

顶层设计为酒企混改开路

9月13日,中共中央、国务院印发《关于深化国有企业改革的指导意见》(下称《指导意见》)。这是新时期指导和推进国企改革纲领性文件,从总体要求到分类改革、完善现代企业制度和国资管理体制、发展混合所有制经济、强化监督防止国有资产流失等方面提出国企改革目标和举措。

应该说,《指导意见》提出的发展混合所有制经济的目标是促进国有企业转换经营机制,放大国有资本功能,提高国有资本配置和运行效率。

顶层设计

《指导意见》全文公布后的第二天,国务院新闻办公室举行“《关于深化国有企业改革的指导意见》吹风会”。

国务院国有资产监督管理委员会副主任张喜武指出,此次国企改革,有四个比较突出的特点:一是更加注重改革的精准性,即坚持改革奔着问题去,有什么问题就改什么问题,什么问题突出就改什么问题;二是更加注重改革的规范性,先规定规则再改革,于法有据搞改革;三是更加注重改革的系统性,强化改革政策之间、措施之间、工作之间的衔接配合、协同发力;四是更加注重改革的公开性,坚持阳光透明,主动接受监督,决不让改革红利变成个人私利。

目前,现行国有资产管理体制仍然存在政企不分、政资不分的问题,国有资产监管还存在越位、缺位、错位现象;国有资产流失问题、违纪违法问题在一些领域和企业比较突出等问题。

而此次《指导意见》明确提出了改革和完善现行国有资产管理体制的目标定位和有关措施,就是要以管资本为主,正确处理好政府与市场的关系,不断增强国有企业的活力、控制力与影响力。

《指导意见》明确提出要多领域、多方式、多途径推进引入非国有资本参与国企改革,积极开展多类型政府和社会资本合作。

积极引入各类投资者实现国有企业股权多元化。针对国有企业存在的制约不足的问题,《关于深化国有企业改革的指导意见》提出,积极引入各类投资者实现股权多元化,大力推动国有企业改制上市,创造条件实现集团公司整体上市。

华泰证券认为,此次《意见》的亮点在于积极引入“其他国有资本”实现股权多元化:前期对国企股权多元化的关注和预期主要集

葡萄酒:烟台产区领跑新一轮调整

山东烟台作为中国现代葡萄酒工业的发祥地,也是亚洲唯一的国际葡萄酒城,在葡萄酒产业发展方面取得了显著的调整成果,将产区优势全面延伸到科研、种植、生产、营销、教育等多个领域,并与餐饮、旅游、文化等周边产业串联在一起,在中国葡萄酒的战略转折与升级发展阶段,烟台产区成为重要的标杆引领。

当全国主流媒体走进烟台,探访这里的葡萄酒产业发展,实则是烟台产区敞开胸襟,向世界致意,传递出振兴发展的强烈讯号。

转型升级,烟台产区再“领跑”

经过三年多的行业调整,国产葡萄酒增速明显放缓,理性化程度有了很大提高,特别是面对日趋激烈的市场竞争,国内各葡萄酒产区已经明确了打造自身风格、突出文化特色的思路 and 方向。烟台具有优越的葡萄酒产业发展条件,这也确立了烟台产区在今天的行业地位,而面向新的市场环境和未来发展,烟台产区要寻求产业优势与当地上层建筑的结合,将既有的产业优势进一步放大,这样才能引领国产葡萄酒参与国际化竞争。

让烟台产区发展更有“质量”

9月9日,在“‘烟台葡萄酒,香飘世界’全国主流媒体烟台产区采访活动”启动仪式上,烟台市葡萄与葡萄酒局局长衣凤凰向全国主流媒体表示,展望未来,让发展更有“质量”,将是烟台葡萄酒产业下一个十年的主题。

根据烟台市葡萄与葡萄酒局的规划,烟台将在坚持产区建设、品质提升的基础上,不断挖掘传播自身的文化魅力,以文化软实力影响全球葡萄酒市场的竞争格局,努力在成为中国葡萄酒传承发展之路的开创者上有更多作为。具体讲将突出做好“夯实基础、舞起龙头、促进转型”三篇文章。

