

# 12 白酒金三角 Liquor Golden Triangle

## 五液粮公布业绩快报 川酒或将继续集体“过冬”

3月9日晚,五粮液发布2013年业绩快报显示,公司2013年营业总收入247.17亿元,同比下降9.13%;归属于上市公司股东的净利润79.7亿元,同比下降19.75%。1月底,水井坊、沱牌、泸州老窖3家川酒上市公司陆续发布了2013年业绩预告,业绩都不同程度出现了下滑。



公告显示,水井坊预计2013年全年实现归属于上市公司股东的净利润为-1.24亿—-1.60亿元。泸州老窖的2013年业绩快报则显示,2013年,泸州老窖实现营收105.04亿元,较2012年下降9.1%;实现利润总额46.74亿元,同比下降24.02%;实现净利润34.44亿元,较2012年下降21.55%。沱牌舍得2013年度业绩预减公告,预计2013年实现净利润与上年同期相比,将减少80%—100%。

对于业绩下滑的原因,3家企业均提到是受到行业深度调整的影响所致,2013年,一线川酒企业在应对行业调整之时,均作出了不同的调整。

水井坊自2012年底开始推出定位中价位的天号陈品牌,与高端水井坊品牌形成一高一低的互补,希望以此弥补此前水井坊过分依赖高端品牌的不足。2013年3月,在前任总经理柯明辞职之后,水井坊迎来了新任总经理大米,这是一位在中国生活了

25年,颇为熟悉中国快消品消费市场和销售方式的“中国通”。在他的主导下,水井坊开始了包括推出臻酿八号、向商超和电商渠道拓展、在部分区域实行直管等变革,但在对于刚刚全资控股水井坊的帝亚吉欧和刚刚接受的大米而言,迅速扭转水井坊业绩显然并不容易。

泸州老窖在高端品牌国窖1573销售受阻的现实下,另辟蹊径开始全面推进“生命的那一坛酒”主题定制活动,瞄准的对象正是不同领域的高端细分人群,据称2013年该主题定制活动为泸州老窖带来了超过10亿元的销售业绩。而2013年泸州老窖推出的特曲老酒定位偏高,在当前的产业环境下,推广并不容易。与此同时主要运营泸州老窖旗下中低端产品的博大公司成为泸州老窖更为重要的业绩来源,而博大公司在2013年秋交会上也推出了时尚小酒“泸小二”,瞄准年轻时尚消费群体进行运营。

沱牌舍得的高端品牌舍得受到高端白

酒价格猛跌的直接影响,因此净利润出现大幅下降。

五粮液在2013年也是动作频频,推出了包括绵柔尖庄、五粮特曲、五粮头曲、低度五粮液等一系列新品,并着手组建了七大营销中心,希望建立小区域平台商模式,将渠道进一步扁平。但是对于五粮液而言,最重要的库存和价格问题在2013年并未得到有效的解决,这或是五粮液业绩下滑最为直接的原因。在五粮液的快报中,公司表示,2013年度,白酒市场持续变化,市场竞争更加激烈,行业进入深度调整期,公司盈利能力较强的高价位产品销售受到影响,导致营业收入、净利润等出现下降。

除上市公司之外,一线川酒企业中,郎酒和剑南春的业绩据称也同样出现不同程度的下滑,所以仅从业绩来看,一线川酒企业受行业深度调整的影响颇为明显。过去川酒企业被诟病最多的是“会做品牌不会做影响”,而在产业调整的当下,川酒在渠道中的品牌力量如何进一步转化为在消费者心目中的品牌力量值得思考。

而更重要的是川酒企业要对整个产业变革的大环境有更清晰的思考,记者在包括茅台、洋河、汾酒等企业快速调整经营思路,进行消费转型、渠道转型和产品结构转型的同时,川酒整体反应似乎总体慢了一拍。而相对牛栏山、宋河等不断尝试新兴渠道和思考强化消费者体验和沟通的区域强势品牌来说,川酒的灵活性显然需要加强。

