲击谁也不说准。”

全行业影响尚待观察

尽管“涉事”的仅有酒鬼酒,但中国酒业协会关于“白酒基本上都含有塑化剂”的说法还是使得整个白酒业或多或少受到了该事件的殃及。

北京宣武门附近某大型超市的酒类专柜工作人员称,塑化剂事件还是给酒类销售带来了一定影响,“有顾客来看茅台、五粮液,我们都说没问题,有照常买的,但也有看了之后觉得心里膈应不买的。”

北京锦绣大地物流港某知名品牌白酒旗舰店工作人员也表示,塑化剂事件发生后,店里的白酒销售受到了一定影响。

酒鬼酒重庆销售负责人宋先生也对记者说,2012 年整个白酒市场已表现出萎缩,预计塑化剂事件将对白酒行业整体有一定打击。他介绍,沿海发达省份更容易接受“白酒伤身、红酒养身”等观念,内地市场则以消费传统白酒为主,但“预计都会受到影响”。

不过,也有一部分渠道商表示,除了酒鬼酒之外的其他白酒销售并没有受到太多影响。物美和家乐福相关人士都表示,从销售数据上目前还看不出来该事件对白酒销售的影响,因为当前还没有完全进入白酒的销售旺季。

河南喜洋洋酒业有限公司张常贤认为,这是一个个体事件、不是行业群体事件,白酒品牌很多、可选择余地较大,酒鬼酒是一个区域性品牌,销售规模在中国白酒业几乎可以忽略不计。

数据显示,2011 年中国白酒实现销售收入 3746.67 亿元,实现利润 571.59 亿元。酒鬼酒 2011 年实现销售收入 9.61 亿元,实现利润总额 2.03 亿元。

郝鸿峰也称,从酒仙网近期的销售数据来看,除了酒鬼酒受冲击之外,别的并没有受到明显影响,“酒鬼酒是地方名酒,占酒仙网销售比例比较低。这个事件即使对白酒业有影响,也是有限的、暂时的;从长期来看,对推动白酒行业的健康发展是一件好事。”

此前接受央视采访时,酒鬼酒总经理夏心国表示,初步锁定塑化剂可能肇事的三大“元凶”:包装线上的小塑料管、塑料酒瓶盖,以及曾临时使用的塑料输酒管。

26 日,记者在酒鬼酒公司工作人员的陪同下进入车间实地探访。在成品酒包装车间,几条生产线中,只有一条正运转,正在包装 55° 酒鬼酒。记者发现,自动灌装的机器中,有一些塑料导管,酒瓶塞也是塑料材质。

此外,在原料预处理车间,高粱等原料在池中浸泡,池底是不锈钢材质。浸泡结束后,这些原料将被送往另一个车间进行糖化,这一过程中,覆盖在原材料上的是麻布和草垫。此后,这些原料将密封在酵泥中进行发酵,发酵的过程也不会接触到塑料。工作人员介绍,在经过数十天的发酵之后,原料将进行蒸馏。记者在现场看到,蒸馏的容器是金属制成,收集酒液的管道,以及接酒桶也都是不锈钢质地。上述车间都在正常生产。

对于该生产线为何未停产,夏心国未予正面回应。他表示,目前公司其他生产线均已停产,仅剩的这一条也将于今日停产。今日停产之后,灌装机中的小塑料导管将更换成不锈钢材质的,目前这一材质的导管已在定制当中,未来塑料瓶盖也有可能换成软木塞。

目前暂无产品召回计划

在酒鬼酒公司的所在地湖南省湘西自治州,多位经销商称,酒鬼酒公司曾派人摸底经销商手中 50° 酒鬼酒的存货量,此前被

一场突如其来的“塑化剂”风暴,给这个本该平静度过的白酒消费小淡季带来了轩然大波,也吹开了酒鬼酒乃至中国白酒业本来坚固无比的“护城河”。非人为添加也好,不超标也罢,经过几日的起伏沉淀,各方关注的焦点已经从事件本身进化至更深层的部分:在白酒景气度已大不如前的背景下,“塑化剂”事件会给酒鬼酒乃至中国白酒业带来何种影响?中国白酒是否仍具备投资价值?