发现烟台葡萄酒的魅力

有人说,在烟台葡萄酒产区,我们似乎不用考虑它的品质,因为它是那样的无所不在,可以让人信心十足地享用。还有更多情感细腻的人说,以前烟台整个产区给人的印象是庞大的、历史悠久的,但现在通过采风活动又多了认识,它的规模是庞大的但特色又是细微的,它是有旧派传承的但又是积极创新的。说到底,烟台葡萄酒无时无刻不在提醒我们这样一种真实的存在:它根植于烟台的砂砾、阳光、海洋,浸淫了烟台的历史、人文、风俗,它是匠心独运又自然和谐的,这也许就是它的魅力。

(中国酒业新闻网)



中在引入“非国有资本”,这次是鼓励各类国有资本之间相互参股。国企积极引入“其他国有资本”实现股权多元化的形式可能会包括地方国资参股央企、国务院国资参股地方国企、国有资本投资运营公司之间的互相参股、国企与国企之间的互相参股。

同时,这次明确了“国有资本以多种方式入股非国有企业”是发展混合所有制经济的重要组成部分,提示关注公共服务、高新技术、生态环保、战略性新兴产业。

“2015年将为国企改革元年,国企改革也是2015年A股市场的一大亮点,无论是在中央还是地方政府,都会加快推进国企改革、资产证券化的进程,国企改革将成为资本市场投资风口,由此萌发的国企改革概念股无疑成为2015年A股市场的核心关注点之一。”北京大学光华管理学院博士后联合会主席、中国行为法学会理事程志强表示。

预期效果

酒行业或将迎来混改启幕以来最好的一个机会窗口。

A股市场中18家上市白酒企业半年报数据显示,整个行业正在迎来一个复苏期,实现营收增长的企业已经越来越多,而高端酒市场的回暖也佐证了这一迹象。

与此同时,得益于行业调整的顺向推动,2015年成为了更多企业改革中极为重要

的一个节点,继老白干酒混改方案的推进和沱牌舍得大股东股权挂牌取得实质性进展后,之前早有准备的五粮液和茅台等也不再局限于“小打小闹”,而是开启了一轮新的改制大潮。

平安证券研究认为,白酒应该是此次《指导意见》出台后的最大受益板块,其预计五粮液、老白干、山西汾酒、古井贡酒等国企激励机制完善后,业绩改善空间较大。

在方正证券研究机构食品饮料行业分析师薛玉虎看来,《指导意见》的出台有可能使国内企业出现一波比较大的国企改革潮,白酒企业是地方财政的一个重要支柱,以前大家不敢动,主要就是怕影响财政收入;其次,国家也没有相应的政策去推动。

这次国家《意见》的出台对白酒企业体制上的改革是一个利好,加上五粮液现在停牌做混改对行业的带动作用,白酒企业的国企改革将提速,预计各个公司个性化的改革方案会在未来两三年内浮出并实施。

可以设想的是,经历了长时间的稳定上升期和短暂的调整期后,国企在管理体制和营销模式上的弊端都已经暴露无遗,对茅台、五粮液等这些国企大佬们来说,如果不采取自内而外的彻底的混改整顿,打破旧有的格局和机制体制,就很难有机会和精力来迎接白酒行业下一轮机会期。

分个体企业来看,汾酒的改革也是在小步迈进。汾酒目前正在改变销售渠道,转型支

撑基本面底部复苏。公司目前正在鼓励经销商转型,深耕市场,同时公司还实行直销模式,一方面增强市场管控,另一方面实现渠道扁平化。

从目前的改革进程和预期收益来看,老白干酒的期望值最大也最为被关注和看好。其国企改革释放的潜力或将加速企业的业绩层面跃进。

按照公司2014年的改制方案,员工持股3.09%,经销商持股6.97%,该方案充分释放员工动力和渠道潜力。

从老白干酒2015年二季度毛利率达到70.4%,销售结构不断改善的现状来看,预计2015年度企业会保持较高的增幅。中金公司认为,老白干酒通过定增绑定经销商利益,未来将通过省内的渠道挤压,向弱势区域渗透,同时也不排除外延收购等方式获得更快增长。

