

中国食品周刊

FOOD WEEKLY

协办:中国食品工业协会花卉食品专业委员会 双汇集团

广告热线:028-68551386 新闻热线:13908058548 电子邮箱:1722428646@qq.com

2014年3月14日 星期五 主编:李国政 责编:杜高孝 版式:吉学莉

企业家日报

9

国产啤酒加大投入 发力高端品牌市场

2013年的啤酒市场看似褪去了并购、重组的喧嚣,但实际上各巨头并未停止较量。在行业走向寡头竞争的同时,战争也从拼量转向品牌力提升的争斗。中低端拼杀销量,高端塑造品牌。在依靠中端啤酒获取主要利润的啤酒消费市场,高端啤酒虽短期难以制胜市场,但无疑将成为行业未来发展大势。



雪花啤酒的“脸谱”、青岛啤酒的“鸿运当头”,都向市场表明啤酒品牌发力高端的决心。对于高端产品策略,燕京啤酒显然落后于其他啤酒巨头。燕京啤酒2012年推出鲜啤,去年推出原浆白啤,但未见大动静,只是在产能扩充中加大对高端产品的投入。有业内人士表示,燕京前期对高端产品的宣传、营销没有青啤、雪花等力度大,成为其高端产品动销能力不足的原因。

成本上涨 悄然提价

今年1月,燕京啤酒对北京市场的部分产品价格进行了调整。其中,瓶装鲜啤从之前每箱42元上涨到每箱48元,瓶装10度纯生啤酒每箱也上涨6-7元。燕京啤酒易拉罐价格涨至每箱55元。

燕京啤酒相关负责人解释称,人力成本、财务成本以及通胀压力逐渐上升,是此次涨价的主要原因。

公开资料显示,燕京啤酒最近三年都没有提价。另据消息人士称,燕京此次提价另动因是公司毛利低迷。2013年三季报显示,公司毛利的同比增长率低于青啤的1.27%,仅为0.23%;扣除非经常性损益的净利润同比增长率从半年报的1.19%下降到三季度的-8.75%。

2011年青岛啤酒吨价为3188元/吨,华润雪花约为2100元/吨,而燕京均价尚不足2100元/吨。“低价走量”策略已让燕京啤酒

盈利能力大为减弱,利润水平始终在低位徘徊。

“近几年啤酒生产原料、人力及运输成本都在不断增加,以中低端啤酒为主的国产啤酒多面临着利润水平低等现状。”中投顾问食品行业研究员梁铭宣在接受记者采访时表示,2011年燕京啤酒已被百威英博赶超,如今处于行业第四的位置,保卫行业地位、稳固优势市场是燕京啤酒的两大任务。

对于像雪花、燕京这样利润水平较低的企业,提价和高端化成为企业提升利润水平的利器。如今,燕京选择悄然提价,或是提高盈利水平的第一步。

而为保利润率,众多企业亦纷纷涉足高端啤酒市场,并将其上升到战略高度。不论从提升自身盈利水平,抑或是抢占国内高端啤酒市场的主导权,国内品牌均需要借助高端化道路来实现。目前几大啤酒巨头已开始积极布局高端啤酒市场。华润雪花推出超高端产品雪花“脸谱”,在高端会所零售价为60-80元。青岛啤酒也推出了黑啤、TSING-TAO1903铝瓶、“鸿运当头”三款产品满足高端需求。

在上一轮啤酒业大肆“跑马圈地”抢占市场份额时,燕京啤酒由于固守北京、内蒙古、广西区域,失去了扩张良机。而如今众多啤酒品牌纷纷发力高端产品,燕京若再迟疑,将再次失去争夺中高端市场的机会。

高端市场竞争激烈

“高端啤酒未来的发展空间依赖于国内经济发展、居民消费升级及啤酒厂商自身的努力。”梁铭宣表示。

他认为,虽然价格是高端啤酒最直接的表现,但是其却不是高端啤酒唯一的体现,高端啤酒更重要的体现在原材料、生产方法、品牌价值等多个方面。最重要的是,其利润水平是普通啤酒的5-10倍。

青岛啤酒股份有限公司2012年年度报告显示,报告期内公司主品牌“青岛啤酒”实现销量429万千升,同比增长7.34%,其中高端产品纯生、易拉罐啤酒等共完成销量155万千升,同比增长16.97%;第二品牌产品销量实现了近年来的最快的增长,同比增速达到15.77%。

