

# 预调酒 白酒企业转型的突破口?

2014年,啤酒行业更是24年来首现负增长。与此同时,预调酒市场逆势增长,且增幅迅猛。据数据显示,2013年预调酒市场产值约10亿元,2014年同比增长200%,达到30亿元,而2015年预计将扩大到50亿元。

古井贡、五粮液、洋河等白酒巨头纷纷推出各自品牌的预调酒,扎堆而来,无疑是看重了预调酒市场的丰厚利润。此外,市场细分下的预调酒能否成为白酒行业走出瓶颈困局的制胜奇品,一些白酒企业仍在探索。

## 依靠热播剧广告植入 RIO、冰锐两家独大

预调酒市场到底有多热?在今年的成都糖酒会上,30家预调酒品牌扎堆亮相,一时成为此次糖酒会的焦点。此外,五粮液经过100余次的调配实验,于2014年推出“德古拉”预调酒。古井贡、水井坊也纷纷斥巨资成立预调酒子公司。

目前,预调酒市场虽然品牌众多,但RIO、冰锐两大预调酒品牌市场优势十分明显。据粗略估算,冰锐此前凭借在《爱情公寓》、《北京青年》的广告植入,深受年轻人的追捧,虽然目前被RIO赶超,但依然保有市场份额的20%至30%。RIO预调鸡尾酒后来居上,市场份额超过40%。

记者登录京东和天猫等电商,搜索预调酒,人气和销量最高的依然是RIO和冰锐两大巨头。在北京几家大型超市中,RIO和冰锐的优势更为明显,货柜摆放量就完爆其他预调酒品牌,达到80%,其中RIO达到50%。据导购员讲述,虽然预调酒价格比其他灌装啤酒高一倍左右,但依然阻挡年轻消费者的青睐。其中,RIO预调酒的顾客中,女性消费者占相当大的比重。“五颜六色的预调酒比较容易讨得女性消费者的芳心。”

随着周迅代言和《何以笙箫默》中的广告植入,RIO预调酒迅速走俏。此外,RIO隶属

的上海巴克斯酒业2014年还赞助了综艺娱乐节目《奔跑吧兄弟》,《奔跑吧兄弟》的大红大紫,也令RIO的营业收入一路狂奔。根据百润股份发布的数据显示,其旗下子公司巴克斯酒业第一季度营业收入近8亿元,营业利润4.02亿元。

## 白酒做基酒 口感尚待提高

预调酒是在基酒中加入果汁预先调好的低酒精饮品。RIO的基酒为伏特加,冰锐的基酒为朗姆酒,而五粮液德古拉采用的是白酒,对于以白酒作为基酒的预调酒,部分消费者表示口味不佳,“酒味大,果味浓,喝不惯。”林红坦言,白酒作为基酒,味道上确实还有提升空间,但在目前行业规范尚未确定的预调酒市场上,五粮液最重要的是保持自己的特色。

此外,预调酒市场的主要消费群体多为年轻人,不同于白酒受众人称。白酒巨头投资预调酒市场,品牌的定位、宣传和营销无一不面临挑战。业内人士建议,白酒行业进驻预调酒市场要兼顾口味与受众。

## 预调酒市场不惧冲击

作为预调酒市场的两大领头羊,RIO和冰锐在市场竞争上本就打得火热。白酒企业蜂拥而来,虽然初期冲击力略显疲软,但随着后期的投入,也势必会引起新一轮的市场争夺。此外,预调酒市场受众群体多为80、90后年轻人,属于小众市场,一旦产量暴涨,处于导入阶段的预调酒市场是否会饱和?

