

# 白酒企业老板:需深刻反省 痛下决心

■ 苗国军

白酒行业进入了理性发展的轨道,这是好事,产品讲品质,讲性价比,渠道讲精耕细作,讲动销,帮经销商卖货,让经销商赚钱,这是正道;还指望过去的招商式增长,简单库存累计式增长,只能说明企业还没有认识到行业不可逆转的变革的趋势……日前和一个行业资深人士聊起对河南一名酒操盘手的看法,说是很多人不看好,原因是业绩不好,下滑很严重,我又问了一些具体策略,说是全面转向动销,过去去库存很大等等。

我谈谈我的看法:

1、过去十年所谓白酒的黄金十年是疯狂的十年变态的十年,整个行业在挖社会主义的墙脚,把纳税人的钱通过灰色交易变成了酒厂的利润,很多酒企的利润高得吓人,白酒行业的社会价值有这么大?凭什么可以获得如此超额利润?这样的增长本身就是不可持续的。

2、过去的增长基本建立在库存的简单累加上,经销商,零售商,团购商等等都有大量库存,为何敢于库存,因为年年涨价,为啥年年能涨价,因为灰色交易的市场大量存在,只要有点权的有点人脉资源的基本是全员卖酒!某个百亿的酒企渠道上有几十亿的库存,一个河南大商那里各个名酒总库存将近两个



亿,某地级市单个名酒的库存就超过3000万。河南这个名酒厂前几年的增长有多少库存,自己心知肚明,轻则30%,重则50%。现在整个渠道都不压货了,光市场的存货消化完不要一年也要半年,凭什么增长?

3、费用的使用:酒厂大都采取货补政策,更加重了渠道的库存,经销商卖到最后利润

全是货,费用使用监管不严,导致经销商套取费用,厂家睁只眼闭只眼,最后费用都套走了,现在一堆库存,过去的费用又全花完了,让人家怎么办?

4、新接手的人,接到手里的市场不是百废待兴,而是千疮百孔!库存不消化,经销商没信心,新的销售额如何产生?消化库存又需

要费用支持,没有新的销售额,哪来费用支持?可想而知,这个操盘手面临的局面有多么艰难!更难的是还要背这个黑锅!

5、出来混早晚要还的!厂家当时那么多销售额,那么多回款,给市场造成那么大的库存,今天必须有人来埋单,但不是现在的操盘手来埋单,也不应该让人家去埋单,而是老板来埋单!很多企业问题就出在老板想不明白,过去的操盘手或者利益集团不愿意埋单,结果就让新的操盘手埋单,最后是谁都不敢揭开库存巨大,不动销,费用巨大的黑洞,错过了行业调整的机遇。这更是雪上加霜。

6、白酒行业进入了理性发展的轨道,这是好事,产品讲品质,讲性价比,渠道讲精耕细作,讲动销,帮经销商卖货,让经销商赚钱,这是正道,还指望过去的招商式增长,简单库存累计式增长,只能说明企业还没有认识到行业不可逆转的变革的趋势。

易经六十四卦之天雷无妄卦:象曰:动而健,刚阳盛,人心振奋,必有所得,但唯循纯正,不可妄行。无妄必有获,必可致福。运动不息,方能生生不息;遵循规律,必将有所收获。

期待这个名酒企业的老板能够认识到自己面临问题的严重性,并痛下决心,做好品质,做好动销,支持好新的操盘手!时代变了,过去的一套不行了!只有与时俱进,才能有出路,才能有发展!

## 中国茶,好喝!

“先闻香,再分三次将茶慢慢喝下去,让茶充分接触舌头上的味蕾……”在本届冬季达沃斯论坛会场内,有一个特别的区域,摆放着中式古典家具、各种茶叶和品茶器具,播放着幽雅的中国古典音乐。这里就是天津代表团设立的天津茶艺展示区,来自天津海雅茶园的陈玉珍、任爽二位茶艺师优雅地冲泡着茶叶,并用英语向各国嘉宾介绍中国茶文化。

“这真是一次难忘的经历,在会议讨论之余,坐下来细细品味几杯香气四溢的中国茶,是再好不过的了。”来自委内瑞拉的企业家罗德德里格边品茶边向记者说道,“这里能够让人彻底放松下来,就好像整个世界都会随之改变。”