如果2014年川酒企业的战略经营思维没有进一步根本性的改变,集体过冬或将成为2014年川酒整体面临的问题。

(吴英)

## 2014 酒博会会场施工进入冲刺阶段



2014中国国际酒业博览会将于本月23日开幕。近日,记者来到位于泸州市黄舫酒业集中发展区的展馆现场,发现其2个室外展馆(AB连接馆、C馆)大蓬已经基本搭建完成,现场工人正加紧馆内展商展位施工,以便确保展馆在本月15日能如期交付。

表着泸州酒博会的最高水平,属于永久性展示,因此,在设计阶段往往就会重复多次,企业提要求,他们设计,组委会审核后才能进入现场施工阶段。而最让他们头疼的是,有部分展商的特装展位定稿后进入施工阶段,展商代表到现场观看后还会提出修改要求。如此一来就会造成现场施工工期的拖延,影响后续工作。但她同时也表示,通过这样的多次把关,展馆成品出来后会一定是精品,她们也很期待自己的作品能赢得各界的认可。

### 严禁烟火

### 展馆施工秩序井然

时间紧,任务重,参展招商,展馆设计与现场施工,多重工作都在同步进行。即使这样,安全却仍是重中之重。步入展厅,随处可见“严禁烟火”的提示牌。在记者采访期间,园区保安也多次巡视现场,遇有可疑人员,就会上前询问。据现场一名施工工人介绍,自他们进入展馆施工以来,他们每个人每天的施工工作都会进行详细分工,不同工种的配合也有严格安排。想在展馆抽烟却是绝对不可能的事,实在要抽,也必须得请假到外面空旷地方才能抽,为这事,他几个工友都在闹情绪。

(泸州新闻网)

### 展会组严格把关

### 一把手亲临现场督促检查

泸州市商务局党组书记、局长穆林是组委会展会组负责人。连日来,他天天带着组一班人往展会现场跑,施工进度、场馆质量、施工安全是他关注的重点。用他的话说:展会现场布置情况,关系到整个展会的形象及效果,是整个展会成功与否的核心影响因素,商务局从上到下近几个月来工作的成果是否能经得起检验,这就是最后的答卷。而要做好这些工作,深入展会一线,现场办公解决问题,是最为高效的工作方法。

泸州市商务局杨庆科长是展会组现场

负责人,主要负责参展商接待、会场布置协调等多项工作。近一月来,他不但要接待对接来自全国各地的参展商参展事宜,还必须应对展馆现场的纷繁琐事。在他看来,局里能安排他参与这样的国际性会展布展工作,也是他工作历程中最为值得骄傲的事。

### 展商档次高

### 展馆要求精益求精

四川摩创展览有限公司主要负责本次展会的展馆设计及制作工作。公司一喻姓工作人员告诉记者,参与本次展会的展商均为国内外知名酒业及关联企业,对于其自身展馆设计、制作要求非常高。加上本次展会代

## 2014 中国国际酒业博览会亮点纷呈

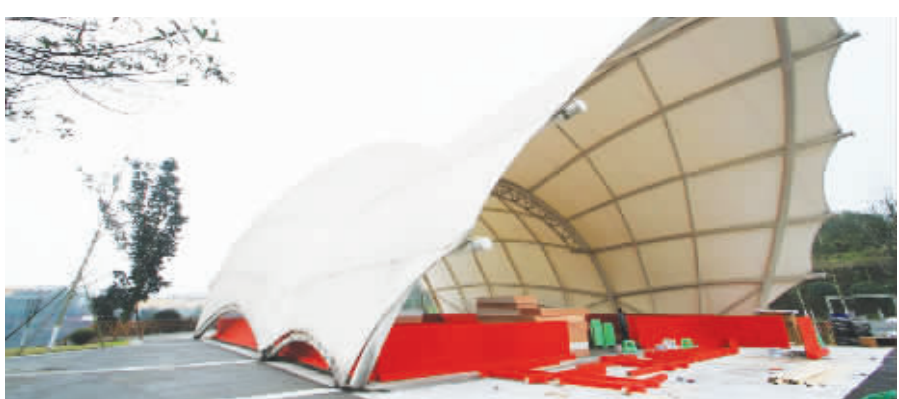
2014中国国际酒业博览会即将于3月23日在四川泸州拉开大幕。本次展会是经国家商务部批准举办的国家级国际酒类专业展会,也是迄今为止第一次在北京以外的城市举办的国际性酒业专业展会。

