

洋酒巨头集体承压 短期或难以回暖

国内酒企惨淡的业绩已不新鲜,而遭遇市场压力的似乎并非只有白酒行业。世界最具规模的高级酒品公司帝亚吉欧周发布消息称,公司全年利润有所下滑。纵观各大洋酒公司的业绩表现,洋酒巨头们在华集体承压的事实已十分明显。

据公司最新发布的 2014 财年报显示,帝亚吉欧公司在截至 6 月 30 日的财年中,实现 22.5 亿英镑(约合 38.1 亿美元)的净利润,低于此前一年 24.5 亿英镑净利润的水平,而该公司的营业收入则下滑 8.5%至 139.8 亿英镑,净销售额下滑 9%至 102.58 亿英镑。

帝亚吉欧是水井坊第一大股东。帝亚吉欧在 2014 年年报中表示,水井坊业绩的下降,将会影响该集团每股收益下降 3.2 便士。这直接导致帝亚吉欧宣布对水井坊资产进行减记。财报称,已对水井坊资产减记 2.64 亿英镑,折合人民币 27.46 亿元。

7 月水井坊发布的半年业绩预告公告则显示,公司上半年预计将亏损 1.2 亿~1.4 亿元。

河南速冻企业 800 件水饺等食品捐往鲁甸地震灾区



云南省昭通市鲁甸县发生 6.5 级地震,灾情牵动着全国人民的心,也牵动着河南速冻食品企业的心。河南速冻企业三全食品、思念食品分别向鲁甸灾区人民捐赠 600 件、200 箱水饺、面点、馄饨等食品,三全食品的部分物资 6 日已抵达鲁甸灾区。

灾难发生后,三全食品结合震区灾民实际需求,立即调动云南当地资源第一时间展开援助。在征调鲁甸所有货源后,又急调临近昭通等地货源,向灾区人民提供 600 余件方便易食的水饺、面点、馄饨等产品。部分物资已抵达鲁甸灾区,其余物资随后也将陆续抵达。

三全食品总裁陈希表示,“天灾无情,人间有爱。尽企业一些绵薄之力,为受灾同胞送点吃的,帮助他们尽快渡过这个难关。密切关注灾区后期救灾工作进展情况,必要时再追加捐赠。”

鲁甸地震发生后,思念食品紧急部署成都和昆明分公司配发救灾物资送往灾区。考虑到灾区实际情况,该公司从两地公司调集熟制面点产品 200 多箱送往灾区。考虑到现在灾区民众的实际需求,思念食品准备了加热用的炊具。思念食品总裁助理王亚飞表示:“我们的产品及车辆、人员已经集结到位,整装待发,由于目前灾区的道路交通管制,只允许政府救援车辆和物资通行。等待民用车辆放行后,第一时间送往灾区。思念食品将密切关注救灾工作进展情况,随时准备追加捐赠物资。” (王登峰)

▼上接 P9 版

刘仲锁,以新徽商理念成就“毕昇”奇才

唱响三首歌,传播正能量

针对当前印刷业面临的严峻形势,靠谁解决困难,出路在哪里?这些问题需用简洁、通俗、易懂的语言教育引导员工,形成共识。作为在印刷界摸爬滚打 23 载的刘仲锁,他凭借自己的聪颖和睿智,很快找到了最佳答案。刘仲锁认为,《国歌》、《国际歌》、《西游记》主题歌的歌词就具有这样的功能。《国歌》里说:“中华民族到了最危险的时候”,可寓意 of 印刷业现在也处于最困难的时期,“向着敌人的炮火前进、前进、前进!”可理解为印刷企业必须披荆斩棘,因此,刘仲锁要求公司广播室每天早晨上班前播放《国歌》,要求职工时刻谨记:再大的困难,也要迎难而上。第二首是《国际歌》,歌词里说:“从来就没有什么救世主,全靠我们自己。”可理解为印刷企业要想摆脱困境,只能靠自己不断努力、不断开拓、不断创新、不断拓展市场。因此,刘仲锁要求广播室每天上午下班后播放《国际歌》,提醒广大干部职工,困难只是暂时的,只要努力就一定能克服。第三首歌是《西游记》主题歌,歌词强调:“敢问路在何方,路在脚下。”说明企业克服困难无捷径可走,唯有脚踏实地,从自己和现在做起才是出路。刘仲锁要求广播室每天下班后播放这首歌,提醒大家:明天还要继续努力,才会有美好的美佳明天。刘仲锁通过这三首歌,传播企业正能量,要求安徽美佳员工始终保持头脑清醒,振作精神。据记者采访时获悉:自从这三首歌出台后,全厂上下个个精神振奋,努力工作。