靴子落地

毕竟,《关于深化国有企业改革的指导意见》仅仅只是“一个指导意见”,所谓的顶层设计解决的只是方向问题,具体的路线则需要看区域落实情况。也就是说,现在一只靴子已经落地,而另外一只代表着具体路线和路径的靴子还悬在半空中,而这种形势和状况下的国企就只能“各自摸着石头过河”——小心谨慎、亦步亦趋,生怕一不小心跌进水中,显然,这样的混改效率和能量无疑会大打折扣。

那么,另外一只靴子的落地时间能不能快点,这就要看各地的政府部门效率了。

有观点认为,顶层设计方案的对台为地方国企改革指明了方向。但考虑到不同省市的发展水平,不同类型的企业在改革侧重点以及改革进度上也有很大的差别。

因此,地方国资国企应遵循因地制宜、具体问题具体分析等原则加速推进改革。

此次国家层面的政策路线制定,可以说为今后国企的混改指明了方向,顶层设计的出台让混改可以有章可循。

这对于已经迈步混改步伐的酒行业来说,可谓意义重大,也将推动更多的酒类国企开启混改模式。

不过,这次的《指导意见》也仅仅是一个框架设计,具体到各区域各行业各个具体企业还需要具体对待。

毕竟,过河的石头已经是摸到了。只是,我们还在期待另一只靴子的落地。

(尹贵超)

福建安溪铁观音秋茶进入全面采摘期

记者了解到,今年,随着传统工艺的不断推广,茶园管理持续加强,秋茶的品质较之往年将有更大提升。兵马未动,粮草先行,众多茶企已在积极筹划秋茶的营销。今年秋茶,产品的包装将越来越简约;限量版、定制茶等营销方式推出,将使铁观音的销售更加多元化。

细雨或提升秋茶品质

前些日子,全市各地下起了绵绵细雨,安溪也不例外,各茶叶主产乡镇有小降水。众所周知,铁观音春茶在采摘季节,经常遭遇恼人的雨季,这也致使春茶的品质总体不如秋茶。因此,泉州不少爱茶人担心,秋茶的品质会因前几日的小雨受到影响。

对此,安溪铁观音制茶工艺大师、龙涓乡举源茶叶专业合作社负责人刘金龙认为,这场小雨非但不会降低秋茶的品质,反而对提升秋茶品质有帮助。“茶山降雨最好是一星期一次,这样的频率对滋润茶园土壤效果最好。”前几日的小雨刚好在秋茶采摘前下,使茶叶的鲜芽更嫩。秋茶大量采摘从9月25日左右开始,将持续到10月上旬。这段时间若没有下雨,秋茶的采摘、制作将可顺利进行。

记者也从安溪感德庆芸茶叶专业合作社、冠和名茶等处了解到,大量的茶叶收购和采制将在国庆后展开。

今年秋茶的品质预计会很好

秋茶正在采摘,各茶企和合作社都预测,今年秋茶的品质将比往年有较大提升。

这得益于两个方面,首先是茶园管理。今年,安溪各地都采取了许多积极措施。感德镇政府引导茶农在管理茶园时,实行“降密度、提高度、深施肥”的做法,同时,禁止茶农使用除草剂除草和“劈岸”除草,采用割草方式除草,并保留梯壁杂草。记者在感德看到,感德老固茶叶专业合作社的梯壁上都长满了杂草,茶树高度普遍达到60厘米以上,最高的达到1米。感德庆芸茶叶专业合作社也在茶园梯壁留草,并套种大豆、金针花等绿肥植物。今年,感德镇政府更是联合市、县水土保持及农业部门在莆永高速公路(感德段)两侧的茶山上推广茶树留高和梯壁留草措施,上述茶山春夏暑三季茶叶都不采摘,以便将茶树留高到60厘米以上。“茶树留高后,可以增加茶树树冠的采摘面和覆盖面,从而提高茶叶质量;同时,茶树根系发达,还能保土保水,减少水土流失,而梯壁留草也能起到保水保



