

白酒调整或成常态

继 2014 年“中考”受挫之后,白酒上市公司在属于传统淡季的第三季度,再次交出一份“难看”的成绩单。

尽管早有预期,但近年来频频报亏的皇台酒业在前三季度的表现,还是让业界大跌眼镜。皇台酒业在 10 月 24 日晚间披露的季报显示,公司前三季度营业收入 4901.71 万元,同比下降 21.26%。季报同时称,本期净利润亏损,系主营业务总收入比去年同期下降所致。

前三季度报亏的白酒上市企业并非皇台酒业一家。根据已经公布的几家白酒上市公司的季度报告或者业绩预告,白酒企业前三季度整体业绩不佳,白酒深度调整远未触底。券商人士在上半年对“白酒股受益于估值切换和中秋旺季,将在第三季度出现反弹”的预测,也随之破灭。

白酒三季度颓势已定

在已经披露前三季度报成绩单的白酒企业中,业绩亏损几乎已经成为了常态。一直运气不好的酒鬼酒可能要在今年延续噩梦。酒鬼酒 10 月 23 日晚间发布的三季报显示,第三季度营业收入为 9259.73 万元,同比下降 10.34%;归属于上市公司股东的净利润为-3156 万元,同比下滑 204.29%。从前三季度的情况来看,酒鬼酒实现营业收入 2.71 亿元,同比下降 43.84%,亏损 7603.36 万元。酒鬼酒如此业绩势必会对全年成绩形成巨大压力。酒鬼酒接连发布 2014 年度业绩预告显示,预计公司 2014 年全年归属于上市公司股东的净利润亏损 9000 万-12000 万元。对于年亏损原因,酒鬼酒表示,是因为销售收入大幅下降,同时,因调整产品结构,导致产品整体盈利能力下降。

抱团前行 徽酒成立流通商会

日前,徽酒迎来行业之喜——安徽省酒类流通商会成立大会成功举办,标志着安徽酒类流通领域的专属组织正式成立。安徽省商务厅副巡视员李庭信、安徽省民政厅民间组织管理局副局长贾宝民、安徽省工商联秘书长李俊波等相关领导;中国酒业流通协会副会长兼秘书长刘贤、中国酒业协会白酒分会副秘书长甘权、国家酒类及加工食品质量监督检验中心白酒鉴评组组长钟杰、河南省酒业协会副秘书长路冬梅等行业专家以及众多媒体应邀出席了本次成立大会;包含安徽省前 100 名主流酒类经销商的近 300 家安徽省酒类流通商会会员共同见证了商会的成立。

大会审议并表决通过了《安徽省酒类流通商会章程》、《安徽省酒类流通商会会费标准及财务管理办法》以及《安徽省酒类流通商会第一届会员代表大会选举办法》,选举产生安徽省酒类流通商会第一届理事机构,选举安徽古井集团董事长梁金辉为商会第一届会长,共创远集集团董事长司圣国为执行会长,合肥百维食品饮料有限责任公司董事长黄山为监事长,安徽戈斯曼国际葡萄酒有限公司总经理王福涛、安徽天韵集团董事长肖天军为常务副会长,安徽瑞泰经济发展有限责任公司董事长吕昌宏、芜湖典润商贸有限公司董事长孙勇、宿州新时代糖酒有限公司董事长刘法永、淮南市金鼎成商贸有限责任公司董事长何平、马鞍山润霖商贸有限公司徐善玉、安徽益力商贸集团有限公司董事长刘吉芬、来安县长江商贸有限公司董事长孙秀江、黄山市吉丰商贸有限公司董事长胡继峰、淮北市顺达商贸有限公司总经理赵守断、安庆卡斯特销售有限公司总经理陈天国为副会长。大会选举华润雪花啤酒(安徽)有限公司为名誉会长单位,同时选举产生名誉副会长单位 8 家、常务理事单位 36 家、理事单位 76 家、商会专家顾问 5 名,会议现场举行了揭牌和授牌仪式。