打造三个一,再创新奇迹

打造一个好的品牌,是企业长期撬动市



洋酒巨头遇困难

据悉,帝亚吉欧旗下的其他国际品牌也在华遭遇惨淡行情。其中苏格兰威士忌销售额下降了 20%,尊尼获加黑标的销售额下降 28%,而伏特加在中国的销量则猛跌 33%。

面对目前并不乐观的市场形势,帝亚吉

欧财务总监 Deirdre Mahlan 日前在接受媒体采访时表示,现在该公司在中国处于初期发展阶段,很有必要加大投资。

遭遇业绩急刹车的并非只有帝亚吉欧一家,几大洋酒巨头纷纷在中国市场中承压。

作为帝亚吉欧的主要竞争对手,法国酒

送酒 APP 纷纷出炉 比快能让消费者多买几瓶酒吗

7 月,各大酒企纷纷发布 2014 年半年报,多以净利下降甚至亏损预报为主,可见白酒行业仍未走出低谷状态。转眼,9 月即将来临,9 月 8 日就是中秋节,对酒类行业而言,这是一个属于他们的销售旺季。

或是为了迎接即将到来的商机,酒企、酒类电商、经销商们在近期纷纷动起了脑筋,尤其在 O2O 模式上均有动作,如搭建酒类 APP,试图通过送酒上门的方式来实现新的业绩突破。

这不,这边,“酒便利”承诺一个电话 20 分钟内送达;那边,“1919 酒类直供”放话 19 分钟送酒上门。前阵子,“酒快到”更是喊出了 9 分钟送达,而“酒运达”则更“快”,推出了 5 分钟送酒到家的服务……有消息说,中酒网也将在 8 月份推出一个叫“马上喝”APP 项目,提供的也是送酒服务。

比谁送酒更快,似乎成了酒类 APP 们讨好客户的法宝,消费者会为此买单吗?

送酒 APP 纷纷出炉,各烟酒行成其网点

“现在买酒根本不需要自己去超市扛,一个电话自然就有人送酒上门。”在一次夜宵中,一位酒友和满桌的朋友分享了他买酒的经验。记者留意到,不少酒企和酒类电商推出了各种送酒的 APP,旨在进军 O2O 领域,通过更便利的方式让消费者能买到酒,以此来促进销售。

近日,记者下载了一款酒仙网开发的名

款送酒软件堪比滴滴打车,不仅送酒的网点多,且送得快。对方承诺:9 分钟送酒到家。“酒快到”针对入驻的平台商户推出另外的激励机制,即如果商户每成功在“9 分钟”内将商品送到一次,将奖励商户 10 元奖金,每个商户每天有三次机会。反之,如果“9 分钟”没有送达,消费者可拿到 50 元代金券的“安慰”。

那么,“酒快到”真的有这么神速吗?记者打开了这款软件,通过定位功能发现,以杭州新华路为例,在附近就找到 20 多家提供送酒服务的网点。而点开其中几家网点,却发现并非想象中的酒类专卖店或经销点,而是大街小巷中经常看到的烟酒行。各家烟酒行都有不同的起送门槛,有的是 50 元起步,有的则是 100 元或 200 元。

在这些服务网点下面,都列了各类品牌酒的价目表,白酒、黄酒、红酒都不在少数,唯独鲜见啤酒。“让他们送啤酒,好比在网上卖卫生纸,还得免运费,价廉还多花力气,送货的还不得累个半死啊。”业内人士指出。

业内人士认为,送酒 APP 作为酒类开拓 O2O 渠道的主要方式,如今是酒类电商们跑马圈地的战场。“快的打车和滴滴打车抢占的是打车市场的份额,酒仙网和中酒网等想抢占的则是送酒市场,模仿之前两家打车软件的“烧钱大战”也在所不惜,一旦成功之后,圈了足够多的用户,其他酒企或酒类电商则再也无法来分一杯羹。”一位 IT 人士如此认为。

比快,送酒 APP 赛跑的“畸形标准”

使员工切实感受到家的温暖,劳动热情空前高涨。

造就“毕昇”奇才不断淬砺自己

毕昇,中国古代发明家,活字版印刷术发明者。刘仲锁,自从从事印刷包装工作以来,一直以鼻祖“毕昇”为奋斗目标,潜心于印刷包装业的技术研究和发明。特别是他提出的上述经营理念,在业界享有很高的评价,企业纷纷效仿。记得,刘仲锁刚到安徽迎驾彩印厂时,针对企业做的金卡、银卡产品等都用普通胶印和人工制作现状,不仅效率低,运转速度缓慢,而且损耗率也大。于是,他亲自通过市场调研后,力排众议,果断用上了 UV 胶印机后,大大提高了效率和质量。