与啤酒、白酒不同,预调酒酒精含量相对较低,在3%至7%之间。既能满足人们的饮酒需求,又不会对身体造成过多的伤害。随着健康理念深入饮食领域,预调酒会越来越受欢迎。这也是业内人士看好预调酒市场的原因之一。

对于白酒企业扎堆预调酒市场,达奇北京的大区经理坦言,冲击一定会有,但并不值得担心。“竞争多了,品种多了,消费的群体也会增多。一旦人们的消费习惯形成,预调酒成为像可乐、啤酒这样的大众饮品,这个市场容量就很大了,未来应该可以达到500亿。”他还表示,竞争也会导致预调酒市场出现第一梯队、第二梯队,这是在所难免的。

此外,林红也表示,目前谈论预调酒市场饱和问题为时尚早。预调酒市场尚处于萌芽阶段,只是随着RIO的火热引爆了预调酒市场。另外,由于准入门槛较低,行业规范尚未确定等原因,五粮液在不断改良工艺的同时,也会继续探索这一市场。

## 预调酒高额毛利 中式预调酒难分羹

除了市场上的火爆,预调酒高额的毛利也是众多白酒巨头组团而来的原因。有酒业专家推算,RIO的成本在1.8元左右,出厂价在7元左右。记者通过走访北京几家大型超市发现,RIO在家乐福等大型超市的售价为13至16元不等。而从上市公司的公告中也可看出,RIO隶属的巴克斯酒业的毛利率在2013年、2014年分别达到72.32%、75.36%。此外,去年12月才涉足预调酒市场的黑牛食品,在2014年报中,“含酒饮料”即预调酒的毛利率为76.73%。如此高的毛利引得众多白酒企业纷纷为预调酒折腰,也就不足为奇了。

预调酒市场火爆,但也并非每个入局者都能稳赚不赔。黑牛食品去年12月推出预调酒品牌TAKI,并重金邀请了深受年轻人追捧的韩国影星金秀贤做代言,但其旗下预调酒公司广州市达奇生物科技有限公司2014年净利润却呈小幅亏损,营业收入1045万元,亏损12万元。

记者对此采访了广州达奇在北京的一位大区经理,据他分析,达奇预调酒上市适逢春



高福林摄影

节,并非预调酒销售旺季。另外,虽然请了金秀贤做代言,但相比RIO大概4亿的广告投入,打造品牌价值的力度依然不够。

食品大亨投资预调酒市场小幅亏损,白酒大佬分羹预调酒市场的结果只能用“惨淡”来形容。五粮液去年11月推出了德古拉7度中式预调酒,在该酒诞生之前,国内还没有以白酒作为基酒的预调酒出现。德古拉在京东商城有蓝莓、柠檬和石榴三个口味在销售,单价38元,远高于预调酒平均价格。五粮液果酒公司主任林红表示,这是由于德古拉以白酒为基酒,加入天然果汁,本身成本就偏高的原因。

截至5月10日,德古拉预调酒在京东商城累计评价82条,与RIO、冰锐动辄数千条的评价差别明显。此外,在线下的大中型超市中,更是难见中式预调酒的身影,很多导购甚至不曾听说中式预调酒。“RIO和冰锐都是预调酒市场的成熟品牌,白酒行业预调酒市场惨淡,这是一个初学者必然经历的过程。”

(李小娟 高福林)

## 嘉士伯完成 重庆啤酒要约收购

12日,重庆啤酒发布公告称,重啤集团日前已经累计减持了其持有剩余的重庆啤酒2396.38万股股份,自此不再持有重庆啤酒股份,而嘉士伯香港也由此完成对重庆啤酒的要约收购。

据悉,早在2013年11月,嘉士伯香港就发起部分要约以收购重庆啤酒最多30.29%的已发行股份,并与重啤集团签署了一份股份转让锁定协议,规定重啤集团应以其当时持有的全部20%重庆啤酒股份接受要约。当时便有分析称,此番要约完成后,嘉士伯将最多持有重庆啤酒60%的股份,拥有绝对控股地位,而重啤集团或将彻底退出重庆啤酒。

在业内人士看来,从嘉士伯对重庆啤酒的步步增持便能看出其对于拓展中国市场的野心。

有数据显示,中国目前是全球最大的啤酒市场,并购本土啤酒企业将有助于其扩大业务,加快其在国内市场的发展。嘉士伯此番对重庆啤酒的抄底收购,真正目的并不在于从资本市场直接获利,而是希望借助重庆啤酒的品牌和渠道为其铺路。

实际上,作为全球啤酒巨头的嘉士伯早已在中国西部市场攻城略地。据了解,啤酒花、西藏发展、兰州黄河等几家主营啤酒业务的公司都与嘉士伯存在股权关系。而近年来,整个西南啤酒市场几乎被嘉士伯和华润雪花瓜分。

