

世界啤酒业大并购或搅动中国市场

一番波折之后，全球第二大啤酒公司英国南非米勒终于同意与全球第一大啤酒公司美国百威英博“联姻”。这场“豪门婚姻”意味着在未来全球销售每三罐啤酒当中，就有一罐属于这家新成立的公司。

全球啤酒“老大”和“老二”的合并,对中国啤酒市场影响的最大看点，在于南非米勒持有华润雪花 49%的股权是否需要剥离，又会由谁来接盘？这必将深刻影响中国啤酒市场的格局。

啤酒帝国的“巨无霸”

这宗收购案将缔造市值 2500 亿美元的超级啤酒帝国。

近日,南非米勒与百威英博联合披露,双方就收购的核心问题达成了协议，米勒股东将以每股 44 英镑的价格出售持有的股权,比起 9 月 14 日米勒收盘价的 29.34 英镑,这个价格溢价 50%。为此,百威英博将支付 690 亿英镑(约合 1060 亿美元)来完成这项交易。这宗收购案也成为英国历史上最大一宗交易，它将缔造市值 2500 亿美元的超级啤酒帝国，同时这也将成为全球年内最大、历史上第四大企业并购案。

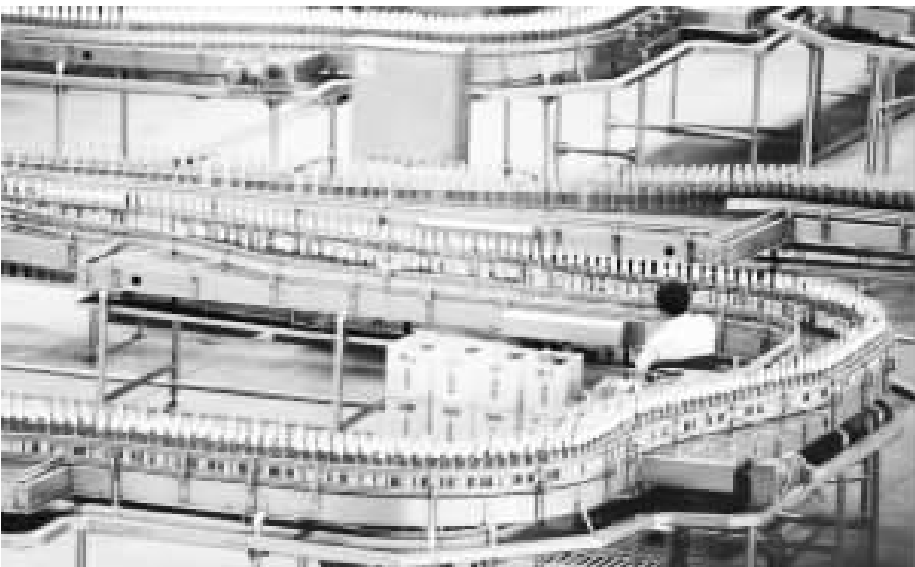
据了解，该项交易将使得百威英博在所有主要市场都获得主导地位，预估其市场份额将达到 28.4%，为紧随其后的竞争对手喜力公司份额的近 3 倍。合并后,新公司的年收入将达到 640 亿美元。

CNBC 称,百威英博公司此次准备了大约 7 百亿美元的债务融资以帮助实现此次交易。如果这笔交易未能进行，百威英博将支付南非米勒 30 亿美元的赔偿金。

目前这项交易仍需得到相关监管部门的批准。

眼下，百威英博面临着主要市场增速缓慢以及啤酒销量下滑的困扰。美国和巴西市场为百威英博贡献了一半的销量，然而这两个市场今年上半年啤酒销量下滑 3.9%，发达国家的啤酒消费显著放缓，将拖累今年全球啤酒市场萎缩 0.1%，这将是 30 年来首次出现萎缩。

目前，全球啤酒消费增量大部分来自于非洲,预计非洲销量将增长 2.6%。在南非起家的米勒公司业务覆盖整个非洲，而这又是百威英博几乎没有覆盖的市场。并购米勒将有



●虽然两大啤酒巨头合并会让市场更加多元化,但同时也会让市场竞争关系变得错综复杂。 CNSPHOTO 提供

助于百威英博在快速增长的非洲市场处于领先地位。

分析认为，百威英博希望通过收购完成扩张。百威过去在其他市场依靠自身力量实现增长的表现不错，但更重要的是百威有能力降低收购公司的成本并提高利润。两大公司的合并，对市场也有很大的影响。作为被收购的目标,南非米勒在伦敦交易的股价，自百威抛出了收购意向之后开始连续上扬，而在美国交易的百威公司的股价也是连续几天出现上涨。