当选会长、安徽古井集团董事长梁金辉发表致辞,表示将履行好会长的职责,为推进安徽省酒类流通领域的发展贡献出自己的力量,并表达了关于商会的三个愿望。第一,切实做好服务,以会员的利益至上;第二,致力于打造三个平台:构建有效的沟通平台、搭建安徽酒类流通领域的合作平台、构建成长成功的发展平台;第三,对商会理事会和秘书处提出一些希望,希望全体会员同舟共济,共同发展,为安徽的经济与繁荣做出贡献。

会中,司圣国当选为安徽省酒类流通商会执行会长并发表讲话:从行业需要、徽酒内在需求和徽酒品牌发展三个层面指出商会成立的重要意义,提出“汇聚徽酒力量,助推行业发展”的商会理念,并以“规范、桥梁、价值”六个字准则为导向,争取把安徽省酒类流通商会打造成为安徽酒业的展示之窗、徽酒政企沟通的桥梁、安徽酒商的战略合作平台以及全国酒类行业的优秀商会!

安徽省酒类流通商会的成立,成功填补了安徽省酒类流通组织的空白,为促进徽酒的发展迈出了重要的一步。(华夏)



今年成功登陆 A 股市场的今世缘继上半年出现净利润同比下降之后,也并未有明显改善。公司前三季度营收 19.21 亿元,同比下降 6.34%;归属上市公司股东的净利润为 5.65 亿元,同比下降 5.78%。沱牌舍得似乎出现了复苏态势,但净利润方面还是不可避免地出现大幅度减亏。报告期内,沱牌舍得实现营业收入 10.29 亿元,同比增长 1.53%;归属于上市公司股东的净利润 608 万,同比减少 18.85%。

近期身陷 1.5 亿元存款被盗事件的泸州老窖还遭遇了三季度净利“腰斩”之痛。公司 1~9 月实现营收 47.74 亿元,同比下降 41.47%;净利润 12.47 亿元,同比下降 53.92%。其中,第三季度实现营业收入 11.37 亿元,同比下降 60.81%;实现归属于上市公司股东的净利润 2.86 亿元,同比下降 67.64%。已经公布三季度业绩的山西汾酒也不乐观,其 1~9 月实现营收 30.09 亿元,同比下降 43.27%;净利润 3.99 亿元,同比下降 66.39%。其中,第三季度营收 7.09 亿元,同比下降 42.78%。

此外,水井坊在今年中报中就曾披露称,

预计公司今年 1~9 月及全年累计净利润仍为亏损。青青稞酒也预计前三季度将实现净利润 2.44 亿~3.05 亿元,同比下滑 0~20%。与青青稞酒一样,洋河股份也在中报中预计,2014 年 1~9 月归属于上市公司股东的净利润变动幅度为-15.00%~0.00%,归属于上市公司股东的净利润为 38.22 亿元~44.98 亿元。

白酒调整或成为常态

到目前为止,唯一的例外者是顺鑫农业。受益于公司白酒(牛栏山)销售市场扩大,销量及销售收入增加。顺鑫农业 1~9 月营收 71.42 亿元,同比增长 8.86%;净利润为 2.82 亿元,同比增长 77.69%。今年 7~9 月,公司实现营收 13.41 亿元,同比下降 24.37%;归属于上市公司股东的净利润为 3622.75 万元,同比增长 162.42%。

尽管有顺鑫农业“一枝独秀”,但这无法改变业界对白酒行业整体下滑的判断。随着各大白酒上市公司三季度报披露的业绩下滑,有业内人士坦言,整个白酒上市公司前三季度业绩不佳将是普遍情况,即便是行业龙

筠连乌蒙韵红茶进京

■ 北商

随着人们养生观念的日益强化,喝茶也越发地精细和讲究。11 月 7 日“立冬”,天气新冷,很多人会出现体寒、生理机能减退等症状,而红茶甘温,能帮助人们暖胃驱寒,同时,红茶是经过发酵烘制而成的,茶多酚在氧化酶的作用下发生酶促氧化反应,其含量减少,对胃部的刺激性也随之减小,因此,很多喝茶的人这个季节讲究喝红茶。

