

白酒业利润同比下降 四川拟出台扶持川酒产业发展政策

■ 周伟

行业调整已近两年,白酒业仍未走出下行周期。9月13日,记者从在成都举行的2014年四川省白酒业年会上获悉,今年上半年,四川省规模以上白酒企业达333家,完成产量178.6万千升,实现工业总产值993.2亿元,同比增长6.03%,规模以上白酒企业分别实现主营业务收入、利税、利润942.8亿元、186.31亿元、103.3亿元,主营收入同比略有增长,而利润同比仍为下降。针对川酒发展现状,会上,四川省政府相关负责人透露,省相关部门目前正酝酿出台扶持川酒产业发展政策,帮助企业渡过难关。

今年年初,四川省食品药品安全专项整治“亮剑行动”专门部署了酒类专项整治,严厉打击生产加工、销售用甲醇、工业酒精等非食品原料生产加工白酒的违法行为及虚假标识或标注“特供”、“专供”、“专用”、“特制”、

“特需”等字样白酒的违法行为。针对白酒整治难点的中小酒企业,省食药监局又出台了《2014年白酒中小生产企业专项整治方案》,重点检查是否采购并使用了食品添加剂而在产品中未明确标识,是否在固态酒中滥用食品添加剂,是否自查了“塑化剂”对白酒的污染因素等等。

在当天下午举办的川酒发展高峰论坛上,与会专家、川酒企业家和酿酒协会领导就我国白酒行业未来趋势、川酒如何应对、企业如何发展等重大问题进行了深入探讨。不少与会者认为,白酒行业未来趋势的不清晰和市场的不确定性,使白酒行业面临极大挑战,企业在产品结构、价格策略、营销手段、渠道选择等方面面临艰难选择,白酒业的分化重组在所难免。川酒作为全国同行领军者,有责任有能力率先走出一条新路,为我国白酒产业深度调整发挥正能量,成为行业发展的“核动力”。

► 现状

15家上市公司中报集体沦陷 行业调整陷深水区

■ 夏芳

中报数据显示,包括贵州茅台在内的所有白酒上市公司上半年净利润均呈现负增长。15家白酒上市公司中报净利润整体下滑,折射了当前白酒行业的现状。在这样的背景下,白酒企业在资本层面上开始了新的动作。

近日,金种子酒与沱牌舍得均发布重大事件的公告。其中,金种子酒表示,集团正在筹划涉及公司的重大事项。而沱牌舍得则称,接到公司实际控制人射洪县人民政府通知,拟引进战略投资者对公司进行战略重组。

从上述内容来看,金种子酒和沱牌舍得未来要引入战略投资者,虽然这是上市公司常见的行为,但发生在白酒企业身上,特别是在行业深度调整期中,两家公司的行为还是招来了资本市场的高度关注。

15家酒企净利润均负增长 专家称日子还将更难

数据统计显示,15家白酒上市公司上半年业绩整体“沦陷”,包括贵州茅台在内的所有白酒上市公司上半年净利润均呈现负增长。

据Wind资讯数据统计显示,15家白酒上市公司上半年实现营业收入合计为489.82亿元,平均同比增幅为-21.05%;实现归属于上市公司股东的净利润合计为164.44亿元,平均同比增幅为-103.74%。其中,皇台酒业、酒鬼酒、水井坊3家公司发生亏损,它们的净利润分别为-488.94万元、-4447.30万元和-1.22亿元。另外,上半年净利润降幅超过四成的公司有8家,分别是皇台酒业、酒鬼酒、水井坊、金种子酒、山西汾酒、沱牌舍得、老白干酒、泸州老窖,在报告期内,净利润同比增幅分别为-732.19%、-244.78%、-190.78%、-81.92%、-63.47%、-62.94%、-49.36%和-47.23%。

对此,白酒上市公司在中报业绩说明中也有清晰的认识到:“业绩下滑主要是白酒市场持续深度调整所致。”

事实上,自中央“八项规定”实施至今,白酒行业调整已经进入第三个年头,这期间无论是一线品牌,还是二、三线品牌,无一幸免都遭遇了业绩下滑。面对行业的调整,白酒企业也明白了“唯变方生”的道理,都在积极探索变革之法,进行自救。

在白酒专家肖竹青看来,白酒上市公司业绩表现充分体现了当前白酒业的现状,此轮行业调整已经让白酒企业开始伤筋动骨,未来,酒企面临的困难将更大。从而主动降价,到拥抱互联网进行渠道变革,再到资本运作筹