粘箱勾底一次成形技术就是刘仲锁的发明。刘仲锁针对以前酒盒一次只能粘箱,不能勾底,而且 20-30 人一天也只能干 3-4 个产品的现状,刘仲锁心急如焚,夜不能寐。他通过同行介绍和自己的潜心研究和学习,终于攻克了这一难题。如今,一个班次就能生产 6-7 万个产品。

一分耕耘,一分收获。几年来,刘仲锁始终以一个共产党员的标准严格要求自己,以身作则,公私分明。安徽美佳公司先后获得“中国包装优秀企业”、“安徽省印刷包装行业 10 强企业”、“安徽省安全生产标准化三级达标企业”、“安徽省高新技术企业”等诸多荣誉,他本人也荣获“安徽省六安十大经济人物”荣誉称号。

多年来,刘仲锁用他的新徽商理念,成功打造出一个令业界称奇的安徽美佳,也把自己历练成为一个当之无愧的“毕昇”奇才!

业巨头保乐力加集团在中国区的业绩也表现欠佳。保乐力加表示,整体销售情况主要是受到最新财年第三季度中国销售加剧恶化的影响,前 9 个月,中国的销售下滑了 21%。

LVMH(法国酩悦·轩尼诗-路易·威登集团)此前也发布财报称,2014 年上半年,相比去年同期,LVMH 葡萄酒和烈酒业务的有机收益下降了 1%,利润下降了 15%。公司方面表示,政策使其烈酒业务受到了中国区经销商不断削减库存的影响。

短期或难以回暖

业内有分析认为,洋酒巨头们在面对市场变化时未及时调整并转变策略,或是导致其遭遇反转境遇的原因。面对业绩颓势,洋酒巨头们开始着手转变在华策略。中投顾问食品行业研究员向健军分析认为,洋酒行业近期难以回暖,面对需求的锐减和白酒的竞争,洋酒今后的营销策略和渠道拓展尤为重要。

(周可)

比快能让消费者多买几瓶酒吗

从 20 分钟送酒到家到号称 5 分钟就能上门,诸多送酒 APP 都在“比快”上面制造噱头,虽说能够短时间内吸引不少消费者的注意力,但实际效果又如何呢? 记者发现,送酒 APP 的尝鲜者不在少数,但是否能真正长久吸引住消费者用该软件来买酒却还是未知数,因为送酒光靠“快”是远远不够的。

白酒营销专家郭佑辰认为,送酒时间只是一个要素,不是关键核心点。几个送酒 APP 在送达时间上这么卖力吆喝和明争暗斗,表面上是展现强大服务网点的实力,其背后折射出了他们在 O2O 之路上用“战术或动作上的勤奋来掩饰战略上的懒惰”。

记者从“酒快到”上看到,很多负责卖酒兼配送的烟酒行,其酒价并不是特别便宜。如一家名为“博连综合商店”卖的 52 度小糊涂仙的价格为 179 元一瓶,洋河天之蓝的价格为 398 元一瓶,而这两种酒在很多酒类电商上的价格分别只要 120 元和 298 元左右。

由此可见,像“酒快到”这样送酒 APP 目前虽然整合了大量的酒类销售商,但在价格上并不能为消费者提供多少实惠。

“酒快到”上的酒类零售价,除了几款官网推荐酒是统一价外,其他酒类的定价都是由我们这些加入其网点服务的商户自己决定的。”一家风起路上的便利店的老板透露。

另外,有消费者担忧,由这些烟酒行配送的酒,如果存在真伪问题,这个后果是由送酒 APP 背后的酒类电商大佬负责,还是任由消费者去和烟酒行沟通呢?

(金梁)

新闻集装箱

●8 月 5 日,中国·河西走廊第四届有机葡萄美酒节(武威·中国葡萄酒城)新闻发布会在北京国际饭店会议中心召开。本次活动由甘肃省葡萄酒产业发展领导小组、甘肃省葡萄酒产业协会、武威市人民政府主办。中国·河西走廊第四届有机葡萄美酒节将于 2014 年 8 月 15 日至 9 月 15 日在中国葡萄酒城——甘肃省武威市举办,本届葡萄酒节的主题是:“相约河西走廊,醉美葡萄酒城”。举办目的是为了让更多了解河西走廊的葡萄美酒,进一步扩大和提升河西走廊有机葡萄美酒的知名度、影响力和辐射拉动力,以酒为媒,吸引更多的国内外投资者到甘肃投资兴业,吸引更多的国内外游客到甘肃旅游观光,促进河西走廊和甘肃全省经济加快转型升级跨越发展。