我国的红茶有祁红、滇红和川红等,顾名思义,祁红是产自安徽祁门县及周边的红茶,滇红是主产云南临沧、保山等地的云南红茶,川红以产自四川宜宾的红茶最有名。宜宾地理条件得天独厚,种茶历史悠久,是茶马古道的重要驿站,四川最大的茶叶主产区,被誉为“中国红茶之乡”。

四川宜宾筠连县的茶树是我国茶类中特早发芽的品种,鲜嫩的茶芽,不能用手掐断,而是使用轻弯弹断的手法,这样生产出来的

芽茶就没有红梗,保持了绿叶的美观。发源于宜宾筠连县的金黄白露茶,因其优越的生长环境和独特的茶香,被公认为中国三大工夫红茶之一,产品远销欧美、俄罗斯、美国等地,以“早优双绝”誉满天下。如今,“乌蒙韵红茶”凭借地处宜宾筠连县内高海拔地域及天然的富硒优势,从川红茶中脱颖而出,走出四川宜宾的大山,以亲民的价格走进了北京。位于前门大街的百年老字号庆林春和花市大街上的老字号启元茶庄,率先把好喝不贵的“宜宾筠连县乌蒙韵红茶”引进北京,在祁红、滇红之外,使北京喜欢红茶的茶客有机会一品川红中的奇葩——宜红。

“宜宾筠连县乌蒙韵红茶”是宜宾市筠连县乌蒙韵茶业有限公司的拳头产品,具有富锌富硒的特色,以“茶条紧细、色泽乌润、香气鲜爽、滋味醇厚、汤色红艳、叶底红匀”驰名。北京庆林春和启元各店的上市价格为 280~320 元/斤,其中散装三款,更有礼盒包装。

多国专家以“茶”论道 探讨茶叶未来之路

茶叶、丝绸、瓷器已是中国在世界中的文明象征。11 日,2014 国际茶叶学术研讨会在浙江杭州开幕,来自 23 个国家和地区的 80 多个专家参会,据悉,此次研讨会共收集到 100 余篇论文,代表了当今世界茶叶学术研究的最新进展和成就。

中国是世界产茶大国,2013 年中国茶园面积为 257.9 万公顷,茶叶产量 193 万吨。

中国国际茶文化研究会会长周国富表示,目前中国茶叶已销往世界 100 多个国家和地区,也有 50 多个国家和地区的茶产品在中国销售,中国已形成全方位开放的茶叶交易格局。

在此背景下,此次是由中国农业科学院茶叶研究所、中国茶叶学会共同主办的一次茶叶学术盛会,研讨会主题是“创新与发展”。中国工程院院士陈宗懋认为,茶产业是备受瞩目的朝阳产业,在经济全球化大背景

下,茶产业发展走国际化的道路将成为众多国家的选择。

在谈到科技创新与茶产业发展时,陈宗懋称,正因为茶产业“前途光明”,科技创新愈发重要,“茶叶自动化加工将是未来的方向。”举例称,日本使用自动化器械进行绿茶生产,每天 5 吨的茶叶只需要 2 个工人,印度只需花 1 个多小时就可将新鲜黑茶烘干。

此外,除了陈宗懋外,来自孟加拉、印度、日本、印度尼西亚、肯尼亚等 11 个国家的专家也介绍茶产业发展情况。

近年来,随着全球气候变化,自然灾害频发,对茶叶生产造成较大损失,对此,中国农科院农业与气候研究中心研究员林而达针对气候变化,作了对茶叶影响的研究报告;德国化学权威专家 Ulrich H. Engelhardt 则作了关于茶叶生化方面研究报告;美国教授 Chung S. Yang 对茶叶预防慢性病方面研究的专门报

告。头茅台和五粮液处境也会“比较艰难”。

此观点有别于业界上半年对白酒行业的论调。之前,随着白酒股 6 月份下旬迎来一场集体上涨的“小阳春”,基本上也迎来一定程度的热销。行业普遍认为,白酒行业有积极的因素在酝酿,甚至认为白酒股或将在三季度迎来一次触底反弹的时机。

