

酒精业低位匍匐或将持续

近日,国家粮油信息中心发布讯息称,今年4月以来,国内各地区玉米价格出现不同上涨,但玉米酒精价格并未出现相应上涨。同时,玉米酒精行业加工的亏损,有进一步扩大的趋势。

一份截止日期为4月23日的统计数据表明,在中国酒精制造较为发达的两个地区,今年黑龙江肇东地区玉米酒精企业理论加工利润为-449元/吨,吉林松原地区酒精企业理论加工利润为-620元/吨,比月初亏损扩大200元/吨。

对于中国酒精行业的现状,中国酒业协会副理事长兼秘书长、中国酒业协会酒精分会理事长王琦对记者表示,目前,我国经济正处于增长速度换挡期、结构调整阵痛期、前期刺激政策消化期三期叠加的阶段。

“在我国经济发展和产业结构调整的大背景下,再加上去年以来白酒行业产品结构调整和行业利润大幅下降的压力,酒精产品产量比之2012年,增速出现缓慢回升,各项经济指标也有所好转,但也面临着前所未有的行业困境和变化。”王琦说。

产量增长,增速回升

目前,我国酒精的主要产区集中在黑龙江、吉林、山东、河南、安徽和广西等地。2013年,中国酒精产量实现了增速回升。统计全国规模以上(年主营业务收入在2000万元及以上的工业法人企业)的149家企业数据显示,2013年,全国发酵酒精产量911.55万千升,比2012年同口径统计产量848.76万千升,增长7.40%。产量增长率比去年3.46%有所回升。

中国酒业协会统计,2013年,全年燃料乙醇产量合计221.7万吨,比2012年产量增长7.36%。全年每千升酒精销售利润为456.6元,2012年为485.7元,销售利润率下降6.0%。“全年酒精价格基本稳定,单位酒精利润水平下滑。”王琦表示,受国内经济增速下降的大环境影响下,同时,酒精产能严重过剩和酒精市场下游需求不足的影响,全年普级酒精价格在5800-6400元/千升之间波动,形成年初和年底较高的微“U”形价格走势。主要原料玉米价格也保持在平均2200元/吨,木薯价格平均在1900元/吨,全年价格波动均不大。

从酒精行业的各项经济指标来看,在进出口方面2013年全年累计出口酒精为



3.9776万千升,比2012年出口量4.4962万千升有所减少。2013年累计进口酒精为0.02748万千升,比2012年全年进口量1.5308万千升也有所减少。

国家统计局统计快报,2013年全年酒精行业累计完成销售收入(主营业务收入)830.35亿元,同比增长7.55%。累计实现税金及附加19.43亿元,同比增长6.88%。累计实现利润41.62亿元,同比增长0.98%,累计实现应交增值税18.15亿元,同比减少11.43%。

在竞争中被淘汰

王琦认为,酒精行业执行了财税[2012]38号政策后,对推动行业发展起到了非常显著的效果。

根据《关于在部分行业试行农产品增值税进项税额核定扣除办法的通知》财税[2012]38号,自2012年7月1日起在部分行业开展农产品增值税进项税额核定扣除试点,涉及酒精行业。对酒精生产企业的增值税一般纳税人购进农产品增值税进项税额,实施核定扣除办法——试点纳税人购进农产品不再凭增值税扣税凭证抵扣增值税进项税额,取消了农产品收购发票抵扣功能。

这个新的核定扣除办法,解决了行业多年来一直呼吁的酒精生产企业原料进项税13%和酒精产品增值税17%之间的一致问题,对行业内的大企业实施了有效规范,对净

化行业市场环境,也有很强的积极作用。从一定意义上,也促进了消费税的征收。

王琦表示,新办法取消农产品收购发票的抵扣功能,改按纳税人每月实际耗用的农产品数量来确定当期可抵扣的进项税额,堵住了虚开农产品收购凭证、多列进项等偷税骗税的漏洞,降低了生产企业的税负。

从执行新的增值税办法以来,酒精行业2012年全年增值税增长率,同比提高了15.86个百分点(下半年执行);而2013年全年累计应交增值税为18.15亿元,同比减少了11.42%。

值得注意的是,新兴的醋酸制乙醇生产,将对行业发展形成冲击,虽然2013年全年醋酸制乙醇对行业冲击暂时并不明显,但长期来看这种冲击不可避免。

企业之间的竞争在不断地加剧。《中国酒精行业银行信贷风险评估及建议报告》预计,“十二五”期间,酒精生产向原料主产区转移和向大型化发展的趋势将继续保持,大型和中型酒精企业在市场中已经占据主导地位。部分落后产能将会在市场竞争中被陆续淘汰,中小型酒精生产企业将面临重组整合的严峻考验。