大并购或并不容易

并购成功将会占据全球流行啤酒品牌的半壁江山，无疑，会被各国的反垄断部门盯上。

很显然，百威英博对南非米勒的收购势必引发全球啤酒行业的重新洗牌。但是这个交易也并非已尘埃落定，还有一系列的交易和监管障碍需要清除。

CNBC 报道称，虽然目前已经达成了协议,但一些细节问题还是值得人们思考的。

路透社指出，百威英博和南非米勒并购成功将会占据全球流行啤酒品牌的半壁江山，所以此次并购势必会对整个啤酒行业产生巨大的影响。在全球销售最好 40 个啤酒品

牌都归于这两家公司旗下,无疑,这样的强强联手就会被各国的反垄断部门盯上，这也成为美国媒体对这场收购案最终能否成功最大的一个质疑。

百威英博在美国市场份额已经高达 45%，南非米勒在美国的市场份额高达 25%，只需简单计算就知道两大公司如果合并,就将会在美国市场获得绝对的优势，可能很快就会带来美国市场啤酒价格的上升。

美国司法部已经盯上了百威英博，怀疑他们正在通过一些批发分销商来阻隔手工啤酒的销售以获得市场竞争上的优势。目前在美国，啤酒行业发展的最好的方向就是手工精酿啤酒，虽然迄今为止其在整个行业中所占的比例依然微乎其微，但却是迄今为止整个行业中增长速度最快的。这对巨型啤酒公司说可是一个危险信号，所以近期百威英博和南非米勒开始连续对一些小型的独立手工精酿啤酒作坊进行收购。再加上两大巨头要合并的消息，美国司法部门恐怕也不会让他们轻易过关。

路透社指出,在美国,如果想通过反垄断方面的审查，这两大公司可能就需要抛掉一些重复性的业务和相关资产。南非米勒可能还要放弃其在合资公司米勒康胜的一些股份。因为百威英博在两年前收购墨西哥的莫多罗公司时也遇到了类似的问题，当时他们

零关税实施进口酒性价比提升 行业复苏酒企业绩回暖

“双十一”将近,各大酒企摩拳擦掌把握中秋国庆后的新销售旺季，酒业出现回暖迹象，洋酒在中国大卖的消息给业内打了一支“强心针”，最新数据显示,今年前 9 个月,运至中国的法国白兰地增加 42%。同时,今年 1~8 月中国白酒、葡萄酒和啤酒制造行业收入均有不同程度的增长。业内人士分析,中国酒业已走出最艰难的时期,随着“轻奢侈品”化的转变，市场将有更大空间。

日前，中国国际啤酒网公布 2015 年 1~8 月中国白酒、葡萄酒和啤酒制造行业收入情况,白酒制造行业收入 3392.14 亿元,同比增长 6.90%,葡萄酒制造业收入 279.1 亿元,同比增长 9.13%,啤酒制造企业收入 1344.67 亿元,同比增长 0.83%。相关统计显示,2015 年上半年,A 股白酒上市公司共实现营业收入近 600 亿元,同比增长 5%,净利润同比增长 3.6%。

市场触底回升迹象明显

与此同时,洋酒市场也较乐观。据报道,三

季度人头马在中国的销量持平,而三季度其干邑白兰地出货量同比增长 12%。中国海关总署公布的数据显示,今年 1~8 月,中国进口啤酒 36.31 万千升,同比增加 65.7%。有市场人士认为已有明确迹象显示市场正在触底回升。

2012 年春季，原本按惯例受到追捧的高档白酒销量和价格出现双双下降，多个白酒企业的预收款项均大幅下降,2013 年、2014 年的酒企净利润、营业收入均出现不同幅度下降。不过,在今年第一季度,白酒行业的业绩整体飘红。