梁铭宣表示,在国内品牌中,青岛啤酒的高端化发展最好,主要是其定位时间早、着重提升品牌价值,而非单纯提升产品价格。

数据显示,燕京啤酒2012年中高档啤酒销量同比增长36%。就燕京啤酒在高端市场的表现,上海博纳睿成营销管理咨询公司董事长史贤龙则认为,在其公司内部,高端产品的增长是比较大的,但就整个啤酒行业而言,其影响是有限的。

而值得关注的是,燕京啤酒在高端市场的争夺,不仅有来自国内啤酒巨头的竞争压力,还有国际品牌的率先布局。

统计数字显示,目前高端啤酒在中国啤酒市场中的比重是15%,但是洋品牌以高达70%的市场份额占据主导地位,其中百威以40%的市场份额名列第一,远超所有中国品牌共有的市场份额。

进口啤酒长期把持国内高端啤酒市场,高端市场日渐饱和,国内巨头想要在其中分得一杯羹,需要更大的推广创新力度。一个趋势是,百威英博和嘉士伯作为外资品牌,已经布局中低端市场,大走亲民路线。未来两者将以完整的产品结构对燕京啤酒形成强有力的竞争。反观燕京啤酒,虽然在低端市场有一定优势,但是在利润率高的产品领域尚无优势可言,未来无论是出于提升竞争力目的抑或是提升企业盈利水平,燕京啤酒都应着手品牌提升,布局高端产品领域。

梁铭宣说,国产啤酒在发展中存在两大挑战。一是为求利润发展高端啤酒,却遇进口啤酒的堵截;二是占有优势的中低端啤酒正在遭遇进口啤酒品牌的进攻。国产啤酒需要通过产品质量或者产能进一步控制中低端市场,同时通过塑造品牌文化来培育期在高端市场中的竞争力。

“产品的超高端切勿停留在包装、概念层面,应从产品生产工艺、口感及文化内涵等方面培养产品的超高端属性,从产品产量、宣传途径及渠道配合产品的高端性,同时不断提升品牌价值。”梁铭宣表示。

(胡可璐)

新西兰奶农为水质调查结果做辩护

据新西兰乳品网(NZDN.CO.NZ)消息:最近一项调查表明,新西兰人认为乳品产业将会影响这个国家水源的质量,就这一项调查,奶农们做出了回击。

这项调查由Horizon Research展开,并由新西兰渔猎组织资助,有七成参加此项调查的新西兰人认为由于新西兰乳业农场的扩张,新西兰的水质受到了严重影响,并且已经远远不及20年前。

Dunsandel地区的奶农Ron Ferriman表示,没有人想水质变差,特别是我们这些人住在这片土地上的人。

“我们都要喝水,我们的孩子,我们孩子的孩子,我们的亲朋好友都需要喝水。”

他表示,水质变差的原因是因为多方面因素。

Ferriman在他的农场上采取了多项措施,为的就是能够更好的维护和优化环境。在这些措施中,他还投资了一大笔钱在污水处理系统方面。

坎特伯雷中部农民联盟主席Chris Allen向大家表示,包括他自己,将和奶农们共同努力“不惜一切代价”来保护环境,提高水质。

“奶农们并不是水质变差的唯一问题,所以奶农也不是解决问题的唯一出路。”他表示,“我们已经在竭尽全力来维持水质了。”

他表示,其实国家很多条例和法案都对这些大家所关心的问题有所约治,只是很多人在发表自己的观点的时候并不了解这些条例和法案。

Allen表示,乳品产业虽然日益兴旺,但是利润却越来越小,但是将对其他的产业有鞭策的效果,包括肉产品和种植产业。

绿党议员Eugenie Sage表示,政府需要制定更严谨的条款在商业灌溉,消减发展方面,并从基本上解决水质问题。

这项调查一共参与的人数是3134人,全部都是18岁以上的成人,误差值大于小于1.8%。(人民网)

药企频跨界 江中药业要售饼干



近期不断传出江中集团要把“猴姑饼干”注入上市公司江中药业的消息,加上刚过去不久的云南白药并购卫生巾品牌,众药企进军大健康产业动作频频。其实,无论云南白药的牙膏、天士力的帝泊洱茶、康美药业的菊皇茶、片仔癀的妆药等,不外乎日化护理或食品饮料,均属于快消品的范畴。然而,在药企经营“快消化”的同时,贵州百灵去年折戟胶原蛋白饮品的前车之鉴仍历历在目。