### 参展品牌国际化

### 国内17大名酒尽数参展

泸州作为本届中国国际酒业博览会的举办城市,此前已经成功举办了六届“酒博会”。今年,在中国酒业协会和社会各界的帮助下,“酒博会”升格为“2014中国国际酒业博览会”,第一次将“酒博会”提升到了国际专业展会层次,取得了历史性突破。截至目前为止,除五粮液、茅台、汾酒、泸州老窖、洋酒等中国17大名白酒已全部报名参展本届酒博会外,布鲁塞尔、纳帕谷、卡斯特等数家国际知名洋酒也全数参展,首次实现中国国际酒业博览会中白酒、啤酒、葡萄酒、黄酒、果酒、洋酒六大类酒的全方位展示。

据组委会预计,本届“酒博会”国内外参展企业将超过420家,比去年增加20%以上,创历史新高,是自2007年中国国际酒业博览会以来,规模最大、品种最多、影响力最大的国际性酒展。



### 场馆设计国际化

### 打造永不落幕的酒博会

本届酒博会中国名酒馆、国际综合馆按照永久性场馆标准进行建设,将打造成为“中国白酒金三角”旅游线路的重要节点,长期面向社会公众开放。

本届酒博会活动丰富,看点颇多。展会期间,将举行泸州老窖“封藏大典”、酒博会开幕式、“川货全国行”活动启动仪式、“中国(泸州)国际酒业论坛、世界金牌酒庄主论坛、酒博会商品展示暨经贸洽谈等重要活动。

特别值得一提的是本届酒博会专门设

置了川货全国行主题馆,对以川酒为代表的四川特色产品进行集中展示。主题馆作为贯彻四川省委、省政府全方位拓展市场需求,引导企业生产,实现“消费促进、产品竞争力提升”的发展目标的重要活动和措施,将直接服务于四川经济发展。

### 展会发展信息化

### 线上线下同步推广

本届酒博会除现场活动众多外,还将首次同步开通“网上酒博会”,所有参展企业品牌将在网上酒博会得到一个长期的展示。

(泸州新闻网)

中国中铁二局联合五粮液合作开发“开路先锋”白酒产品,有业内人士表示,对五粮液来说,这是一次在传统销售渠道之外的创新之举。对中铁来说,进军白酒板块,也是其多元化发展的阶段性选择。

## 中铁二局联姻五粮液 大型国企或成酒企靠山

对于白酒行业,上述人士认为,白酒行业的洗牌刚刚开始,行业并购时尚未到来。不过,目前市场已经出现分化迹象,白酒龙头企业的调整要好于其他小酒企的调整。

### 合作开发酒产品

对于网上流传的中国中铁二局与五粮液合作开发“开路先锋”白酒产品一事,记者致电五粮液相关负责人,已经得到证实,只是没有透露细节。

据媒体报道,“开路先锋”之前是中铁二局集团向内部系统供应的产品,由集团子公司运作,目前公司考虑将该产品扩大生产规模推向市场,主要生产中低价位产品。其出品方为五粮液,有两款主打白酒产品,批发价格分别为100元/瓶、300元/瓶,成都开路先锋酒业有限公司总经销。