“中国茶,好喝!”“感谢你们提供的休憩时光,我感觉非常好。”“中国的饮茶方法真美!”……卷轴式的留言簿上,写满了嘉宾们的感受。

陈玉珍告诉记者,她们特意从国内采购了上好的大红袍、西湖龙井等几大名茶带到达沃斯,通过茶艺表演,让平时常喝咖啡和袋泡茶的外国嘉宾了解中国茶的不同种类、冲泡方法和功效,还有温度、时间以及器皿使茶产生的微妙变化,使之真正品味到中国茶的魅力。

## 白酒行业涉足微电影 植入广告传播宣传品牌

时下最流行的一种宣传媒介——电影已经开始在各个行业传播开来,白酒行业也不例外,在电影中植入广告,不仅减少了客户对单纯广告的反感,反而更加吸引了更多的人来观看,在人与人交流中也无形地传播了其宣传品牌。

但,企业的微电影最终是为其背后的品牌所服务的。

正如营销策划人刘西方所言,微电影应

该是传播自身品牌、建立品牌与消费群之间的沟通媒介并由此达成品牌提升之目的。

而且,微电影作为载体是十分适合进行品牌植入的。它采用了一种更加柔和的方式,融入故事本身叙事风格,使观众在潜移默化中接受企业品牌。对于品牌主来说,如何将品牌“植入人心”,将庞大的点击率和转载量转化为有效的市场反应,更为重要。

刘西方曾在微博中这样点评时下微电影热。“微电影热,酒业狂追。有人胆小植入太浅成杨白‘捞’;有人胆大广植入成广告片;有人打着微电影的名行广告专题片之实;有人植入不自然;还有的为业外品牌做植入,自己的还没别人的好、自然。”

他认为一个好的微电影,不但要有好的情节主线,还要自然融入,不能急于求成。

## 巧喝乌龙茶半年降 36 公斤

喝乌龙茶能让一个人在半年内体重下降36公斤,并且成功地摆脱了三高(高血压、高血糖和高血脂)的纠缠,你相信吗?近日,台湾某杂志介绍了美国人史蒂芬成功的减肥经验,让人们对乌龙茶的健康功效刮目相看……

乌龙茶也叫青茶,是一种半发酵茶。它综合了绿茶和红茶的制法,品质介于二者之间,既有红茶的浓郁,又有绿茶的清香。乌龙茶中含有大量的茶多酚,可以提高脂肪分解酶的作用,降低血液中的胆固醇含

量,有降低血压、抗氧化、防衰老及防癌等作用。

台湾成功大学医学系教授张智仁最近发表在《肥胖期刊》上的一项研究指出,经常喝乌龙茶的人,身体质量指数和脂肪含有率都比少喝的人低。而且,女人减肥的效果比男人显著。

张教授解释,这是因为乌龙茶同红茶及绿茶相比,除了能够刺激胰脏脂肪分解酶的活性,减少糖类及脂肪类食物被吸收以外,还能够加速身体的产热量增加,促

进脂肪燃烧,尤其是减少腹部脂肪的堆积。

史蒂芬的减肥经验是,三餐前后都要喝一杯乌龙茶。张教授提醒大家,最好喝热茶,不加糖。而且,不要饭后马上喝,隔1小时左右比较恰当。

虽然西方一直对“茶的减肥功效”持怀疑态度,但中国医学研究者日前声明,乌龙茶确实有分解脂肪、减肥健美等妙效。“宋庆龄儿科医学奖”获奖人郭锡熔认为,乌龙茶含有较多的茶多酚,会有效减少皮下脂肪。

## 绵柔苏酒获 国家“有机白酒”

近日,洋河股份(苏酒集团)旗下产品——绵柔苏酒通过南京国环有机产品认证中心(OFD)认证,获得“有机产品”认证证书,正式跻身有机白酒行列。

据了解,目前国内具有生产有机白酒能力的企业并不多,通过业内权威有机认证机构——南京国环认证的仅有贵州茅台和洋河股份的绵柔苏酒。南京国环在有机食品认证领域极具权威性,是中国成立最早、规模最大的专业从事有机产品研发、检查和认证的机构。