利润仍将保持低水平

对于中国酒精行业发展面临的主要问题,王琦认为,经营形势非常不乐观。酒精行

业在我国经济发展和产业结构调整大背景下,再加上去年以来白酒行业产品结构调整和利润大幅下降的压力,对酒精行业的影响非常明显,酒精价格上行无力,利润微薄,大量产能闲置。

这种困境和变化具体表现在,一方面是全年酒精保持低利润的价格水平波动。2013年酒精保持低利润价格水平波动,单位产品销售利润率下降6.0%,原料成本在除去副产品收入后达到销售价格的85%以上;另一方面,由于产能过剩、酒精产品高税负政策以及地方保护主义所造成的一些中小企业偷漏税,正在成为行业常态,它造成了市场竞争不能够淘汰落后产能。同时也使其它工作的开展效果大打折扣,如推动技术进步、节能减排、管理创新等。

积极的一个方面是,从国家统计局的数字看,通过近年来的发展,行业集中度不断提升,行业规模以上企业仅剩149家,越来越重视和农产品增值税进项税额核定扣除办法推行以来,也对行业产生了明显的积极作用。

王琦表示,在我国“十二五”期间实施的转变经济发展方式和调整经济结构的政策条件下,国民经济“十二五”后半期及未来经济增长将面临一定的下行压力。

“在‘十一·五’期间行业大量增加的产能靠消费增长来消化仍需要一段时间,同时在白酒行业需求减缓和利润水平下降的压力下,如高端白酒需求大幅下滑,大众消费白酒有所增长,酒精需求增长可能下降。行业利润水平仍将保持低水平,企业经营困境很难得到改善。”王琦表示。

不过,从原料方面,近期国家对玉米的临储收购对玉米价格起到了一定的支撑作用,尤其是东北。在大量玉米集中进入国储仓库的同时,贸易商和农民手中将没有多少玉米库存,酒精生产企业原料采购市场越来越小,刚性需求将渐渐显现。在临储拍卖之前后,玉米价格上涨将是大概率事件,最终影响酒精价格。

短期的需求有可能对酒精需求产生一定的促进作用,“在去年年底到今年年初,国家能源局新核准了四家燃料乙醇企业,形成了65万吨新产能和180万吨木薯需求。在这些地方的推广燃料乙醇初期,将会对酒精需求有一定的促进作用;而木薯需求大幅增加也会影响酒精的价格。”

(刘保健)

进口葡萄酒 相关术语翻译 将有规范

日前,由中国食品土畜进出口商会组织的《进口葡萄酒相关术语翻译规范》(送审稿)专家审定会在北京召开。商务部、国家质检总局进出口食品安全局、厦门出入境检验检疫局、深圳出入境检验检疫局、国家食品安全标准审评委员会的专家及建发酒业、上海卡晟高、ASC精品酒业、酷悦轩尼诗、厦门优传、华龙酒业、保乐力加、万福和贸易等进口商、经销商代表参加了专家审定会。

经过讨论,与会专家一致同意该规范的送审稿通过审定,专家组同意标准起草单位根据审定会相关意见对文本进行修改,形成报批稿,并按有关程序报批。预计今年年底,该标准将以商务部的名义发布,届时全国将统一推行使用这个翻译标准。

《进口葡萄酒相关术语翻译的规范》分为三部分:第一部分为一般概念,收录了在葡萄酒标签上可能出现的葡萄酒相关术语;第二部分为进口葡萄酒的酿酒葡萄品种中文翻译,并收录了品种别名、原产国、果实颜色等相关信息;第三部分为主要国家葡萄酒产区及酒庄译名,其中包括了产地、等级等一些葡萄酒专业术语的翻译规范要求。新的标准的施行,不仅将有效地规范进口葡萄酒相关称谓的翻译,也有助于消费者辨别和识别进口葡萄酒。(于佳音)

2014 广州春季茶博会 在广州中洲中心 落下帷幕

备受瞩目的2014广州春季茶博会日前在广州中洲中心落下帷幕。现场商洽及销售取得骄人成绩,来自云南的茶企业勐库戎氏、困鹿山茶业、班章茶业等再次成为展会亮点。

从地铁层到三楼,到处弥漫着新茶的清香。明前西湖龙井、黄山毛峰、六安瓜片、太平猴魁,明前碧螺春;2014新品“君山银针”黄茶;新出品的“凤牌”滇红,大益“英雄骏马”2014马年生肖纪念茶生肖茶,更有斯里兰卡锡兰红茶等,六大茶类数千品种最新春茶中洲中心齐争“鲜”。

