

安徽白酒军团崛起背后

安徽白酒排队跑步上市的消息,让安徽酒业人士兴奋不已。而作为安徽省的邻居,白酒生产大省和消费大省的河南,近些年发展步伐却相对迟缓,安徽白酒上市的消息也在刺激着河南酒业人士,许多酒业大佬也因安徽白酒的排队上市而议论纷纷。

数据:安徽白酒企业年销售超30亿元的有4家

根据安徽省2014年统计的数据,安徽省共有发证的白酒生产企业395家,而年销售超30亿元以上的就有4家。

据安徽省酒业协会副会长兼秘书长李文汉透露,古井贡酒年销售收入接近70亿元,迎驾贡酒也在60亿元以上,金种子酒和口子酒均达到了30亿元以上,皖酒和宣酒则接近10亿元。古井贡酒、迎驾贡酒、金种子酒、口子酒并称为安徽省白酒行业的“四朵金花”。

安徽白酒为什么会取得这么好的销售业绩?李文汉说,其实,从全国范围内看,安徽白酒的税负最高,税收大于利润的现象十分普遍。古井贡酒和迎驾贡酒都是安徽省白酒企业中的纳税大户,尤其是古井贡酒,更是亳州市所有企业中的纳税大户。
“正是由于税负重,才倒逼了白酒企业要做好销售的重要原因。企业只有赚更多的钱才能满足政府的纳税要求,低端产品不赚钱,就完不成纳税任务,因此安徽白酒企业都自觉调整产品结构,以中高端产品为主。”可以说,在安徽省内,中高端白酒市场基本上被安徽本土白酒给垄断了。

“当然,关键还是产品品质较高。”李文汉说,因为产品品质高,加上地方政府支持,所以才具有一定的消费群体,销售上才能在安徽省内占据主导地位。

数据:二安徽白酒一年从河南拿走数十亿

安徽白酒不仅在安徽省内表现突出,即使在安徽省外市场也有不俗的表现。尤其是在邻近的河南省,表现更为突出。
“在河南市场,古井贡酒强势一些,迎驾贡酒也有一定的销售。”李文汉说,原因是两省互为邻居,消费习惯近似,口感接近,平时交流的机会也比较多,所以大部分河南人也能接受安徽白酒。
李文汉强调说,主要原因还是安徽白酒



古井贡酒在河南市场销量确实不错,尤其是古井贡酒,年销量达10亿元左右,其他安徽白酒品牌在河南也有布局,但销量相对较少。

的产品质量过硬。
在营销方便,安徽省确实做了一些工作,走在了行业的前面,但如果没有质量,营销做得再好也一样会失去消费者。
据知情人士透露,以古井贡酒和迎驾贡酒为代表的安徽白酒,一年能从河南拿走约40亿元的销售额。

对此,河南省安徽商会常务副秘书长李秉亨表示认同。他说,如果河南省内白酒销量到200亿元计算,那么古井贡酒的份额应占到十分之一,其余安徽白酒在河南所占市场份额加在一起也能占到十分之一。

分析:安徽白酒畅销河南缘于地缘优势和营销方式

安徽与河南互为邻居,酒业交流颇为频繁,特别是围绕“黄淮名酒带”不定期举行的“苏鲁豫皖白酒峰会”,更进一步拉近了两省之间白酒领域的交流与合作。
然而不可否认的是,两省在白酒发展方面却存在着较大的差距。

安徽白酒为何在河南卖得好?记者采访古井贡酒得知,古井贡酒仅在豫东的商丘和开封卖得好,就能达到10个亿。一方面是因为豫东与古井贡酒厂距离近,对其文化、口感接受度比较高。另一方面,古井贡酒在与大酒商的合作中,主动帮助酒商开辟市场,开发客户。此外,古井贡酒在会议营销方面促销力度大,效率高,市场反响好。

李文汉表示,酒企的发展,好的带头人也很重要,他的思路、方法、激情、影响力等,会左右企业的发展,加上一个强有力的团队,严格按照行业规则行事,必然能带动企业蓬勃发展。

对于安徽白酒在河南的突出表现,河南省安徽商会常务副秘书长李秉亨深有体会。他说,在河南,商会与安徽白酒一直保持着密切的联系与合作,商会的重大活动都由安徽白酒重点支持,商会则号召安徽人喝家乡酒。