有机的概念对于中国消费者并不陌生,它代表绿色、健康、安全和环保。1981年,“有机农业”在法律上被定义为不含人造化学物质的农业操作。

有机白酒也是如此,从原料采购到生产环节,都严格执行着“有机”的标准。上海市酿酒专业协会秘书长吴建华表示,“从工艺上讲,酿造有机白酒并非难事。比如原料的种植、除草、除虫、防止病害等等完全可以在有机环境下实现。”

绵柔苏酒正是这样的产品,它的原料以及用水都是纯天然无污染的,酿造过程严格遵循有机食品的相关标准,不使用任何化学合成的食品添加剂等,不使用基因工程技术及该技术的产物及其衍生物。

据了解,在绵柔苏酒有机认证评审中,OFD 检查员对洋河股份(苏酒集团)生产基地的原料仓库、原酒库、酿酒车间、酒体设计中心、成品包装车间、成品库等生产部门进行了全面检查,无一项不符合国家有机加工标准要求。

绵柔苏酒通过南京国环认证,成为绿色、健康、环保的有机酒,不仅见证了洋河股份酿酒技术和品质实力在行业内首屈一指,也对整个白酒行业的品质创新具有重要指导意义。

从市场上看,以绵柔苏酒为代表的洋河绵柔型白酒,一向以“绵爽、柔和、舒适”为消费者喜爱。而在绵柔的基础上实现有机酿造,更是品质上的飞跃。有机绵柔苏酒的推出,为日益注重健康饮食的消费者提供了更好的选择。

## 白酒企业苦熬寒冬:水井坊 2013 年预亏逾亿

近日,茅台集团董事长袁仁国表示,2013年茅台集团实现销售收入402亿元,同比增长13.77%;利润总额222亿元,同比增长12.75%。今年集团的预期增长目标是12.5%,销售收入目标突破450亿元。今年以来,面对白酒市场景气度持续下滑,以茅台为首的白酒龙头开始加码定制酒,这也成为公司2014年启动的个增长的一个重要引擎。不过业内人士认为,定制酒市场争夺已日趋白热化,茅台注定不会轻松。除泸州老窖力推“生命中的那坛酒”外,西凤酒、杜康等酒企也都纷纷推出封坛定制酒,以求找到新的利润增长点。

国信证券一资深分析师告诉记者,随

着不少白酒企业纷纷开始瞄准新市场,一些仍驻足于传统市场的二、三线白酒企业未来不得不面对亏损的窘境。

记者最新获悉,沪市白酒公司水井坊2013年业绩将巨亏1.24亿元至1.60亿元。水井坊告诉记者,2013年以来,白酒行业市场环境持续进入低谷,导致公司全年销售收入大幅下滑;同时为维护品牌及保证市场份额,公司加大了产品宣传推广力度,销售费用并未大幅减少。此外,在探索新营销模式同时,为维护水井坊品牌及价格体系,公司对退出总代的库存做退货处理,从而冲减当期销售收入约8000万元。水井坊2013年前三季度每股收益还有0.071元,公司到了四季度

却遭遇了“滑铁卢”,按照公司预测,水井坊2013年每股收益为:-0.25元至0.33元。而原先公司的预测为业绩下滑80%以上。

统计显示,在已经发布业绩预告的白酒企业中,皇台酒业预计2013年年度将首次出现亏损。受公司与北京鼎泰亨通有限公司借款合同纠纷一案二审终审判决结果的影响,2013年度公司预计亏损2800万元左右。此外,洋河股份预计2013年净利润约492344.23万元至615430.29万元,同比下降幅度不超过20%。

上海某私募基金经理冯喆告诉记者,随着年报预告披露增加,2013年白酒企业亏损的数量可能还会增加。

## 金马甲签约昊樽推葡萄酒现货交易

从伦敦国际葡萄酒交易所的交易行情可以看出,国际葡萄酒市场已结束了近3年的“高歌猛进”态势,进入周期性调整,但以中国为代表的葡萄酒新兴市场的发展方兴未艾。

过去几年,中国每年进口葡萄酒的数量从2010年的2.86亿升上升至2011年的3.66亿升,再到2012年的3.95亿升,呈现持续上涨态势。进口金额也从2010年的7.97亿美元上升到2012年的15.82亿美元。刚刚过去的2013年,已有官方数字统计,仅1-8月,我国葡萄酒进口总量为2.61亿升,进口总额为10.63亿美元,同比仍然增长4%以上。