然而,随着旺季不旺的中秋、国庆双节来临,加上今年白酒经销商备货的积极性也不如往昔,这两个因素并未刺激到白酒股上涨。加之白酒企业业绩在三季度的“报忧”,白酒行业调整并未有“消退”的迹象。

白酒业基本面的调整时间长于业界对它的预期,甚至将成为近一段时间内的一种“常态”。也就是说,行业调整期将延长。银河证券食品饮料行业高级分析师董俊峰就判断,从目前总体形势来看,2014 年,白酒业仍将维持深入调整的态势。

调整处于“常态”之下,白酒行业该何以寻找增长的契机?

董俊峰从山西汾酒的具体观察来看,认为汾酒可以期待结构调整后的恢复性增长。目前,汾酒的青花瓷系列渠道库存已经下降到相对较低水平,随着四季度部分剩余库存的继续清理,公司业绩有望迎来新一轮恢复性增长。

同时,当前和未来几年处于行业并购重组的黄金期,加上外部大环境的混合所有制改革,白酒行业有望迎来国企改革释放的红利。白酒行业上市公司目前基本以国有控股企业为主导,长期以来行业运营效率较低。

随着各大白酒上市公司迎来重组,白酒行业有望进入形成鲶鱼效应,推动全面发展的改革时代。而白酒国企改革伴生的是更加市场化的激励机制,机制搞活将还原这个传统的强盈利潜力的行业真实的盈利能力。

(刘保建)

不容易 搭配葡萄酒的 6 种食物

1.巧克力
不宜搭配的原因:巧克力会带来丰富的风味,时而苦涩,时而香甜,还时常伴有油脂和泥土味。当与干红葡萄酒搭配时,葡萄酒会带走巧克力的油脂和甜味,只留下单宁的涩味和酒的一丝酸味。同时,在巧克力浓厚风味的压制下,葡萄酒中的水果味(黑莓或樱桃味)也消失得无影无踪。不过,还是有适合与葡萄酒搭配的巧克力,比如,不含单宁的白巧克力。

适合与巧克力搭配的“小伙伴”:甜红葡萄酒。

2.甘蓝
不宜搭配的原因:甘蓝是一种十字花科蔬菜,带有坚果、泥土和轻微的硫磺味,而其中的泥土味和硫磺味正是导致甘蓝不宜与葡萄酒搭配的元凶,这种硫化化合物的气味让葡萄酒尝起来像带有缺陷似的,令人不快,而这种化合物还常见于大蒜、西兰花、花椰菜和芦笋等蔬菜当中。

适合与甘蓝搭配的“小伙伴”:干型马德拉酒。

3.芦笋
不宜搭配的原因:和甘蓝一样,芦笋也含有硫化物。同时,芦笋叶绿素含量过高,因此草本植物味更加浓厚。大多数蔬菜都能和激爽的干白葡萄酒如长相思(Sauvignon Blanc)搭配,但芦笋却不能。

适合与芦笋搭配的“小伙伴”:芦笋的最佳拍档是稍微冰镇的干型雪利酒(Sher-ry)。

4.蓝奶酪
不宜搭配的原因:虽然大多数奶酪可以与葡萄酒搭配,但蓝奶酪却是个例外,这主要是因为蓝奶酪含有一种名叫 alkan-2-ones 的芳香化合物,这种物质常出现在沼泽苔藓中,气味难闻,会掩盖掉葡萄酒的风味,所以不宜与葡萄酒搭配。

适合与蓝奶酪搭配的“小伙伴”:波特酒。

5.寿司
不宜搭配的原因:生鱼片、海带等海鲜料理不宜与一般的红葡萄酒搭配。日本一项研究表明,红葡萄酒中微量的铁元素接触到海鲜食物,会给口腔带来一种鱼腥味,令人不悦。