竹叶青、峨眉雪芽、仙芝竹尖、天府龙芽、川红、早白尖、雅安藏茶、国圣、广安松针、米仓山、环太苦茶等耳熟能详的川茶名品,在展会上首次集体亮相,二楼的“四川馆”,面积近1000平方米,有上百家四川知名茶企参展,这是四川省政府“川货全国行”三大活动之一,展会头两天举办了“川货全国行广州站——川茶专场推介会”,“四川名优茶叶推介会暨川粤茶企对接会”等大型活动,展示川茶风采,前来品尝四川好茶的茶艺交流不息。

在地铁层“茶皇盛荟”展区,还可以品鉴到更多的稀世珍品:2000年357克班章2号熟饼;九七水蓝印熟茶;50年代武夷铁罗汉;1999年绿大树;中茶牌8853青饼等等,样样都是极品。

本届展会更加注重专业观众、专业买家,展会前两天为“专业观众日”,比上届增加了1天。多项活动的设置也注重专业人士的交流。

四川名优茶叶推介会暨川粤茶企对接会,四川与广东的商界、茶界相互交流,寻找、创造商机。

2014中国茶文化交流论坛之对话普洱,行业协会领导,知名的茶文化推广学者,教授,香港食神,普洱茶国家标准起草人,知名品牌普洱茶企业家,一起探讨普洱茶文化,进行思想碰撞。

共建优质平台,助推国茶文化——广州茶博会与广日集团《茶道生活》战略合作签约仪式,媒体与会展精英的战略合作。

同时,免费万人品茗,广场茶艺歌舞这些市民喜闻乐见的项目依然备受欢迎。展会现场,人流如织,展销两旺。

来自云南的勐库戎氏再次成为展会亮点,“戎氏现象”在中洲中心上演。此次公司带来的新产品受到了羊城消费者的青睐。

云南双江勐库茶叶有限责任公司,将传统制茶工艺与现代技术结合,主要生产普洱茶、滇红工夫茶和红茶等系列产品,集茶叶种植、初制、精制、产品研发和销售为一体。公司已分别通过QS和HACCP质量体系认证,先后被授予中国茶叶行业百强企业、国家级农业产业化龙头企业 and 联合国粮农组织“有机茶生产、发展与贸易”项目示范基地。

恰逢普洱困鹿山茶业公司成立10周年,公司推出金瓜系列新品吸引了与会者的目光,大家纷纷驻足拍照留念,困鹿皇茶的魅力无法抗拒。

普洱困鹿山茶业有限公司是一家集茶叶采集、加工、销售及茶文化传播为一体的企业。公司以“严格质量控制,规范企业管理,多元市场营销,完善消费服务”为目标,致力于“困鹿山”“贡普茶源”普洱茶品牌的发展。(张龙)

流动的红色 —— 中国葡萄酒文化渐形成

馥郁圆润的口感、红酡深邃的色泽,伴随着淡淡果香,葡萄酒凭借自身的独特魅力,赢得越来越多中国消费者的青睐。在5月29日闭幕的2014国际葡萄酒及烈酒展上,多位业内人士表示中国葡萄酒消费量将保持快速稳定增长,产值亦将迈上新台阶。

国际葡萄酒及烈酒展览会集团的数据显示,去年中国共消费18.65亿瓶红酒,较2008年上升136%,成为全球增长最大的红酒市场。

主营原装进口葡萄酒的也买酒总裁袁疆说,自2005年以来,中国消费者对红酒的兴趣与日俱增。2007年至2013年,中国红酒消费量大幅增加近三倍。他预计,未来5至10年,消费量将保持20%至30%的年均增长率。

“现在不仅一线城市,二三四线城市红酒

消费量也起来了。可以说,葡萄酒文化在国内正在慢慢形成。”他说。

中粮集团进口酒业务部总经理李士祯表示,葡萄酒在中国正经历从礼品向日常消费品转变的过程,未来行业的市场潜力巨大。

业内人士分析,葡萄酒日益流行的原因包括:相对于谷物酿造的传统白酒,葡萄酒更加健康,以及政府的推动。

数据显示,10年前,中国仅有20家左右的葡萄园,目前这一数字已增长至接近上千家。不少地方政府给予葡萄酒产业很大的扶持力度,新疆、宁夏、山东等省份还专门成立了葡萄酒局推动其发展。