这些年中药主业不景气

最近有消息称,因为中药和保健品业务不景气,江中集团有意将食疗产品纳入上市公司江中制药。江中集团此前制订的计划是2014年猴姑饼干的销售额为5.7亿元至7.5亿元,2013年的销售额在0.5亿元左右,为此江中集团已启动20个省级市场,并将区域经理由200人增至500人左右,营销支持力度较大。

在这个“卖饼干”的消息证实前,江中集团一直在做“跨界”。2008年开始推出“初元”系列保健品,计划年销售额10亿元;2011年推出“枸杞白酒”朴卡酒系列,计划到2015年实现20亿元的销售;2010年推出参茸草,计划销售100亿元;2012年又推出猴姑饼干,计划销售10亿元。

而除了江中集团涉足快消食品外,云南白药也是个中老手。2004年云南白药牙膏面市,公开数据显示,云南白药牙膏的销售额几乎逐年飙升,从2005年的近亿元,到2008年的约6亿元,再到2012年的17亿元。据悉这一高速增长在2013年仍然保持。

近日云南白药又发布公告称,以8131.74万元高价收购了控股股东云南白药控股投资有限公司持有的清逸堂40%的股权,收购完成后清逸堂将整合进入公司健康产品事业部。通过此次收购,云南白药开启了进军个人护理产业的大门。

财务数据显示,截至2013年9月,清逸堂公司总资产为22430万元,净资产为16364万元,2013年1至9月销售收入达到12461万元,净利润达到1207万元,预计2014年销售额将达到3亿元左右。简单说,就是云南白药要卖卫生巾了。

跨界炒作谁买单

虽然看似都市场前景光明,但业内认为,跨界有风险,投资需谨慎。如若只是概念炒作,恐怕消费者很难为此买单。

2012年,贵州百灵就高调宣称,斥资近4亿元布局胶原蛋白产业链。其旗下“爱透胶原蛋白饮品”被誉为饮料界新星。不过,

“高成本、大制作的”爱透产品一上市便让公司十分头疼。该胶原蛋白饮料主打以阿拉斯加鳕鱼皮为原料,但贵州百灵未能提供日本原料进口证据,加上自身无胶原蛋白生产线,巨额营销等备受质疑。

然而,去年11月初,贵州百灵宣告放弃此前计划巨资上马的胶原蛋白项目,将原项目内容变更为“中药饮片”。数据显示,2012年,贵州百灵饮料及口服液这一产品分类实现营收为845万元,2013年中报显示,贵州百灵的饮料及口服液营业收入仅为269万元。与“惨淡”营收形成对比的是,贵州百灵2012年年报显示其销售费用达3.54亿元,比上年增加近1亿元。公司解释称,该项费用增加是因为“爱透”胶原蛋白饮品营销推广费用支出较大。

因此,有专业医药投资分析称,江中药业若卖饼干,给人的感觉是其推出的大健康产品越来越不靠谱。因为江中猴姑饼干说是给胃病人提供的一种养胃食品,那它到底有没有真正洞察消费者呢?怕是没有。第一,饼干本身不算一种健康食品,它高糖高油脂并不适合胃病人长期食用;第二,胃病人可以直接买猴头菇蒸汤做食疗,何必花大价钱去买零食呢?由此,这只是炒概念。

(庞倩影 李振)

新消法3月15日实施
工商总局发布多个配套法规

国家工商总局日前密集发布多个市场管理办法,包括《工商行政管理部门处理消费者投诉办法》、《流通领域商品质量抽查检验办法》、《网络交易管理办法》,从消费投诉、质量抽检、网络交易等多个方面强化消费者权益保护措施。

新修改的《消费者权益保护法》将从3月15日起实施,工商总局市场司副司长杨洪丰介绍,与之配套的法规也针对修改后的法律作出调整。

根据《工商行政管理部门处理消费者投诉办法》,有管辖权的工商行政管理部门应当自收到消费者投诉之日起7个工作日内,予以处理并告知投诉人,不符合规定的投诉不予受理也应当告知投诉人不予受理的理由。