带着这些问题,记者走访了包括消费者、商超、经销商、酒企、分析师、业内专家在内的白酒产业链上各相关人士,以还原客观事实。

酒鬼酒销售体系受创

“我们刚把酒鬼酒都撤了,即使想买也暂时不能卖,你没注意报道吗?”对于记者对酒鬼酒的询问,百盛购物中心白酒专柜的工作人员“好意”提醒。

尽管两道道歉并表示产品符合国家相关标准的要求,但卷入“塑化剂”风波的酒鬼酒当前的销售体系将毫无疑问地受到重创。

物美集团相关人士 22 日曾对记者表示,自 21 日起物美已经主动将几乎所有的酒鬼酒产品下架,并可以接受消费者的退换货。像百盛购物中心和物美一样,近期全国各地主动撤架酒鬼酒的商超队伍正在壮大。

而逐步兴起的白酒电商渠道,比如京东商城、酒仙网、1 号店等,似乎一夜之间均无酒鬼酒任何产品在售。酒仙网总裁郝鸿峰表示,基于酒鬼酒的负面报道,酒仙网决定主



评论 |

酒鬼酒:重建消费者信心长路漫漫

■ 张彬

从 26 日起,被曝塑化剂严重超标的酒鬼酒所有生产线全面暂停生产。停产之后,酒鬼酒灌装机中的小塑料导管将更换成不锈钢材质,目前不锈钢材质的导管已经在定制当中,未来塑料瓶塞也有可能换成软木塞。此前,酒鬼酒总经理夏心国接受采访时说,可能造成塑化剂超标的三大“元凶”是包装线上的小塑料管、塑料酒瓶盖,以及曾经临时使用的塑料输酒管。在初步锁定造成塑化剂严重超标的“肇事者”之后,酒鬼酒全面停产,更新设备,这个举动算是比较及时,这样的做法能否让消费者重建对酒鬼酒的信心?

重建一个企业的信心是非常难的事情,这次塑化剂事件我们给公众的感觉有两个方面,一个是某种程度上,他们反复强调是在具体环节当中出现了问题,而推卸了自己企业应该负有的责任。酒鬼酒现在查出来大概有三个层面可能会造成塑化剂超标,一个商品你从生产环节到流通环节直到销售环节,任何一个环节保证产品质量都是企业的责任,这一点上酒鬼酒难辞其咎。

另一方面,从我们酒业相关协会来说,因为去年就查出有塑化剂的问题,至今一直是在秘密地进行自查自究,这种自查自究远不如我们制定相关严格的行业标准进行管理来得实在。酒鬼酒虽然现在在目前态

度是积极的,但是具体整改的措施我们还要看它具体的一些步骤。

酒鬼酒是这样,其他白酒企业呢?有没有进行更加严格自查,来直面这种行业的缺陷?这是必须的,塑化剂在国际社会也是禁止添加在食品类里面的,大家可能还记得去年在我国台湾地区的塑化剂风波引出台湾的食品行业的一次整顿和清理,现在你到台湾去旅游的话,你会发现所有的、哪怕路边卖包子的摊都会挂出一个由台湾卫生部门贴出来的塑化剂检测标准等等。目前酒鬼酒这种风波看似是一个品牌的问题,其实让我们对所有的白酒都产生了疑问,同时甚至引申出我们对其他食品的监管是不是全面、及时和到位。

►► [上接 P1 版]

推倒“金字塔”
让员工参与公司治理

7 天连锁酒店 试水美式企业管理

我们模拟这放羊式管理,对于一个大的羊群来说,或者连锁店上千个店长长说,我需要管的是领头羊。牧羊人会用鞭子指挥领头羊走正确的路,不走正确的路,就用鞭子抽。领头羊走正确的路之后,绝大部分羊都会跟着领头羊往前走。有一些落后的、跑不动的、或者身体有问题的、或者意愿上有问题的,也用鞭子抽它。但是需要我管的就比较少,只要在店长群里面不断找出领头羊,让大家向他学习,用管理和激励手段,不断地去鞭策后进的,这样就可以驱动上千名店长,都往一个方向去发展。把单店的经营利润最大化,公司的整个管理结构就比较简单,而且没有层层金字塔式的管理了,也就不需要区域执政官来承担业绩指标。

记者:你们现在有多少个执政官?多久选举一次?