近年来,中国进口葡萄酒市场的消费不断升级,进口葡萄酒的均价从2010年的2.79美元/升一路攀升到2013年的4.07美元/升,增长了近50%。

2014年1月8日,金马甲产权网络交易有限公司和昊樽酒庄国际投资有限公司(北京)有限公司在北京正式签约,宣布将共同推出金马甲国际葡萄酒交易频道。据悉,该交易频道将力推国际葡萄酒的现货交易,预计将于今年2月正式上线运营。

金马甲副总裁陈慧明表示,金马甲之所以推出国际葡萄酒交易频道,恰恰是看到了国内进口葡萄酒市场长远发展的“短板”。“以法国名庄酒庄为代表的进口葡萄酒完全符合金马甲高端商品交易的四大属

性:高价值、稀缺、随着时间增长其价值不断提升以及在国内有保真消费的需求。”

陈慧明表示,名庄葡萄酒作为西方及其成熟的消费商品和资产配置手段,一直是金马甲首选的高端商品交易品类,之所以观察这个市场长达3年而未出手主要是基于两个问题:“第一,高端葡萄酒是一个高尖精的行业,需要极其深厚的专业背景和行业资源,因此我们需要一个国际化、专业化的合作伙伴来共同搭建交易平台;另一方面,国内名庄酒市场因为中间渠道过多导致价格畸高,与之伴生的问题就是假冒伪劣商品充斥市场,中国市场一年喝掉的‘拉斐’比法国拉斐酒庄的总产量还高就很可能说明问题。”陈慧明介绍,金马甲与昊樽的合作历经了一年的磨合,金马甲最终选择昊樽是看重其在国际葡萄酒投资领域的专业背景和经验,另一方面,双方在国际葡萄酒交易的制度设计特别是保真环节、放心消费上投入了大量精力。

作为金马甲国际葡萄酒交易频道的合作运营方,昊樽国际的总裁余闰也表示:“保真和保质”是国内开展进口葡萄酒交易的核心。余闰介绍,金马甲此次推出的国际葡萄酒交易频道所有交易的葡萄酒都是现货商品,在消费者选择提货之前全部仓储在世界最大的葡萄酒产区中心法国波尔多地区的BCB仓库。由波尔多工商总会、国际葡萄酒暨烈酒展览会以及当地的核心贸

易公司和供应链企业联合创办的BCB,是世界首屈一指的专业葡萄酒存储仓库,拥有非常完备的贮藏环境:“名庄葡萄酒是极其娇贵和名贵的商品,对仓储环境要求很高,BCB的仓库可以做到恒温、恒湿和最合适的光线调节,最大可容纳40万箱酒,同时还拥有一流的实时监控设备。”所有用于金马甲的葡萄酒必须具备国际葡萄酒交易公认的“身份证明”例如原产地证明等,满足苛刻的条件后才能入库。

余闰介绍,当消费者选择提取交易的葡萄酒现货时,将由专业的第三方服务商和物流企业为之办理入关、清关和配送,“从制度和执行上将挂牌方和商品进行隔离,做到各个环节的保真和保质。”

陈慧明透露,金马甲国际葡萄酒交易频道将于今年2月农历春节后正式上线,“初期,我们将挂牌交易的30支葡萄酒商品全部来自国际上最值得投资的500支葡萄酒品类,其中法国名庄酒占到了27个,剩下的3支产品分别来自意大利、澳大利亚和美国。”余闰介绍,初期选择的这30个交易品种不仅在国际市场证明了其投资和消费价值,而且是由昊樽的专业调研团队在北京、上海、广州、深圳等主力消费市场,进行上千份行业渠道实地调查问卷后甄选得出的,在中国市场将具有广泛的认可度和接受程度。

## 人为活动严重 破坏大理茶野生资源

记者1月20日从中科院昆明植物所获悉,该所研究人员与日本冈山大学、合肥工业大学的科学家合作发现,人为砍伐采摘活动严重破坏大理茶自然资源,并揭示大理茶的驯化或处于较初级水平。相关成果在线发表于《BMC植物生物学》杂志。