同期出台的《网络交易管理办法》则细化了对消费者合法权益的各项保护措施,此外,根据新发布的《流通领域商品质量抽查检验办法》,工商部门可定期或不定期对商品质量进行抽检,不得向经营者收取检验费用。

在新消法等法律法规实施后,中国人民大学商法研究所所长刘俊海表示,过去各行业都相信先发展后规范、只发展不规范、重发展轻规范,最后弄得到处都是问题。对这种监管思路说不,必须强调规范和发展并重,同时推进,更加注重规范。

政协委员磨长英: 尽快出台糖业扶持政策

“由于糖料成本高和政策作用弱,我国制糖企业从上一个制糖期开始出现全行业亏损,目前糖价已跌至4600元/吨左右,低于蔗糖主产区广西所有制糖企业的生产成本,全行业的严重亏损可能导致打白条现象,甚至推动我国糖业走向崩溃边缘,食糖作为战略物资,其扶持政策亟待出台。”全国政协常委,广西壮族自治区政协副主席、工商联主席磨长英在全国两会上热切建议。

首先把糖料作为战略资源给予重点保护。出台支持保护糖料生产农户的政策,促进糖业持续稳定健康发展,不再让糖业重蹈大豆和油料产业后尘,受控于国外企业。其次,把糖农作为重点扶持对象给予种糖补贴,实行直接补贴糖料种植者。即:按照全关税的进口糖价测算我国每年糖料市场价格,在制糖企业按市场竞争价格支付农民糖料价款后,农民收入不足部分由国家给予直接补贴。因此,建议把广西作为糖料主产区,在政策、资金扶持上给予重点支持,加大广西500万亩高产高糖种植基地建设、田间基础设施建设补助,把每年完成50万亩基地建设计划扩大到100万亩,推动5年完成500万亩高产高糖基地建设。此外,建议取消制糖企业自备电站缴纳的备用系统费用和三项政府性基金等收费项目,降低制糖企业生产经营成本,提高制糖企业国际竞争力。

白酒业信贷管理宜未雨绸缪

2013年,在白酒行业严峻形势下,四川宜宾白酒业总体实现止跌回升。银行信贷积极满足企业转型升级、品牌创立等合理融资需求,帮助企业化“危”为“机”。

白酒业信贷仍面临风险。从宜宾市的情况看,规模以上酒企仅占宜宾全部酒企的16.55%,优质白酒仅占总量的30%左右。大部分酒企负债率过高,担保资源少,家族式管理,财务数据不真实,呈现规模小、分布散、效益低特点,利润率低于行业平均水平。

随着白酒行业进入深度调整期,产能激增、同业竞争、行业洗牌使银行白酒信贷蒙上阴影。面对白酒行业信贷的诸多风险,建议相关部门在完善白酒品牌打造和维护机制的同时,牵头搭建原酒抵押管理平台,完善存酒估价、质押登记、保险和质权实现等具体操作规范,设立白酒风险基金。同时,建议进一步完善白酒信贷管理机制,积极研发酒类专项贷款品种,鼓励信贷服务创新,推广工业标准厂房按揭贷款、骨干酒企应收账款质押贷款等,有效解决酒类企业融资担保问题。

味精产能过剩压顶 梅花集团利润下滑三成

味精企业近日发布的2013年业绩再次显示了味精行业正处在下行通道。

梅花集团上周五发布的2013年年报显示,公司2013年实现营业收入77.8亿元,同比微增4.16%,而归归属于上市公司股东的净利润4.04亿元,同比下滑了33.58%。其中,味精及谷氨酸业务实现营业收入36.4亿元,同比下滑8.02%,而毛利率比上年同期则减少了3.39个百分点。

中信证券农林牧渔行业首席分析师施亮告诉记者,“近年来来出口量也在下滑,因为价格贵了。味精的原料是玉米,我国玉米价格比国际价格高出50%-60%,加上土地成本也高于国外,整体成本较高,定价因此偏高,就失去了出口的优势。”

梅花集团的氨基酸业务在2013年遭受了挫折。报告期内,整体养殖形势低迷,氨基酸市场需求下降,大部分氨基酸类产品在成本高昂的前提下,产品价格进入历史性低位。

为了拓展业务,梅花集团在今年1月与西藏谊远实业有限公司达成框架协议,拟出资收购谊远实业持有的大连汉信生物制药有限公司100%股权。这次收购则成为了公司实质进军生物制药领域的第一步。

(编者整理)