●秋茶正在采摘

土的作用。”感德镇陈志明镇长说,今年,感德镇政府推广的茶树留高、梯壁留草茶山就达5000亩。这些茶园在今年秋茶期间将显现出效益。

举源茶叶专业合作社采取适当稀植,合理留高的措施,挖除原来密植茶树的70%,茶树株行距达到200—300厘米,留高茶树至80—120厘米。茶树与茶树之间间隔一定的距离,每一株茶树都是独立的,茶树通风透气,光照效果好,病毒细菌虫害不容易发生,使茶树病虫害自然隔离,有效防止茶树病虫害自然传播,控制茶树病虫害在茶园的发生与大面积爆发。茶树株行距大,茶树高大不用除草,根系发达生命力强,吸收营养成分更多,抗旱、抗涝、抗寒、抵抗病虫害能力大大提高。而且茶树与茶树之间间隔足够距离,可以种植豆科类植物,减少茶园杂草,保护水土流失,改良土壤,提高土壤肥力,生物多样性整体平衡,减少大豆和茶树病虫害发生,基本不用喷施农药,豆科类也可以作为绿肥,不用施肥给茶树追肥,茶树生长旺盛,芽壮、叶大叶片肥厚,内含物质丰富,茶树越管理越好,为可持续管理,也为生产安全健康高品质的铁观音,打下良好的基础。

国心绿谷名茶则使用一表一里两大科技管控茶园。该企业把基地茶园分成20个板块,每个板块与各个车间安装上360°旋转高清红外线摄像设备,在茶园装入物联网技术设备,同时监测土壤PH值、茶园空气湿度、温度、雨量、风量、负氧离子含量、太阳照射量、紫外线辐射量、茶叶叶绿素含量等茶园实际健康情况。从种植、管理、采摘、制作全程进行实时监控,通过公司视频网站、手机APP、微信链接等方式公开全过程,保证每一粒茶

叶都是严格按照标准种植、管理、生产加工。其次是传统工艺制作。今年,安溪县政府及各种组织、机构都大力推行安溪铁观音传统制作工艺,使铁观音回归传统。

限量版及定制茶丰富营销格局

秋茶还未全面上市,安溪的茶叶合作社和茶企都已厉兵秣马。

在龙涓举源茶叶专业合作社,记者看到一个非常简约的包装盒。这个包装盒的正面仅印上合作社的名称和LOGO,而且选用非常小的字体,其他90%以上的地方全部留白,“以前,茶企恨不得将所有与企业相关的元素都印上包装盒,那样显得很杂,反而起不到好的效果。”合作社负责人刘金龙说。安溪的另一家茶企更大胆,该茶企准备仅在包装盒的正面印一个二维码,扫描该二维码,就可以进入该茶企的商城,选购产品。

除了推出简约的包装盒外,刘金龙还推出一款限量版的大师手工茶。据介绍,该款产品由刘金龙和他的五六个徒弟纯手工制作,今年秋茶采制期间,一天仅生产100斤。该款产品的包装盒里附上一张卡片,卡片上写明制作人、审评人、日期,以及第几份等内容。

“明年的一些茶叶,实际上我今年都已经卖掉了。”国心名茶董事长黄清平说,“顺应市场,主动出击,推出直供商务茶礼的私家专属定制茶园,不仅茶叶专属定制,茶园也可进行限量专属认养。”黄清平介绍,迄今已有山东航空集团等数十家名企及名人在国心绿谷定制私家专属茶园300余亩。“这些茶园今年定制,茶叶明年才产出。”

(山茶)

华润啤酒等单位存安全隐患和问题被下整改令

10月4日,黑龙江省安委办督查组对各地、各部门、各单位国庆节期间安全生产工作进行检查。督查组采取“四不两直”暗查暗访的方式,检查了牡丹江、双鸭山、伊春、七台河、黑河等37个政府、部门、企业,共发现隐患和问题32项。