●2014 年 8 月 4 日,洽洽食品股份有限公司快速响应、第一时间通过中国扶贫基金会向云南鲁甸地震灾区捐赠 4000 箱洽洽早餐派,第一批 2000 箱已经从昆明运往灾区。洽洽食品股份有限公司成立于 2001 年 8 月 9 日,位于合肥市国家级经济技术开发区,主要生产坚果炒货类、焙烤类和薯片类等休闲食品。2002 年,“洽洽”商标被国家工商行政管理总局认定为“中国驰名商标”,品牌价值达 18.225 亿元。2006 至今,洽洽品牌连续位居“全国坚果炒货食品十大著名品牌”之首。先后荣获了“中国农产品加工企业 50 强”、“中国食品工业百强企业”、“中国食品工业质量效益先进企业奖”等荣誉称号。2013 年芦山地震发生后,洽洽食品股份有限公司第一时间通过中国扶贫基金会向四川雅安地震灾区捐赠善款 100 万元,物资 100 万元。

●8 月 3 日云南昭通鲁甸县发生地震灾害后,伊利集团紧急连线云南昭通灾区,在自救的同时,第一时间启动了互助救援行动。伊利集团通过应急信息反馈体系,组织云南、四川及贵州等地地震波及地区的工厂、牧场及供应商和经销商体系汇报各地员工受灾情况。在确保相关系统人身财产安全的同时,成立了专项抗灾小组,帮助受灾工厂和牧场度过难关。同时,伊利集团与西部企业基金会共同发起的公益项目伊利方舟工程,也在第一时间与灾区校长取得了联系,了解灾区孩子们的受灾情况,随时予以支援。

●近日,国家食品药品监管总局(以下简称:食药总局)下发通知,要求各地依法严格做好专项监督抽检不合格大桶水查处和大桶水质量安全综合治理工作。对专项监督抽检中检出的不合格大桶水,要责令经营单位立即停止销售,封存问题产品;对经营单位未履行进货查验、经营条件或经营环境不符合食品经营条件标准和要求,或经营超过保质期大桶水等问题的,要立即责令整改,整改不到位或拒不整改的,依法吊销食品流通许可证。对此,食药总局要求各地要严格各项监管措施,切实加强监管,全面组织开展大桶水质量安全综合治理,尽快解决大桶水的质量安全问题。食药总局将组织对大桶水监管及不合格样品处置工作进行督查和通报,并安排异地抽检。

●上半年,农业部组织开展了 2 次全国农产品质量安全例行监测,共监测了 31 个省(区、市)151 个大中城市的蔬菜、水果、茶叶、畜禽产品和水产品等 5 大类产品 98 个品种 94 项指标,抽检样品 20887 个。监测结果显示,总体合格率为 96.4%。其中,蔬菜、畜禽产品和水产品监测合格率分别为 95.9%、99.4%和 93.1%。水果、茶叶监测合格率分别为 90.5%和 93.3%。农产品质量安全形势总体平稳。农业部已将监测结果通报各地,要求对监测发现的问题进行认真整改,有针对性地开展农产品质量安全监督检查,依法查处不合格产品及生产单位。深入开展农产品质量安全监管年活动,大力推进农药及农药使用、畜产品“瘦肉精”、生鲜乳违禁物质、兽用抗菌药、畜禽屠宰、水产品禁用药物和有毒有害物质、农资打假等 7 项专项整治行动。严格农业投入品监管、生产记录和生产管控,加强监测抽查,畅通投诉举报渠道,建立严格的案件查处移送和责任追究制度。同时,积极推进农业发展方式转变,大力发展规模化、标准化种养植,确保生产源头质量安全。

●8 月 5 日,记者从重庆北滨路天月茶城了解到,目前市场上的云南普洱茶古树纯料比去年涨了 1 倍,其销售价每斤上千元,也有更昂贵的古树纯料甚至高达上万元。茶老板称市场上的绿茶也涨价了,重庆永川秀芽每斤 600 至数千元不等,各种滇红茶现在每公斤 2000 元左右。据分析,因劳动力和生产成本有所增加,今年茶叶价格都有上扬。

●日前,金种子酒发布 2014 年上半年业绩预减公告,预计 2014 年半年度实现归属于上市公司股东的净利润与上年同期相比,将减少 70%到 90%。2013 年同期,公司归属于上市公司股东的净利润为 27179.3 万元,每股收益 0.4890 元。受宏观政策和市场环境的影响,公司白酒业务营业收入下滑,同时公司加大了渠道费用及产品促销力度,销售费用投入增幅较大,导致利润大幅下降。

(综合)