备上市,白酒行业探索自救的脚步从来就没有停止过。无论是五粮液的跨界玩法,还是茅台、泸州老窖的个性化订制,抑或是洋河大举布局O2O战略,众酒企都在进行多元化布局、多样化营销,尽管探索之路很难,但还是取得了些许成效。

但是,业内人士也指出,行业的调整还需要3年-5年的时间,对于那些在白酒黄金期艰难发展起来的次高端白酒企业,在一线名酒企业价格和服务下沉时,它们接下来的日子将更加困难,吸引战略投资者也是企业为了“活下去”而进行的不得已选择。

引入战略投资者 短期内可缓解生存压力

其实,在沱牌舍得与金种子酒发布引入战略投资者之前,市场上就有传闻称酒鬼酒大股东变动,中粮将间接控股酒鬼酒。这一消息也让公司股价在二级市场上出现大涨。这也充分说明,在酒类上市公司遭遇行业调整危机下,市场看好新鲜血液的注入。

根据沱牌舍得公告显示,公司接到实际控制人射洪县人民政府通知,拟引进战略投资者对公司进行战略重组。虽然引入战略投资者对沱牌舍得来说已经是旧闻,之前公司也曾公告过,市场早有预期。不过,沱牌舍得此次的公告仍然引发资本市场对它的追捧,股价在利好消息面前高开高走。

对于金种子酒引入战略投资者一事,市场有传闻称,复星集团旗下机构有望通过股权转让等方式从金种子集团手中接手后者所持有的金种子酒的三分之一左右的股票。金种子集团目前持有金种子酒32.07%股权。也就是说,复星集团旗下机构有望获得金种子酒约10%的股权,成为金种子酒的第二大股东。

虽然引入战略投资者计划,上述两家企业目前没有给出最终的官方方案,但是,市场上有不同的解读。在国企改革大背景下,国有白酒企业引入战略投资者也是顺势而为。也有言论称,这是因为酒企在此轮调整中缺乏现金流,为了生存不得不引入战略投资者。

对此,中投顾问食品行业研究员梁铭宣接受记者采访时表示,酒企引进战略投资者对于白酒企业摆脱当前困境、尽快走出调整期是有利的。因为整个白酒行业中除贵州茅台等个别企业业绩能实现增长、市场表现尚好外,多数企业都面临业绩下滑、竞争日趋激烈等困境。因此资金、渠道、人才、管理经验等外援非常重要。

业外资本依然青睐酒行业 将现兼并重组潮

事实上,业外资本对酒行业一直看好,之前联想集团旗下公司丰联集团收购了四家酒企,维维股份也想把酒板块打造成公司的主要利润点。虽然酒行业进入深度调整期,但种种迹象表明,业外资本对酒行业的热情依然存在。那么,在这样的历史节点上,白酒行业的兼并重组时机是否来临?

在酒类专家铁犁看来,白酒不是生活中的必需品,它应该最早市场化。但是,多数酒企都是国有企业,市场化程度不高。不过,在产业调整的大背景下,白酒行业的格局会产生重大变化,一线名酒茅台和五粮液等受行业影响相对较小,但是其它品牌(次高端白酒品牌)在行业调整期受到的影响较大,因此,这些企业进行改制是必然趋势。

铁犁对记者表示,促成酒企引入战略投资者有多方面的原因,有行业调整的因素,也有国家针对国有企业混合所有制改革的关系。总体来说,酒企引入战略投资者,一是政府有意愿;二是企业的管理团有意愿;三是收购方也有意愿。满足这些条件,企业引入战略投资者就会顺理成章。

同样,在梁铭宣看来,白酒企业引进战略投资者基于两个背景:一个是此轮国企改革浪潮,另一个是白酒行业的调整期。就引入资本而言,理应是具有资金、人才或者是渠道资源的资本或者企业。一方面,业内多数白酒企业业绩下滑,而当前又处于调整期的激烈竞争,因此资金注入以加强营销、抢占市场是十分有必要的;另一方面,随着白酒行业消费群体发生改变,渠道的改变较为重要,不排除企业引进民资以拓展渠道,如电商资源。

行业调整以及政府混合所有制改革是促成酒业兼并重组的外在因素,那么,在这样的历史背景下,白酒行业是否像啤酒行业那样加速兼并重组的进程呢?