有消息称,“开路先锋”酒将在今年糖酒会期间正式对外发布,这意味着“开路先锋”酒产品在十几天之后就要面世。

对于此次与中铁二局合作推出“开路先锋”酒,五粮液相关人士称,该品牌以前是定制酒,现在在中铁二局考虑将其扩大规模并运作起来。

在海通证券食品行业分析师闻宏伟看来,中铁二局拥有火车站的渠道资源,目前,中铁正在加大市场化,五粮液拥有品牌优势,双方合作可以达到双赢。

资深白酒专家铁犁表示,在行业比较疲软的大环境下,此次双方的合作是一个亮点,这也是相互探索发展的一个尝试,不过,短期内不可能给双方带来大的业绩贡献。

铁犁表示,作为国有大型企业,中铁拥有一定的消费群体和良好的消费基础。然而,国内在铁路方面的投入肯定会逐渐放缓,中铁也需要向市场化、多元化发展,选择白酒业务也是中铁向市场化探索的明显动作。

对于五粮液来说,在白酒行业进入调整期之后,五粮液将其体制改革、新的销售渠道建设同步进行,七大营销中心变更为七大销售公司的计划早已提上日程。

### 大型国企成酒企新目标

对于中铁二局与五粮液的合作,一度被业界解读为业外资本抄底白酒业。对此,铁犁表示,白酒行业的调整虽然还需要一段时间,但

是白酒市场上依然不缺资本的青睐,资本依然看好白酒行业。但是白酒行业的调整远远没有结束,在这样的背景下,业外资本进入白酒业需要谨慎。

据记者了解,白酒行业在2012年进入调整期之后,传统的白酒销售渠道在大量的库存压力下遭到挤压,酒企们开始四处寻找新的销售渠道,拥有资金实力、有着独特销售渠道的国有大型企业和相关机构成为酒企的目标。

之前,西凤酒国典凤香就把曾经的“喝酒大户”变成了“销售大商”。中铁二局与五粮液的合作也大有把“喝酒大户”变成“卖酒大商”的趋势。

事实上,白酒龙头企业的举动一直被认为是行业的风向标,影响着行业的发展,在行业疲软的情况下,五粮液与中铁二局合作,减轻了五粮液的销售压力。

其他酒企是否会效仿五粮液?对此,铁犁表示,在白酒行业调整期内,所有的白酒企业都会像五粮液那样去寻找优质的大客户进行合作,但是,并非所有的酒企都能找到大型国有企业合作。“酒企与国有企业合作,其必须具备两大优势,一是双方合作背后的更深层次关系,要求双方之间拥有较好的人脉资源,二是企业必须拥有品牌影响力。”铁犁表示。

在铁犁看来,一线白酒企业五粮液和贵州茅台具有较强的品牌优势,也是大型国有企业愿意与其合作的理由。“茅台也看好大型国有企业的背后资源,不过各家企业步伐不一,茅台与大型国有企业目前还没有合作的方案发布,但不排除将来有合作。”

事实上,经过一年多时间的调整,白酒行业已经出现小酒企挂牌出售现象,而茅台镇等其他地区的小酒企也有倒闭现象发生。不过,白酒行业调整的底部是否已经到来,业外资本此时进入是否是抄底的最佳时期,业内说法不一。

在业内人士看来,白酒行业的洗牌刚刚开始,行业并购时尚未到来,不过,目前市场上已经出现分化迹象,白酒龙头企业的调整要好于其他小酒企的调整,这从贵州茅台和五粮液等白酒企业近期在资本市场上的表现,便可见一斑。

(证券日报)

## 茅台电商平台去年销售额1000万元 将入驻建行电商平台

据茅台集团官网信息显示,去年,茅台集团四个电商平台共处理订单3000余份,销售额1000余万元,销量11000瓶。公司于今年2月与中国建设银行达成合作,准备入驻建行善融商务电子平台。

据了解,茅台集团于2010年首次触网,开通网上商城,并于2012年成立仁怀国酒茅台电子商务有限公司,为贵州茅台酒销售有限公司旗下全资子公司。后于2013年入驻天猫、阿里巴巴、中国工商银行“融e购”等电商平台,并授权京东、酒仙网等其他电商平台。