“由于特殊的家乡情结、口感适应、支持家乡品牌建设等原因,在河南工作的安徽人已经形成了喝家乡酒的浓厚氛围,拿安徽酒请客时起码感觉不丢人。”李秉亨说,在这方面,安徽人喝家乡酒,对安徽白酒扩大在河南市场的销售份额起到了很好的带动示范作用。

影响:安徽白酒上市触动豫酒神经,酒业协会会长微信圈反思

“安徽酒业为何做得好?加上其他3家上市公司,安徽白酒已经拥有4家上市公司,河南呢?差距咋那么大呀!”看到安徽上市白酒企业达到4家的消息,河南省酒业协会会长熊玉亮率先在微信朋友圈里发声。

熊玉亮还特别强调一句:“希望豫酒企业多反思,尤其是老板多从自身找原因,问题出在人在上,尤其是老板、领头人。”

上海观峰企业管理咨询(河南)有限公司总经理杨永华接过话茬说:“必须反思,不是产权体制原因,不是政府不支持,不是没有机会,而是缺少格局,缺少胸怀。再说明白就伤人,因为再说明白就伤人,不能夜郎自大,不做井底之蛙。”

湘鄂赣“中三角”啤酒金龙泉论剑

5月25日下午,在漳水库观景岛附近,贺宁将刚舀起来的一杯漳河水一饮而尽,这位湖南省啤酒行业唯一的一位国家级评委赞叹:“好水才能酿好酒!这漳河水,喝了还想喝!”

5月24日起,荆门市迎来一场高水平的啤酒盛会。由湖南、湖北、江西三省酒业协会主办,英博金龙泉啤酒(湖北)有限公司承办的2015湘鄂赣啤酒产品质量检评会在金龙泉大酒店举行,“中三角”27家啤酒企业的44

种啤酒产品参评,41位国家级及省级啤酒评酒委员对它们进行专业品鉴并打分定级评奖。

此项活动是长江经济带“中三角”最权威的啤酒品鉴大会,是三省啤酒产品的联合“大阅兵”。在历届活动中,金龙泉啤酒屡获金奖,在科技创新提升产品品质及品牌实力方面作出了表率。

活动中,所有参评产品按不同麦汁浓度分类、分轮、密码编号后,由评酒委员进行

品鉴。41位评委对外观、泡沫性能、酒花香气、口味、风味缺陷等五项,通过慢摇、细看、轻闻、浅品,一一打分。目前,专家组正在汇总成绩,最终得分情况、综合评语等将于不久后公布。

活动期间,评委们在品鉴金龙泉系列产品后,对酒的品质大加赞赏,并于25日来到金龙泉啤酒水源地—漳水库实地考察,感受优质“直饮水”的魅力。

湖北省酒业协会会长、金龙泉集团董事长

长谢模志表示,三省酒协联手组织本次活动,是践行长江经济带战略的具体行动,对不断提升三省啤酒企业产品品质,推动啤酒行业成为“中三角”的稳定经济增长点具有积极意义。通过本次活动,实现了加强交流、促进比学赶超,开展质量竞赛的目的;有利于加强学习,促进追求卓越,不断创新产品;有利于加强合作,促进“中三角”啤酒业共同发展。

(荆楚)

巨款“失踪”? 洋河迟到一年才公告

继酒鬼酒、泸州老窖巨额银行存款“丢失”后,白酒行业再度曝出存款“丢失”事件。洋河股份近期发布的2014年年报显示,洋河1.23亿元存款“丢失”。

与其他酒企第一时间就对外披露存款“丢失”不同的是,洋河股份此次的信息披露时间晚于事发时间长达一年之久。
洋河股份5月22日接受记者采访时回应称,公安机关仍在对丢失存款一事进行调查,尚无最新进展。至于为何未在第一时间及时发布公告,洋河的解释称,存款丢失数量没有达到披露标准,因此没有第一时间披露。

而去年洋河曾两度登上江苏省环保厅的超标排污黑榜,也未就此相关信息进行公告。

多位业内人士和证券律师认为,洋河股份涉嫌信息披露违规。上海市华荣律师事务所律师许峰向记者表示,洋河股份应该在存款丢失两个交易日内进行信息披露。“存款丢失并不是一个资金的正常往来,而是一个意外事件,甚至可能涉及犯罪事件。而企业早就知晓存款丢失一事而未予及时披露,这当中的恶意违规的嫌疑还是比较大的,证监会应就该事件进行调查。”