在业内欢天喜地大呼市场回暖的同时,也有业内人士冷静认为与 2015 年春节销售旺季相关,只有第二、三季度的业绩持续回暖,行业才有机会真正触底回升。

酒业转走“轻奢侈品”路线

酒业评论员吕威逊在受访时表示，目前已经是可以判断市场回暖的时候了:“中国酒业市场和奢侈品种一样都在复苏，最艰难的阶段已经过去,对整个消费市场不利的问题已经解决。”

他认为，如此下结论的理由是酒业市场的整体价格有所调低:“无论是进口洋酒还是国产白酒，都调高了产品的性价比,原来的‘奢侈品’变成了‘轻奢侈品’以适应消费群体的变化。”

他认为,新的消费群体购买酒和购买奢侈品一样,不为满足基本需求,而在于提高生活质量,而在这样的市场结构变化中,他们需求被释放了:“在过去酒业长达 3 年的调整期中,大部分价格还没有完全到位,所以市场还不能真正回暖。”他透露,自己在去年年底就感觉到市场回暖的趋势,不过白酒的这种回暖趋势更为明显，而洋酒所占的市场比重较小,而且国外对其市场的分析和判断更倾向于从数据进行整理。

对于即将到来的“双十一”,吕威逊认为将会是一两个月的销售集中在一天内爆发:“这将是产生于消费需求下的购买。”

葡萄酒股业绩正在复苏

齐鲁证券研究报告表示,葡萄酒行业

就是通过抛售一些资产来使收购合并合法化。

但 CNBC 质疑称，合并后的公司将控制全球近三分之一的啤酒市场，难道只通过资产出售，就能通过全球监管吗？

路透社表示，既然百威英博敢出这么高的赔偿价格，相信其对于通过司法部门的批准还是有信心的。

或改变中国啤酒市场格局

未来国内啤酒行业竞争格局或许会改变。

虽然两大啤酒巨头合并会让市场更加多元化，但同时也会让市场竞争关系变得错综复杂。

事实上，两大啤酒巨头与中国的企业也是密不可分的，两大巨头并购给中国市场所带来的影响同样值得关注。

百威英博是珠江啤酒的大股东，在中国的市场份额大概占据了 15%。南非米勒持有中国最大的啤酒生产商华润雪花 49%的股权。根据市场调研机构欧瑞咨询的数据,2014 年我国啤酒行业的争霸格局中，市场份额排在前四位的分别是华润雪花 23.2%、青岛啤酒 18.4%、百威英博 14.0%、燕京啤酒 10.7%。

业内分析认为,假如双方合并完成,其合并后在中国的市场份额将会明显领先于青岛啤酒和燕京啤酒，未来国内啤酒行业竞争格局或许会改变。因为对于百威英博来说,一旦拥有华润雪花的销售渠道，将意味着打通国内全线市场，百威英博在中国啤酒市场上的地位将无人能及。届时,华润雪花被出售剥离的可能性就很小，百威英博主要规避反垄断审查应该主要是通过减持股份基金或幕后资金等方式保持掌控。这样一来,就会倒逼青岛啤酒和燕京啤酒加快国企改革和并购进程，加速中国啤酒行业的整合，现有市场格局将被打破。

投行高盛的分析用中国啤酒市场“大爆炸”已在风口浪尖来形容这种合并对中国市场的影响，认为进一步整合可能会导致更多的理性竞争，让中国啤酒行业在未来 5 年内利润扩大 5~7 倍。

高盛预计如果两大巨头成功合并,华润雪花的运营利润率预期将从 2015 年的 7%上升到 2019 年的 19%。

(编译 年双渡)

“万里茶道”沿线 28 个节点城市成立旅游联盟

“万里茶道”沿线 28 个节点城市旅游局长会议 27 日在“万里茶道第一镇”江西省上饶市铅山县河口镇举行。上述 28 个城市决定成立联盟,共同开拓蒙古国、俄罗斯等新兴旅游市场。

会议期间,与会各方签署了《“万里茶道”沿线城市旅游合作协议》，以促进“万里茶道”沿线城市旅游经济发展,提升城市旅游形象。

中共铅山县委书记万冬梅表示，铅山作为万里茶道重要节点城市之一，是中国古代重要的制茶、造纸、铸钱和茶纸贸易中心。“我们将与沿线节点城市一道努力,通过峰会这个平台，与各界朋友进行更加广泛、更加紧密、更加互惠的交流合作。”