但值得一提的是,嘉士伯控制之下的重庆啤酒去年的业绩表现不尽如人意,据财报显示,去年其归属于上市公司股东的净利润为7343.52万元,较2013年同期下降了53.74%。近期还经历了人事变动,总经理杨国睿辞去总经理职务担任公司董事一职,同时董事马儒超辞去董事职务。被业内认为是经营压力下的主动调整。

(钱瑜 张茜岚)



## 网购问题食品 网站可先行赔付

如果淘宝网做出更加有利于消费者的承诺,则应按照该承诺先行赔偿。

### 生产者或经营者首负责任

根据消费者权益保护法的规定,消费者因网购食品导致人身、财产损害的,可以向销售者要求赔偿,也可以向生产者要求赔偿。但在实践中,消费者在主张权利时,往往会遇到经营者和生产者互相推诿的情况,致使消费者迟迟得不到赔偿。而根据新食品安全法的规定,消费者如果网购了不符合食品安全标准的食品,并因此受到损害,可以向经营者要求赔偿,也可以向生产者要求赔偿。接到赔偿要求的生产者或经营者,应当实行首负责任制,先行赔付,不得推诿。也就是说,要求赔偿的主动权掌握在了消费者手中,接到请求的一方必须先先行赔付,避免了消费者被“踢皮球”的尴尬。

### 惩罚性赔偿 1000元兜底

2009年6月1日起施行的食品安全法在消费者权益保护法“假一赔二”的基础上,创新性地设置了“假一赔十”的惩罚性赔偿制度,一度引发舆论的关注和好评。但这一规定对价值不高的网购食品,却并不具有多大威慑力。如每袋2元的散装食品,十倍赔偿仅20元,远远低于生产者、经营者的获利。对消费者而言,相较于维权付出的时间、精力和金钱,即使十倍赔偿也往往并不划算,许多消费者因此放弃索赔。新食品安全法在十倍赔偿的基础上,设立最低赔偿制度,即赔偿金额不超过1000元的,1000元兜底,以补偿消费者支出的经济成本和精神上的损失,鼓励消费者积极维权。(齐婵娟)

在网上购买食品,已成为时尚生活的一部分。只要轻点鼠标下单,全世界的美食很快就会送上门来。但是,由于网络交易的虚拟性、隐蔽性、不确定性和复杂性,网购食品的安全风险日益显现,“索赔难”逐渐成为消费者的普遍共识。4月24日,第十二届全国人大常委会第十四次会议审议通过修订后的《中华人民共和国食品安全法》,并将于10月1日起正式施行,届时,网购食品维权将不再是难题。

### 第三方交易平台先行赔付

由于一些网络食品经营者缺乏实体店,网上记载的厂址、姓名、联系方式虚假等原因,很多消费者在遭遇问题食品时,往往因无法确定经营者的准确信息而陷入维权困境。新食品安全法要求网络食品第三方交易平台对入网食品经营者实名登记,明确管理责任,要求交易平台对依法取得许可证才

能经营食品经营者许可证进行审查,特别是发现入网食品经营者有违法行为的,应当及时制止,并且要立即报告食品药品监管部门;发现严重违法行为的,应当立即停止提供网络交易平台的服务。

值得注意的是,新食品安全法提出,消费者通过交易平台购买食品导致合法权益受到损害的,可以向入网的食品经营者要求赔偿,如果交易平台不能提供该经营者的真实姓名、企业名称、地址和有效联系方式,则交易平台首先要对消费者进行赔偿。赔偿后,再由交易平台向入网食品经营者进行追偿。如果交易平台提供者做出了更有利于消费者的承诺,应当履行承诺。

以淘宝网为例,淘宝网应当对入网食品商家进行实名登记,审查依法应取得许可证才能经营的食品商家有无相关许可。如果消费者在淘宝网上购买到问题食品,则可以要求淘宝网提供商家的真实有效信息。如果淘宝网不能提供,则需先行对消费者进行赔