一年后公告 1.23 亿存款没了

最新披露的洋河股份2014年年报显示,公司控股子公司苏酒集团贸易股份有限公司在中国工商银行郑州解放路支行储蓄存款1亿元,截至2014年4月8日,储蓄账户余额仅为3.37万元。此外,苏酒集团贸易公司在中国工商银行开封泰德支行储蓄存款3000万元,截至2014年6月30日,储蓄账户余额仅为

669.4万元。由此,洋河子公司总计1.3亿元存款丢失了1.23亿元。

年报称,这两笔储蓄存款涉及侵权责任纠纷事项,公安机关已介入调查。苏酒集团贸易公司就上述两起丢钱事件均已提起诉讼,案件正在审理过程中。

存款丢失时间都发生在2014年6月30日之前,最早一笔近1亿元存款丢失在去年4月底之前。然而,直至今今年2月12日,在收到立案通知且公安机关介入后,洋河股份仍未发布公告,直到今年4月底披露的年报中才提及此事。

市场普遍认为,洋河股份此举涉嫌信息披露违规。在回应质疑时,洋河股份董秘从学年称,“上述存款纠纷未达到公告标准,在年报中披露就行了。”

《上市公司信息披露管理办法》规定,“公司发生重大损失”,投资者尚未得知时,上市公司应当立即披露,说明事件的起因、目前的状态和可能产生的影响,规定中并未就“重大损失”的金额做具体规定。

两次环保污染超标也未披露

洋河不止一次未及披露信息。江苏省环保厅2014年3月26日公布《2014年第一季度江苏省国控企业污染源废水监测结果表》,洋河股份2014年2月13日排放废水的总磷和化学需氧量(COD)分别超标了4.5倍、0.7倍。

另一份由江苏省环保厅2014年11月27日公布的《2014年第二季度国控企业污染源废水监测结果表》显示,洋河股份因总磷排放超标再次登上黑榜,2014年5月14日其



江苏省宿迁市洋河镇,洋河酒厂的老厂门。

废水中总磷的排放浓度超标了2.6倍。
但公司对两次污染超标的情况也均未进行公告披露。

同时,洋河股份的经营仍不乐观。其年报显示,2014年营业收入和净利润再次双降。而去年销售费用、管理费用、财务费用却增长超两成。其中,业务招待费增幅高达136.33%,差旅费也翻了一番。

《经济参考报》还报道,洋河股份主要业绩下滑,其关键管理人员的薪酬却在增长。洋河股份2014年所有董事、监事及高管人员的薪酬总额为1437.26万元,高管人员平均年薪高达87.77万元。

律师指洋河涉嫌恶意信披违规

对于巨额存款丢失不及时披露,多位律师认为涉嫌违规。
“1亿多存款失踪,应及时对投资者作出说明,这是毫无疑问的”,上海天铭律师事务所

所律师宋一欣说,即使没有达到净资产的一定比例,但巨额流动资金存在银行却发生丢失,现象本身即构成重大事项,是投资者关注的事情。企业不能以涉及金额为借口而不及披露相关信息,“作为一个公众公司,不能如此任性”。

宋一欣认为,一个多亿不是个小数字,呼吁监管部门介入调查。“一旦定性违规,洋河或将面临罚款或警告处罚。”

上海市华荣律师事务所律师许峰也表示,投资者有知情权,洋河股份不应以金额不够为由不及时披露。

许峰说,信息披露规则强调结果性的原则,即是否会对股价产生影响。“存款丢失并不是一个资金的正常往来,而是一个意外事件,甚至可能涉及犯罪事件”,对投资者的投资决策具有很大影响,公司应及时告知。“企业早就知晓存款丢失而未予及时披露,恶意违规的嫌疑还是比较大的,证监会应就该此调查。”
(王叔坤/文 李飞/摄)

武夷岩茶生产加工按国家标准进行

5月22日,武夷山市市场监督管理局、茶业局和武夷山市茶业同业公会共同开展茶叶标准化生产加工技术培训会。此次培训旨在提高全市茶叶标准化生产加工技术水平,强化茶叶生产者的自律意识,确保武夷岩茶的质量安全和茶叶产品的规范包装销售,进一步提升武夷岩茶的美誉度。