根据协议，“万里茶道”沿线城市联盟将制定统一的“万里茶道”旅游品牌形象，创建“万里茶道”旅游联盟网站。

联盟城市将实行客源互送,开办“万里茶道好风光”一卡通,在门票、吃、住、行等方面进行一系列的优惠活动。每年定期在联盟城市中举行相关活动,如旅游商品展、各景区美食展、风光图片展、旅游推介会等。

2016 年 1 月,第四届“万里茶道”与城市发展中俄市长峰会将在河口镇举行。各旅游城市将联合对外营销方案，共同开拓蒙古国、俄罗斯等新兴旅游市场。

“万里茶道”是一条始于 17 世纪，繁荣了 2 个多世纪，贯通亚欧大陆的国际商道。近几年来，中蒙俄三国共同倡议打造“万里茶道”国际旅游品牌,使这条古道重新得到世人的关注。

(中新网)



茶漏：经常被遗忘的茶具

我们在泡茶的时候,经常把茶漏忘记，茶漏其实也很有意思。

在实际冲泡中，有些茶友并不喜欢使用茶漏,不使用茶漏的优点体现在方便、完全真实地呈现出茶汤的真实面目，而一些散茶茶索完整、制茶严谨、干净的茶叶，不使用茶漏也比较正常，或者在冲泡过程中前几泡使用茶漏，而后面茶碎较少时不使用。

但缺点也是显而易见的，因为大多数的普洱茶在压制或撬茶过程中，都很难避免出现细碎的情况，而一般盖碗或紫砂壶的出水缝隙又不足以阻拦这些碎茶或杂质,这样既影响美感也影响品饮。

这类茶漏主要有纯银、不锈钢等。纯银的较易被氧化,日常使用不多见,不锈钢茶漏应该是最早普及的茶漏，优点是经久耐用、便宜实惠,缺点一是用久了较难避免生锈;二是金属韵味可能会对茶有轻微影响;三是网漏孔不够细，通常在茶汤底部仍可发现小颗粒的情况。

不锈钢茶漏虽然摔不烂、用不坏,但用久了容易堆积茶垢和出现铁锈斑疤，不利于清洗和卫生。

这类茶漏在市面上常见的葫芦茶漏，甚至有海螺、贝壳制作的茶漏,优点是原生态绿色环保,可能也不便宜,缺点是容易有异味、不耐用、容易堆积茶垢不易清洗。

紫砂茶漏目前在市面已经有一些制作精美用料讲究的产品出现。紫砂茶漏与一般陶茶漏有很多相同之处，但紫砂茶漏可以涵养，与紫砂壶和紫砂杯一样能够越用越润,只要用后及时清洗,紫砂茶漏多了一份把玩的乐趣。

但紫砂茶漏一般不宜用于测试茶品的冲泡中，紫砂毕竟有些吸附茶气茶味的作用,可能会对茶品有轻微影响。

瓷质茶漏从一般实用性的到具备艺术观赏性,已经发展到青花、粉彩、汝窑、哥窑、青瓷等等，为茶漏赋予了更多的趣味。瓷茶漏的优点是易于清洗、网孔细密,不影响茶的香气味道，经过过滤的茶汤会更加通透明亮。一些制作精美的瓷质茶漏甚至还具备一定的艺术观赏性和把玩的价值，是目前最理想的一种。

一些对茶汤品质有着极高追求的老茶客能通过体会不同材质的茶漏研究对茶汤的影响。而选择一个合适的茶漏更有利于茶汤的表现。

白酒未来将是万亿产业 下行压力加剧行业集中

随着国内白酒行业竞争愈加激烈，如何在激烈的竞争中胜出，白酒营销无疑至关重要。作为中国绵柔型白酒领军企业——洋河股份(苏酒集团)一直在白酒营销领域的前列。10 月 26 日,在南京举行的第三届酒业营销趋势高峰论坛上，苏酒集团副总裁朱伟作了《关于白酒营销的 8 个基本看法》的主旨演讲。朱伟表示，白酒营销短期来看受到经济影响比较大，但是白酒的未来可能是一个万亿的产业,如果以市值指标来看，白酒未来也可能有万亿企业。