## 两项新食品标准 24日起正式实施 矿物质水等将退出市场

矿物质水、离子水、富氧水、苏打水……面对商店里琳琅满目的瓶装水,你是否常常难以选择?5月12日,记者从重庆市卫计委卫生监督局获悉,最新修订的食品安全国家标准《食品添加剂使用标准》与《包装饮用水》将于5月24日起正式施行。除了规定包装饮用水不得含有“能量水”、“矿物质水”等名称外,还将营养强化剂划出食品添加剂范畴。

### 包装饮用水不得乱起名

“在瓶装水激烈的市场竞争中,很多生产厂家会在饮用水的名称上做文章,眼花缭乱的名称常常让消费者看得云里雾里。”重庆

市卫计委卫生监督局相关负责人介绍,在此次的新标准出台之前,包装饮用水名称混乱、标准繁多,此次的新标准将市面上的纯净水、蒸馏水、天然水、山泉水等不同水种的标准进行了统一。

据了解,此次新标准明确规定包装饮用水的名称不得以水以外的一种或若干种成分来命名,而“小分子团水”“功能水”“能量水”“矿物质水”等更是被彻底取消。除了名称外,新标准还增加了包装水标签标识的规定,要求当包装饮用水中添加硫酸镁等用于调节口味的食品添加剂时,应在产品名称的邻近位置标示“添加食品添加剂用于调节口味”等类似字样。

“接下来,名目繁多的‘概念水’将渐渐退出市场,这意味着以后饮用水生产商家在生产环节将更加规范,消费者也更容易选择。”该负责人表示,为给商家一个缓冲期,新标准将于2016年1月1日起执行,“目前,康师傅矿物质水已率先更名为康师傅悦悦饮用水。从明年开始,众多‘概念水’将全面退出市场。”

### 奶粉里不再有那么多的食品添加剂

提到营养强化剂,大多市民会自然联想到食品添加剂,但在最新的《食品添加剂使

用标准》中,食品添加剂的定义和种类已不再包含营养强化剂。这个与国际接轨的食品标准,也成为新修订的食品安全国家标准的一大突破。

“曾经有媒体报道某品牌奶粉含有40多种‘添加剂’,如果按照现在的标准回头看,这些都是营养强化剂。”该负责人介绍,婴儿奶粉中的不少营养成分都是根据母乳制造,只要经过食品安全评估,并按相关标准使用就不会带来任何伤害。“此次将营养强化剂从食品添加剂中剥离出来,基于认识上的进步以及管理上的完善,同时也是为了与国际标准接轨。”

(夏婧)

### 新闻集装箱

●据商务部监测,上周(5月4日至10日)全国36个大中城市食用农产品市场价格继续回落,流通环节生产资料价格小幅上涨。上周,18种蔬菜平均价格比前一周下降6.2%,其中茄子、油菜、黄瓜价格环比分别下降12.1%、12.1%和11%。禽蛋价格小幅回落,其中鸡蛋、白条鸡价格比前一周分别下降0.6%和0.3%。粮食价格保持平稳,其中大米、面粉价格均与前一周持平。食用油价格总体平稳,其中豆油、花生油价格均与前一周持平,菜籽油价格下降0.1%。水产品平均价格上涨0.4%,其中鲢鱼、草鱼、小带鱼价格环比分别上涨1.1%、0.7%和0.6%。肉类价格小幅波动,其中猪肉、牛肉价格比前一周分别上涨0.9%和0.8%,羊肉价格下降1.1%。

●在四川汶川大地震后的第七个“六一”儿童节前夕,雀巢公司将“食品安全进校园”活动带进四川郫县唐昌竹瓦小学。竹瓦小学是由雀巢公司及员工捐款重建的震后学校,活动中中国食品安全30人论坛科普讲师朱晓倩为该校师生带来了权威实用的食品安全课程。