据了解,目前,武夷山市采取的积极措施有:市场监督管理部门进一步加强茶叶交易市场的巡查力度,开展为期一个月的茶叶产品专项抽样检测,以保证茶叶产品质量安全。对被检测到有不符合质量标准的产品列入“黑名单”政府取消其项目、资金的扶持。同时加强对茶叶产品感官评审,确保茶叶标称等级符合要求;茶业局、茶业同业公会及时组织茶企、茶农收看17日播出的《每周质量报告》,在茶叶产品质量方面引起大家的高度重视;市委、市政府近日立即组织市场监督管理局、茶业局、茶业同业公会等部门,在全市范围内进行拉网式排查,重点整治茶叶市场秩序;继续加大违规开垦茶山整治力度,保护武夷山优美的生态环境,从源头上保障茶叶生长环境,促进茶产业可持续发展;进一步推进全市茶企茶叶质量管理可追溯体系建设,实现茶叶生产、流通、销售等环节的可查询、可追溯,进一步保障茶叶质量安全。

武夷岩茶严把质量关

长期以来,武夷山市高度重视茶产业发展,严把质量关,积极鼓励茶企业进行无公害、绿色食品生产并争取有机产品方向发展,2005年荣获全国三绿工程茶业示范县、2012年荣获全国绿色食品原料(茶叶)标准化生产基地。
“武夷岩茶在生产上是按武夷岩茶的国家标准(GB/T18745-2006)(以下简称国家标准)进行生产的。”采访中,武夷山市茶业同业公会会长刘国英表示。

按国家标准规定,武夷岩茶的产品分为五类:大红袍、肉桂、水仙、名丛和奇种。自2002年起,由武夷山市质量技术监督局指导、按国家标准委立项批准的标准,研制了武夷岩茶国家标准实物标准样。2004年、2006年、2009年、2014年相应完成了五批次武夷岩茶实物标准样的复制工作,为武夷岩茶感官品质提供等级判定依据。

武夷岩茶国家标准8.1检验规则条款中规定:“生产和加工拼配过程中形成的独立数量的产量为一批,同批产品的品质规格应相同”。刘国英表示,可见,在大红袍的生产工艺中,拼配是正常的必备工序,允许使用武夷山的各种名丛和优良品种,只要质量上符合国家实物标准(母树大红袍都不是单一的品种)。国家标准中大红袍的质量等级分为特级、一级、二级共三个等级,没有三级大红袍。武夷山的茶企业就是按大红袍的国家标准进行生产和标注等级的。

熟知武夷岩茶的人都知道,大红袍有分纯种的无性繁殖大红袍和拼配的商品大红袍。在市场上销售的大红袍,多为商品大红袍。它们多以水仙、肉桂等名丛、品种拼配而成。
武夷岩茶等级鉴定以国家标准实物样品为依据

武夷岩茶等级鉴定以国家标准实物样品为依据

武夷岩茶是全国第一个建立国家标准实物样品的地理标志保护产品。自武夷岩茶2002年申报地理标志产品保护成功后,武夷山市就开始研制武夷岩茶国家标准实物样品。刘国英表示,武夷岩茶的等级鉴定必须以武夷岩茶国家标准实物样品为参照依据,以验证企业所标称的等级符合要求。

刘国英介绍,武夷岩茶在产品风格和品质特征上,不仅受到品种的影响,同时也受到山场环境和工艺等因素的影响,所以武夷岩茶是产品风格多样化的茶类。不同厂家的武夷岩茶因山场特征和工艺特征等不一样,产品风格也就各有千秋。

采访中,刘国英还介绍,炭焙是形成武夷岩茶工艺特征和产品风格多样化的主要因素之一,也是提升岩韵和形成武夷岩茶特色风味的关键工艺。不同的消费者对武夷岩茶的火功有不同的要求,有低火、中火、足火等不同类型。

另据了解,目前,武夷山市有武夷星茶业有限公司等14家企业获得有机产品认证。在茶叶农药使用上有严格的管理制度,截止目前,全市茶业生产企业在国家监督检查中均未发现农残和重金属等污染物超标问题,长期以来赢得市场的美誉。

新闻链接:

5月17日是个普通的周日,但对中国茶行业的业内人士以及茶叶市场来说,却因当天中央电视台新闻频道的《每周质量报告》栏目,引起了激烈争论。

在一段十几分钟的视频中,由北京市消协组织了一次专门针对茶叶产品的比较试验,试验方法是从北京各大商超随机购买了59个茶叶样品进行比较试验,最后结果显示59个测试样品中有18个样品质量指标不符合国家标准要求,不合格率达到30%,而不合格产品中包括行业知名品牌。
(闽北)