在铁犁看来,在行业调整前,兼并收购酒企的成本非常高,如今,酒行业的深度调整将改变部分酒企的命运,此时进入酒企的成本比以往要低很多。另外,在政府倡导国有企业混合所有制改革的大背景下,业外资本进入白酒企业有了前提条件。“短期来看,引入战略投资者补充现金流,会让部分企业活下来。而从长期来说,新的管理团队和管理理念会促进公司的健康发展,不过,近期内不会出现大面积的兼并重组,未来3年-5年内白酒行业将出现兼并重组高潮。”

► 市场

四川上市酒企各显神通抢市场

■ 易铭

中秋节一过,国庆节即将来临。在白酒行业进入深度调整之际,节假日更是成为了酒企的兵家必争之地。各路酒企已开始八仙过海各显神通,为旺季预热了。据金融投资报消息,8月底,泸州老窖与《酒仙网》联手推出2斤装网络定制专销产品“三人炫”,其旗下经销商又冠名了10月19日的《国窖1573之夜,亚洲巨星演唱会》;水井坊通过游戏“穿越六百年”,在网上吸引了大量的人气;五粮液推出首款直营区域新品“五粮人家”,意欲抢夺华中市场;沱牌舍得则引入战投,进一步优化内部结构。

泸州老窖水井坊同触网

6月27日,泸州老窖的第七届董事会十六次会议审议通过了《关于投资设立泸州老窖电子商务股份有限公司的议案》,更是决定投资4200万元投资设立泸州老窖电子商务股份有限公司。然而,这还是第一步。

8月26日,泸州老窖与酒仙网共同宣布,将以酒仙网作为独家网络平台全国首发网络专销产品“三人炫”。这是继去年9月,全线产品入驻酒仙网后,泸州老窖在电商领域的再次尝试。

“三人炫”由泸州老窖总裁张良亲手酿造,首发价139元,首批限量40000瓶,并“买一赠一”。自当天下午开抢以来,“三人炫”短短一天便卖了3万瓶,这在白酒的低迷期,堪称奇迹。但对于泸州老窖来说,“三人炫”只是其拥抱互联网的一小步,未来还有更大的提升空间。

另外,在国窖1573下调价格后,为了进一步打响国窖1573的名号,泸州老窖旗下市级总代理——唐山同伟商贸冠名了10月19日举办的《国窖1573之夜,亚洲巨星演唱会》,冠名费高达400万。

无独有偶的是,外资背景的水井坊也选择了触网,这是新任董事长陈寿祺上台后的首次动作。契合中秋的节日氛围和水井坊600年的历史文化,水井坊推出了“穿越六百年”的游戏。完成游戏后打开神秘礼盒,便可获得水井坊礼品一份。在中秋节结束后,水井坊更借势在官方微博和官方微信推出了晒成绩,送礼品的活动。

市场分析人士称,利用电商将是白酒企业重构销售渠道的一个新课题。电商不只是传统渠道的补充,它是对传统销售渠道体系的一场革命。

五粮液力推中低端品牌

8月29日,五粮液推出首款直营区域新品“五粮人家”。五粮液董事长刘中国明确表示,五粮人家是五粮液在华中区域推出的第一款有针对性的区域品牌,它承担着五粮液在行业调整期拓展市场空间再一次实现企业弯道超车的重要战略意图。

作为五粮液筹备两年后推出的首款区域性战略产品,五粮人家显然是有备而来,此次推出的“家酿”、“家藏”两个系列,价格分别处于百元和二百元的价位段,而且风格根据不同省区文化特点而异。

不仅如此,五粮液旗下的经销商们也是蠢蠢欲动。兰州鑫源聚商贸有限公司特推“万事如意”精品52度买一赠一、“万事如意”珍藏52度258元、“万事如意”玉如意52度398元的特惠活动。

四川五纵投资公司对外宣布,其原价578元/瓶的五粮液再版1618经典款“贵宾级”酒,将在国庆节前,仅以198元/瓶发售,限量500箱,售完为止。而且消费者在购买该商品七日内不满意,只要没拆箱,就可无条件退货,并加退购买该商品的100%银行利息。

看来,为了促销,经销商们也是花样尽出,以期能在这个消费旺季,取得一定的销售成绩。

沱牌舍得以不变应万变

9月1日沱牌舍得发布公告称,射洪县人民政府做出《关于对四川沱牌舍得集团有限公司进行战略重组的决定》,拟引进战略投资者对四川沱牌舍得集团有限公司进行战略重组。

公司在去年3月份也曾发布公告,欲引进战略投资者,但之后因为市尝法律时效性等多方面原因未能有效推进。这次改制公司表示主要由射洪县人民政府主导,上市公司配合。只有当战略重组方案获批后,股权转让才会进入产权类交易所进行公开转让。