●绕食品药品生产、经营、流通三个环节,今年以来,湖南郴州市食品药品监督管理局明确了校园及周边食品市场、米粉白酒桶装水市场、城郊结合部超市、药品医疗器械市场等四个方面的重点,开展了8项专项行动,推动建立安全保障长效机制。“两会”及春节期间,郴州市食品药品监督管理局组织开展了食品安全隐患排查专项行动,出动执法人员10465人次,检测农畜产品3505批次,检查食品生产经营单位15139家,查处食品违法案件59件,责令改正611家,责令停产停业单位23家。联合公安、工商、经信等部门,集中取缔中心城区3家无证米粉作坊。检查学校食堂及餐饮食品店铺2411家,查处无证经营单位163家,下达监督意见书2391份,责令整改622户,立案处罚3家。对中药材、中药饮片,非药品冒充药品,医疗器械市场进行了专项整治。

●“QS”是“食品生产许可”和“质量安全”标志。国家规定,从2010年6月1日起,食品生产许可的企业在食品出厂前必须在其包装或者标识上加印(贴)QS标志,而没有QS标志的产品不得出厂销售。据了解,浙江安吉县已经有99家安吉白茶生产企业取得了QS认证,但仍有部分小微白茶生产企业没有取得。今年白茶采摘结束后,安吉县已有10家中小白茶生产企业到县市场监管局申请QS认证。“以前,茶叶基本上都是卖给上门收购的客商,没有QS认证也没事,但现在茶叶市场价格变化快,有了QS标志后,就可以通过电商销售,盈利能力更强。”隆盛茶厂负责人盛先生称。县白茶协会相关负责人介绍说,没有QS标识的农产品只能算是初级农产品,不能进超市、商场销售,今年不少小微茶企主动申请QS认证,既是市场的倒逼,也是茶企本身的需要。

●12日,第二届两岸四地茶文化高峰论坛暨第十四届中国普洱茶节媒体见面会在昆明举行。会上发布了本次茶文化高峰论坛暨普洱茶节的具体活动内容和筹备工作进展情况,同时推介了大型人文纪录片《天赐普洱》和普洱景迈山申遗歌曲《想那个地方》。本届茶节的主题为“天赐普洱·世界茶源·传承文化·保护遗产”,将于5月23日至25日在普洱举办。内容包括,第二届两岸四地(中国内地、中国台湾和香港地区、澳门地区)茶文化高峰论坛、普洱茶加工、斗茶大赛、普洱茶产品交易博览会和普洱特色产品展销会、举行传统的祭茶仪式等活动。据悉,活动由中国文化院、普洱市政府和北京师范大学人文宗教研高等研究院主办。

●5月11日,为期四天的第四届四川国际茶博会正式闭幕。四川新闻网记者从四川国际茶博会组委会获悉,第四届中国四川国际茶叶博览会总交易额10.78亿元,(比去年增长19%),其中现场销售7126万元(比去年增长20%),合同金额10.0674亿元(比去年增长11%)。此外,招商引资2.8亿元(去年为0)。展出面积4万平方米,特装面积占到布展面积的75%;比去年增长15%。参展企业630家(比去年增加5.5%);参观人流6.5万人次(比去年增长18%),其中专业买家2.5万人(比去年增长38%);据悉,本届茶博会汇聚了全国40个产茶基地,500家茶企,3000多种名茶。茶的品类包括绿茶、红茶、黄茶、黑茶、白茶等。

●由剧酷传播出品,宋梓骁、潘之琳等人主演的《闪亮茗天》将于5月下旬和观众见面。作为中国第一部以茶文化为背景的都市偶像剧,《闪亮茗天》用阵阵茶香烘培出一段浪漫、感人又充满茶文化风韵的都市爱情故事。“茗”指茶树的嫩芽,用一片小小的茶叶,就将两个家庭,两代人的爱情与成长编织在一起。在剧中,潘之琳饰演的杜心羽从小受父亲的影响,对制茶、品茶天赋异禀;而宋梓骁饰演的唐正浩,则因为茶叶与父亲长期不和。两个对茶叶的态度南辕北辙的年轻人,却因为茶叶而结缘,展开了一段命中注定的“找茶”之恋。有悠久的茶文化做基底,这段充满浪漫、波折的爱情故事犹如茗茶一样,让人们在炎炎夏日感受到沁心的舒爽。导演陈畅表示:“这部都市爱情励志剧从上一代人的恩怨发展到下一代人的爱恨,看着非常过瘾。笑中有泪,苦中回甘,给人满满的正能量。”

(编者整理)