郑南雁:全国大概 60 个,每年选举一次。但是,并不是每个城市都设执政官,有些是几个城市才设立一个执政官。并且执政官本人也担任某个店的店长,他只是兼职的。当然,有些大区由于规模庞大,现在逐步也有专职的执政官。

记者:区域执政官效果、利弊如何?

郑南雁:我们知道,公司里面,看问题的角度、利益的矛盾是永远存在,是解决不了、不能改变的。但是,通过公开选举,就能做到信息公开,争取更多人支持,不会形成派系,相对会抑制长期产生官僚主义的中间层结构。从人力资源及办公成本上来说,也是一项很大的节约。如果采用大区总经理制,7 天在全国 200 多个城市,怎么也要设 20 个分公司,才能覆盖全国的区域。每个分公司至少有五六个人,全国就要配上百名区域管理人员,以及 20 个办公室。我们只有 60 个执政官,就做了区域的协调,避免了传统组织结构里面一些市场反应慢、效率低、腐败等现象,同时保留了我们想要的单店店长的经营能力。

立委:企业里的“议员”

记者:公司立法会和立委又是怎么回事?

郑南雁:刚才我们谈到,放羊式管理能否搞好,与单店店长的经营能力是息息相关的。要发挥单店店长的经营能力,那么制定公司政策的过程中,就必须征求店长的意见。以前我们不注重这一点的时候,总部制定一些自认为比较好的标准和标准,店长实际上不认可,最后打消了店长的积极性。为了消除这种信息不对称性,我们设置了公司立法会,由 12 个立法会委员组成,专门听取店长的意见,每月到公司总部开会,根据市场信息调整公司政策。

记者:但是,我们看到在很多民企中,下属并不敢真正把内心深处话说出来,立法委员能保证吗?

郑南雁:立法委员每一年换一届,选出敢做主、敢发表意见的人。如果不敢发表意见,代表不了店长,恐怕换届就会落选。立法会每一月开一次,立法会就像人民代表大会一样,与总部管理人员一起,集中讨论问题,最后做出决策。总部各部门制定的政策,也必须在立法会上讨论通过才能下发执行。这样,就发挥了店长的参与性,使公司政策不偏离市场的要求,不是凭某一两个感性认知、没有经过市场检验就制定一些政策。立法会从 2008 年开始,公司很多重大的政策调整和制定,都是通过立法会最终研究通过发行下去的,而且最后店长都很满意,从结果上也可以证明,这些政策是符合市场规律的。

记者:制定比较大的政策时,立法会怎么发挥作用,举个例子?

郑南雁:比如说刚才分店的奖励模型,我们是按照各分店利润增长率和入住率同比增长来考核店长的。今年做了一点调整,原因就是原来老店和新店就没有分得很清楚。新店基数低增长快,老店基数高增长慢,这就会造成老店觉得不公平。今年经过立法会讨论,判断觉得不公平,就把原先的模型停掉,直接讨论一个对新老店进行区分的模型在全国实施,现在第 2 季度奖金都已经全部兑现了,大家基本上都说现在的奖金模型很好。

记者:7 天的西式民主治理方式引入企业,您觉得成功了吗?

郑南雁:我们试验执政官、立委制度,这是一大管理创新,我们还在尝试中,取得了进展,但不敢说已经取得完全成功。

遗失启事

向荣萌,身份证 510812199305113621 遗失。特此声明。