对于即将到来的国庆旺季,现在沱牌舍得一直岿然不动,以不变应万变。但从以往的经验可以看出,不主动出击的结果就是惨遭市场淘汰,这或许就是公司在这次行业变革中,业绩下滑最大的原因之一。

之前就有分析人士指出,沱牌的体制过于保守,已经跟不上这个时代的发展,引入战投是大势所趋。而银河证券对沱牌舍得引入战投一事也是忧心忡忡,其指出以沱牌这种省内市场竞争激烈、基地市场不够稳固且品牌推广进程受阻的企业来说,调整之路更是困难重重,改革在所难免,其调整周期可能也会比预期的要更长一些。

► 观点

白酒不可能是夕阳产业

■ 张德芹

“变”是当前酒业调整期的主旋律,但“变”应该是基于形势研判、自身现状及行业规律的变,而不是盲目的、无原则地变。

今年高端产品下调主导产品的出厂价,这说明几个高端白酒品牌开始进入实质性调整阶段,前期的挺价、保价反映了高端酒企在转型调整上还存有一些“幻想”,而下调出厂价则标志着几个高端酒企开始接受现实,回归理性。

从中长期来看,消费引导对酒业调整的影响还将不断深入,所以今后高端酒的总体销量还会持续减少。在去政务消费背景下,民宴将成为高端酒消费的主要载体。如果是家庭消费的话,就目前的人均收入水平来看,将来300元/瓶以上就应该算是高消费了。所以不管从消费规模,还是从价格水平来看,高端酒都会呈现一种“收缩”的趋势,但高端消费会始终存在,这是由消费的阶层化决定的。

把握酒业发展三大方向和趋势

关于白酒行业中长期的发展方向和趋势的判断,个人认为白酒企业需要把握三个关键点:

第一,前几年我们说白酒行业将回归理性,而当前的

酒业调整正是行业回归理性的必然阵痛。白酒行业回归理性没有时间表,但这是行业发展的必然方向和趋势。白酒行业回归理性体现在三个方面:一是白酒制造企业回归传统,保证酒质,生产厂家对利润的期望下降;二是市场运营更加贴近消费者,产品与消费者的距离变短,中间商的利润下降;三是消费者消费理性,以酒质量为消费追求,而不是价格与面子,这是行业走向成熟的标志。

第二,白酒行业集中度将大幅提高。白酒过去十年的高速发展伴生了太多的增长泡沫,这些增长有不正常和非理性的成分,而当前的行业调整实际上就是“去泡沫化”,比如过去一些依靠摄取行业过剩营养物质而“虚胖”的白酒企业和规模小、技术力量薄弱、质量不稳定、傍名牌的企业将被先洗牌出局。

第三,白酒商品属性的回归。在黄金十年的高速发展,白酒自身的商品属性是不清晰、不明确的。依托政商消费,白酒过去在产品属性上更多地沾染了面子消费的气息,掺杂了礼品消费的成分。从中长期来看,白酒回归一般商品属性将是大势所趋。这将对白酒企业提出新的要求:基于大众消费重新定位和构建白酒的消费价值和理由。

行业转型化解问题

白酒行业绝不会成为夕阳产业,白酒行业经历相当一段时间的调整后,行业转型会化解自身存在问题,使这一传统的民族产业走向稳定持续之路。

这一判断基于社会消费对白酒以下几个层面的刚性需求:

一、白酒的保健、养生功能是消费最基本的刚性需求。白酒,尤其是酱香型白酒在这方面优势比较突出,适量饮酒有益于身体健康,这在消费者层面已经成为一个基本共识。

二、社交层面的刚性需求。未来白酒产品将逐步回归其人际交往和沟通的基本人文属性,白酒已经深深融入了华夏民族的血液之中,这种需求也是刚性的。

三、白酒在精神和文化层面的刚性消费需求。白酒作为中国几千年民族文化中的一个基因和符号,对消费者精神和文化心理层面的占有是不可替代的,这也是一种刚性需求。

白酒不仅不会成为夕阳产业,相反白酒还是所有产业中少有的常青产业。回顾千年的民族文化,只是酒幡与旗号的改变,而白酒作为消费品是一直存在。在上百年的民族品牌中,白酒居多。展望未来,如果中华民族不再喝白酒,我们的文化基因会不会出现缺失,中华文明走向世界的载体会不会缺乏?