适合与寿司搭配的“小伙伴”:极干白葡萄酒或自然干型香槟。

6.酱油
不宜搭配的原因:酱油的酸味会使得葡萄酒的口感肥胖,不够细致,但是,酱油中的咸味又能减少某些葡萄酒中的单宁涩味。

与酱油搭配,需要遵循互补或一致原则。

互补原则:创造出一种咸甜风味。例如,酱油菜肴搭配莫斯卡托起泡酒或阿奎布拉克多这种类似梅子酱的起泡酒,会有红烧的风味。

一致原则:增加更多的鲜味。例如鲜味葡萄酒包括法国南部以佳丽酿、歌海娜为主的葡萄酒和撒丁岛的卡诺祖红葡萄酒、意大利南部巴斯卡利塔的孚图艾格尼科葡萄酒等,这些葡萄酒与酱油菜肴搭配会带来更多的水果味。(大洋)



中国人均啤酒消费量已略高于世界平均

“目前我国人均啤酒消费量达 34.2 升/年,已经略高于世界平均水平约 33 升/年,国内啤酒消费量正趋于饱和。”中国酒业协会啤酒分会秘书长何勇接受记者采访时表示,“中国啤酒行业才刚刚进入成熟期。”

公开数据显示,今年 9 月,啤酒产量 412.43 万千升,同比下降 10.83%,这是继 8 月产量同比下滑 6.52%之后的再次下滑。

目前 1~9 月,国内啤酒总产量 4092.45 万千升,同比增长 1.74%,”国内啤酒产量趋于平稳,今年全年,撇开突发产生的因素,四季度应该增长,全年仍有增长,在 1%左右。”何勇预计。不过这个增长数字显然年年在递减,2013 年,啤酒产量全年同比增长 4.6%,产量完成 5061.5 万千升。

何勇认为,今年 7~9 月产量负增长主要

由几个原因造成,首先是天气原因,这几个月下雨较多,天气对啤酒消费的影响较大,以浙江省为例,数据显示,7 月该省平均气温 28.2 摄氏度,比去年同月 30.3 摄氏度低 2.1 摄氏度,降水量比去年同月多 3 倍,35 摄氏度以上高温天气 8 天,比去年同月 21 天少 13 天,是 10 年来最凉爽的 7 月。天气不热,给啤酒产销带来较大影响。该省 21 家主要企业中有 19 家产量下滑。

其次是特殊赛事对啤酒的影响,“世界杯使得啤酒商提前备战,消费量提前释放,但我国的啤酒消费量是稳定的,前几个月提前消费了,之后几个月就出现了间歇期。”何勇表示,因此世界杯对整体消费量的增长并没有很大作用。

不过从长期来看,国内啤酒消费量已经

趋于饱和,“虽然说欧洲很多国家的人均啤酒消费量比我们国家高得多,但亚洲人的酒精耐受力 and 欧洲国家是没法比的,所以不能简单类比,目前我国人均啤酒消费量已经超过了世界平均水平。”何勇表示,他并不认为“三公消费”等因素是制约啤酒产量上升的原因。

因此,消费量趋于饱和或会使国内的啤酒行业进入“零和竞争”,何勇认为,这才是国内啤酒行业进入成熟的标志,“当消费量开始趋于稳定,消费者对从量的追求满足后,自然就会加大对质的追求。目前国内啤酒由于竞争过度,平均水平还是比较低,未来向中高端发展是趋势之一。”

这种消费量趋于饱和对啤酒企业实现预期销量增长也有着压力,以燕京啤酒为例,去

年全年生产销售啤酒 571.4 万千升,同比增长 5.8%,但今年三季报显示,该公司 1~9 月份,实现啤酒销量 471 万千升,同比下滑了 3.88%。青岛啤酒前三季度销量 815 万千升,同比上升 8.23%,不过该公司往年均保持两位数增长。

一位不愿透露姓名的啤酒业内人士对本报记者分析认为,消费量下滑或与互联网冲击有关,“消费者对品牌的喜爱的作用逐渐减弱,我们感觉现在推广一个品牌付出的费用越来越多,但效果却不再明显,因此我们又不不断地投入费用推广。”从三季报来看,青岛啤酒前三季销售费用为 49.95 亿元,同比增长 1.77%;燕京啤酒为 14.54 亿元,同比增长 1.11%。(陆瑰倩)