在日前举行的茅台电子商务资源整合发展意见征求会上,集团公司总经理刘自力表

示,在下步工作中,茅台还将在市场转型中把电商作为重要战略,整合各项资源,科学管理实施,掌握茅台营销主动权。

据上海证券报报道,全国人大代表、贵州茅台董事长袁仁国谈及强化茅台的物流配送建设时表示,“配送非常关键,别人配送我们不放心,只有我的网点来配送。原来我是每个省自营店配送,我怕自营店配不过来,为此我们考虑让全国各地的经销商来配送。”

据了解,公司电子商务公司2014年将重点推行会员制管理,将茅台33家自营公司和1000余家专卖店发展成线上配送网点,将这些网点打造成会员交流点,线下体验点。

(糖酒快讯)

2014年是泸州市“产业发展突破年”,为实现白酒产业突破发展,泸州市委办、市政府办近日下发《2014年白酒产业发展工作的指导意见》,为该市白酒产业转型发展、纵深突破明确了途径和方法。

## 泸州:从酒业大市向酒业强市蜕变

### 全市白酒产量力争增长10%

今年,泸州市白酒产业坚持“稳中求进、加快发展”的工作基调,力争全市白酒产量实现160万千升,增长10%;销售收入830亿元,增长15%;利税总额190亿元,增长10%。为稳定产量,该市将继续推进酿酒高粱种植和窖池建设。积极引导、培育种植大户与企业联姻或与现代农业园区、酒镇、酒庄等经济体建立利益联结机制,发挥示范辐射带动作用。

今年,全年将新增酿酒专用高粱种植面积6.8万亩,酿酒高粱种植总面积达68万亩。该市将从酒业发展专项资金中划拨1000万元专门用于古窖池的维护和对企业(扩)建窖池的奖励补助,2014年全年新建窖池6000口以上。

### 力争创建省级著名商标3件

稳定市场方面,《意见》提出奋力拓展国际国内两个市场。国内市场将适应政务市场、拓宽商务市场、扩大民间市场,让更多酒企产品走向国门、走向世界,开拓国际市场,全力保持泸州高端市场份额,奋力扩大中低端市场。继续加大酒类产品品牌培育力度,力争创建省级著名商标3件,培育四川名牌产品5个。全年力争新增销售收入20亿元酒类企业1户,10亿元酒类企业2户。

酒业发展,项目是关键。今年,泸州市将大力推进酿酒基地集群建设。其中,泸州老窖中国白酒总部基地新增投资12亿元,完成景观

湖项目、安置房主体工程及企业集聚区相关项目建设,开工建设金融创新大厦、科技创新大厦、生物科技大厦和白酒学院主体工程及综合服务配套工程。泸州酒业集中发展区纳溪酿酒基地新增投资10亿元,启动酒庄集群控制性详细规划设计、土地流转及道路、管网等基础设施建设工作,完成“印象酒庄”规划并启动基础设施建设,完成试验区栈道、老建筑改造、景观打造和示范酒庄建设;郎酒酱酒基地暨中国二郎名酒镇建设项目新增投资1.5亿元。

### 积极争取第三方支付牌照

泸州市委、市政府将积极为酒业发展打造平台,积极抢占酒类行业功能制高点。今年,四川中国白酒产品交易中心(泸州)将积极争取取得第三方支付牌照,实现酒类产品网上交易。该市酒业积极参与原酒标准制定、酒庄群落标准化示范建设,增加泸州在全国白酒行业的主导权、话语权。同时,推动全市509家酒类生产企业建立基本信息电子档案台账。

2014年,泸州市委、市政府继续设立市级酒业发展专项资金5000万元,用于全市酒业目标考核奖励、窖池补助及支持重点酒类企业发展等,并对重点酒类企业“对口帮扶”,为企业发展提供要素保障。对老窖集团、郎酒集团的重点项目实行市领导对口联系,对33户酒类重点企业实行市职能部门“一对一”帮扶机制。

(汤颂 牟科 刘静)