据介绍,在滇西和滇南茶区,历史上曾有大面积的大理茶园,但近一两百年,它们逐渐被大叶茶替代。本世纪初,由于市场对普洱茶的热炒,导致云南绝大部分面积的野生大理茶被疯狂砍伐,对该茶树物种的自然资源几乎造成毁灭性破坏。

此次研究人员利用核基因组14个微卫星位点,对采自云南西部、南部和临近境外地区的大理茶16个野生、5个栽培和4个近期驯化居群共587份样品进行分析。研究显示,大理茶总体的遗传多样性处于较高水平,野生大理茶的基因多样性和等位基因丰富度要显著低于栽培或近期驯化的居群。这表明人为破坏显著降低了大理茶野生种群的遗传多样性水平。

研究还表明,栽培大理茶的遗传多样性水平略有降低,但差异不显著,说明对大理茶的驯化未出现显著的遗传瓶颈效应,这可能与其较长的生活史周期、居群间较高的基因流水平等有关。

世系和聚类分析显示,栽培大理茶可能主要来源于滇西中部的森林,包括保山西部和临沧北部的亚热带山地常绿阔叶林,并伴随着可能的人为较长距离传播。该结果与实地调查和民族植物学研究结果较吻合。

## 纽约时报: 中国对葡萄酒狂热 让法国经济受惠

提供葡萄酒业经营管理培训的波尔多国际葡萄酒学院在2004年刚创立的时候,只有20名学生,其中多数来自法国的酿酒厂。现在它有105名学生。

据美国《纽约时报》1月25日报道,最令人惊讶的不是今天的学员规模,而是学



员的构成情况。虽然学生来自印度、土耳其等世界各地,但是有一个国家的学生却很明显:中国学生占了约30%,是除法国学生之外最大的一个群体。而美国学生仅占不到4%。同时,前来位于第戎的勃艮第高级商业学校学习葡萄酒管理的中国学生人数也在增加。在2009年到2012年间,中国学生仅占研究生人数的10%,而今年的100名生中有33人来自中国。

从文化和商业上讲,葡萄酒一直是法国传统的精髓之一,全球越来越多的中产阶级对葡萄酒的追捧使其成为全世界的嗜好。预计到2016年,全球的葡萄酒消费额将增加近9%,达1820亿美元,而其中很大一部分需求来自中国。

但是,法国一些人面对这种发展趋势感到不安,有时这种不安会转变为暴力仇外。8月,一群法国人袭击了在索泰尔讷一所葡萄酒学校学习的中国留学生,导致其中几人受伤入院。

除了普遍担心几百年来红酒传统发生变化,还有人担心中国人口众多、地域辽阔,以后有一天会撼动法国在葡萄酒生产上的地位。一些人甚至担心这些留学生的到来就标志着中国接手法国葡萄酒业第一阶段的开始,中国人将会像非洲购买资源那样买下法国的酒庄。

而这种担心是毫无根据的。中国人对红酒的狂热不仅对法国经济有利,法国葡萄酒商和中国留学生建立的联系也将为推动两国文化交流起到重大作用。

很多人得知中国已经在葡萄酒酿造方面有所作为时都很惊讶。其实,许多来法国学习的中国留学生是读研究生项目的,他们已经在国内完成了酒类研究的本科课程。

报道说,随着这些留学生学成回国,他们会把法国文化传统带到中国,他们可以与同事和消费者分享自己的心得,就如在上个世纪50年代和60年代法国的酿酒技术传入美国加利福尼亚时,掀起了美国人对法餐和法国文化的新一轮追捧。

但中国留学生给法国带来的真正实惠是在经济方面。法国的葡萄酒已经占中国进口葡萄酒的48%,波尔多红酒尤其受中国精英的喜爱。

中国的市场只会继续增长。去年夏天,波尔多国际葡萄酒及烈酒展览会的一份报告预计,从2012年至2016年,中国的葡萄酒消费量将增长40%。中国人还不喜欢喝廉价酒;中国的人均葡萄酒消费量排名仅为第20名,但在消费的葡萄酒价格上排名世界第四。