检查中发现,一些单位问题较为突出,华润雪花啤酒(伊春)有限公司未制定节日期间安全检査工作方案,安全检査停留在常规状态,投料车间存在电缆未按防爆要求处理、粉末清扫不彻底、使用铁制绞练式滑轮提升设备等隐患,检查人员依法下达责令限期整改指令书1份,现场处理措施决定书1份,责令撤出人员、停止使用投料车间设备设施;黑河市天马彩钢节能建材有限公司没有制定节日期间检查方案,钢结构车间钻床工使用的手持磨砂机部分电源线浸泡在水里,1名电焊工无特种作业人员资格证书上岗;黑河铁路集团公司带班领导和值班干部均不在岗。

(雷蕾)



葡萄酒价节前走低回归本位 库存压力引发价格战

中秋节、国庆节的到来,葡萄酒进入常规“消费季”,而同时,8月电商进口葡萄酒SKU总数(即品种总数)却环比下降36%,有观点认为进口葡萄酒库存压力将引发价格战和恶性竞争。分析称,进口葡萄酒品牌化促使行业洗牌,50~150元的葡萄酒将成为兵家“必争之地”。

进口葡萄酒价格总体下降

据报道,国观智库监测的电商葡萄酒数据显示,进口葡萄酒SKU的数量呈下降趋势,并分析称线上渠道已减少上货。此前国观智库曾指出,二季度进口葡萄酒的快速增长主要得益于散装酒猛增,而这意味着市场会出现价格战和恶性竞争,并引发库存增长风险。

不过,酒业评论员吕咸逊对进口葡萄酒SKU总数下降却持乐观心态:“SKU减少说明中国消费者对于葡萄酒的选择更注重品牌。而衡量葡萄酒市场变化的指标,更重要的是看市场容量的变化和价格的变化。”据他估算,最新进口葡萄酒增长率不低于30%。

他告诉记者,大的葡萄酒进口商在过去4.5年里库存压力较大,原因是此前他们进口了大量名庄酒,而随着全球经济的下调,名庄酒价值双降,而且据了解,这批名庄酒当时的进货价较高。不过,他认为,这些名庄酒的总量占市场比重不大,电商销售比重更小,所以对整体市场影响不会太大。

“葡萄酒总体价格是下降的,有的人一开始喝的1000元瓶的葡萄酒,慢慢变成500多元瓶了。”广州市饮食行业协会会长区又生告诉记者,原因是前几年葡萄酒市场鱼龙混杂,出现大量不够专业的进口酒商,有的甚至只是一次性进口几个货柜的葡萄酒,消费者并不了解葡萄酒的产地、庄园的级别等,葡萄酒市场价格不透明,“真实价格40元的卖一两百元,几十元的酒成本可能才10元。”

吕咸逊透露,过去很多进口酒商虚构了品牌的价值,把便宜的葡萄酒卖高价,而事实上国外葡萄酒市场的分化非常清晰,一类是名庄奢侈酒,用于收藏,一类是大众消费酒,商业品牌众多,价格集中在1欧元到5欧元之间。

电商占市场份额不到一成

不过,目前中国市场的名庄酒价格透明,不少进口商认为利润空间不大,所以更倾向于包下不知名的酒庄,对产品重新包装。“这种酒的价格无从对比。”有业内人士称。

“进口酒在大众市场上开始理性化。”吕咸逊认为,市场价在50~150元间的进口葡萄酒在消费市场上占据了主导地位,未来还有很大的增长空间,不过他强调增长主要体现在有品牌的葡萄酒上:“国外卖得好、国内也卖得好的葡萄酒才有前途,那些OEM的不算数。”

另外,他提出,尽管年轻的消费者是未来的客户主力,但线上销售依然只是线下销售的补充,3~5年中不可能替代线下销售的主导地位:“目前线上葡萄酒销售比重不到10%,而白酒更低,仅约1%。”

(林琳)