“目前白酒的市场规模有5000亿元人民币,葡萄酒的市场规模仅为1000亿元。未来葡萄酒行业产值翻一倍到两三千亿规模的可

能性很大。”袁疆说。

随着中国葡萄酒消费量的增长,外国出口商也纷纷瞄准中国市场。位于法国著名葡萄酒产区波尔多的红酒制造商麒麟庄园总裁施乐对记者说,波尔多地区每年出口约7亿瓶葡萄酒,其中有1亿瓶出口至中国。作为进入中国市场较早的外国制造商,他相信中国进口葡萄酒需求量将持续增长。

位于美国加州的德利卡酒庄行政总裁大卫表示,加州85%的出口酒价格低于每瓶100元,性价比高,他相信加州红酒能在中国取得成功。

数据显示,2007至2013年期间,中国葡萄酒进口量上升七倍,占中国目前总葡萄酒消耗量的18.8%。作为亚太葡萄酒商贸中心,背靠内地、面向世界的香港从中获益。香港特

国际葡萄酒发 力“轻产品”

在此次展览会的众多展位和酒商的推介下,不难发现许多类似于水果葡萄酒、起泡酒和桃红葡萄酒等多种“轻”型葡萄酒

的身影。而法国卡思黛乐也特将旗下菲芸系列水果葡萄酒、斐冽香橙和多款桃红葡萄酒放在展位显眼的位置,给整个展区增添了一股“小清新”的气息。

据了解,菲芸系列水果葡萄酒目前已经是国内市场的“热销”单品。作为卡思黛乐的力捧对象,菲芸系列水果葡萄酒登上了国内外多个知名舞台。从去年的波尔多Vinexpo到今年的春季糖酒会、国际马术大师赛、再到刚落幕的Vinexpo亚太酒展,这款系列果味葡萄酒凭借其清新爽口的口感,征服了众多消费者,特别是年轻消费者的心。而斐冽香橙由于其特有的黄油及奶油鸡蛋卷味、杏子味,让它成为餐桌上的常客。

“针对年轻消费者,除了刚上市的水果葡萄酒外,今年还会引入起泡酒、香槟酒、桃红葡萄酒等。”阿兰·卡思黛乐透露,卡思黛乐集团与全球第二大香槟制造商波马利集团合作的产品,丽斯特桃红葡萄酒也将于今年7月引入中国。(肖满平 何鑫)

国内葡萄酒销量 4 年内将超欧美

5月29日,2014年亚太区国际葡萄酒及烈酒展览会在香港落幕。深圳首彩葡萄酒、法国卡思黛乐与来自全世界30多个产酒国的参展商一起精彩亮相。

法国卡思黛乐葡萄酒业务全球总裁阿兰·卡思黛乐在展会上发表观点称,未来中国葡萄酒消费市场前景一片向好,而年轻一代将成为葡萄酒消费的主力军。中国在3-4年内将会取代欧美成为全球最大的葡萄酒消费国,达60亿瓶。

该言论迅速在业界传播,引起广泛关注。深圳首彩葡萄酒总裁李文杰也认可该观点:“国内市场潜力无限,只要深耕渠道,销量将会大增。”

年轻群体将成消费主力军

据国际知名葡萄酒及烈酒展会最新发布的市场报告,中国葡萄酒市场在经历了持续10年高达25%的年均增长后,尽管2013年葡萄酒消费量出现下滑,但是在未来5年间仍将恢复增长,并成为全球领先的葡萄酒消费国。

阿兰·卡思黛乐认为,未来卡思黛乐将在2-3年内在国内再迎来新高峰。而且多位中国葡萄酒业巨头也同样看好未来中国消费市场的发展。

在限制“三公消费”的政策背景下,2013年国内葡萄酒市场的消费量有所下滑,此前由团购大宗主导的消费模式也逐渐发生了微

妙变化。按照比例划分,此前的团购大宗消费占据半壁江山,个人消费约占30%。但是现在团购大宗消费领域受到“三公消费”的“压制”,随之而来的则是“个人消费”市场逐渐兴起。

“个人消费到底能否填补团购大宗消费下滑空缺,我目前还不能预计,但我们关注年轻消费群体这个在个人消费领域的主力军。”阿兰·卡思黛乐表示。目前,中国整体的酒业市场,包括白酒、洋酒和葡萄酒,都竞相推出针对大众消费者,特别是年轻族群的产品,以期拓宽新的消费市场领域。

业内人士认为,年轻消费群体之所以在大众消费群体内备受瞩目,除了他们拥有一定的购买力,还体现在他们对新兴事物的接受程度较高。然而这个群体的消费喜好还处在市场摸索期,因此这也使得葡萄酒厂商需要不断地推出“新品”,迎合他们的口味。