不过,朱伟还表示,市场经济条件之下充分竞争的直接结果就是从分散到集中，随着持续的行业下行将加速行业集中的步伐。

白酒未来是万亿产业

受经济下滑的冲击，以及中央八项规定的影响,白酒行业面临的压力越来越大。朱伟在主旨演讲中表示，白酒营销短期来看受到经济影响比较大,长期来看可能走出行情。之所以这样说,因为在 1997 年亚洲经济危机之后,白酒行业也走到了持续下滑的周期,直到 2005 年才走出这个影响。

在不少人看来，经济看上去和白酒这个行业隔得很远，但是确实对白酒行业影响很大。朱伟说，“今年我们几乎在所有调研城市都能或多或少看到在建工地停工，每个停工工地背后和白酒关系都很大，一个在建工程

停工了,从事建筑工作的几百人喝酒没有了，这个工地上的相关宴请没有了，供应商的宴请没有了，工地上客情往来所需用酒也没有了。全国这样的工地有多少？这还是只是工地,还有一些停工。关门的企业,这些无不对白酒行业影响较大。”

在朱伟看来,国内 GDP 从 9%到 7%对白酒行业的影响有多大,相信从行业来看,中秋很多厂家和经销商也感受到了白酒销售的寒冷。一个白酒销售大省,几乎没有一家中秋销售是增长的。所以短期来看,白酒短期受到经济影响会比较大。

虽然受经济影响较大,但是朱伟表示,白酒的未来可能是一个万亿的产业，这是以厂家出厂价的标准来衡量,“因为白酒是有着广泛需求的刚需品消费品行业，同时未来大消费时代即将到来,这是目前经济基本形势,在经历 20 多年以投资和出口‘两驾马车’经济拉动之后,消费将成为第三个驱动引擎。”

同时,在业内人士看来,随着未来几年社会收入水平大幅提高将带来白酒持续的消费升级,更重要的是通货膨胀的预期,也可能是行业规模快速扩容的潜在推动因素，货币政策可能在未来经济刺激增长起到一个重要的推动作用，这些都可能推动白酒产业成为一个万亿规模的产业。

具备万亿元行业的潜力，朱伟认为如果以市值指标来看，白酒未来可能有万亿企业,“之所以这样说，是因为阿里巴巴的支撑是销售规

模,大概六七百亿,利润率超过 40%，比较快速的发展趋势，这是三个支撑阿里巴巴一万亿规模的三个因素,以这三个指标衡量，一些优秀企业是可以达到的，例如六七百亿的销售规模 40%的利润率，白酒行业大的企业都是可达到的,当然未来发展速度也是可以期待的,所以白酒行业未来可能会出现万亿企业。”

下行压力加剧行业集中步伐

众所周知，目前我国的白酒行业呈现的列强争霸的局面,产业集中度不够。为此,在朱伟看来，白酒行业营销格局将逐步从分散走向集中，市场经济条件之下充分竞争的直接结果就是从分散到集中。

值得注意的是,20 年前几乎每个县都有啤酒厂,10 年前几乎每个省都有啤酒厂,但是现在剩下的啤酒企业可谓是屈指可数,“充分竞争的行业必然走过这一过程，因为大众消费能力提高后,大众心理也会走过这个路径，以白酒行业为例，消费者需求从过去原先的喝不上,到喝得上这是一个变化,然后可以经常喝,到最后可以喝得好,喝得有品位,有档次，最终发展到喝数一数二，喝有品牌的阶段，这是整个行业必然面对的消费者需求变化，这背后就是行业必然从分散走向集中的根本原因。”朱伟表示。

而随着白酒行业持续下行压力加大,也将激发行业集中的步伐，朱伟表示,“白酒行

业在这一轮整体下行背景之下会给所有企业带来阶段性竞争压力，竞争能力较弱的企业可能逐步退出市场，较强的市场将逐步占领更大的市场，这样有进入有退出的过程就是行业集中的过程。”

产业集中步伐加速，这也意味行业竞争在加速，在朱伟看来，随着这种竞争愈演愈烈，白酒行业新品牌打造越来越难,“白酒行业繁荣期有可能投入 1 产出 10，但是现在可能投入 10 产出 1,从事半功倍走向事倍功半。现在还有人在做开发产品，这是受到既往经验的限制,但是新品打造是这样,现在行业里面已有的品牌力不强的产品，道理也是一样的,未来几年也会承受比较大的压力,新产品想要打出来空间不大。”

行业竞争加剧，新品牌想要占据市场越来越难，但是并不意味着那些中小型白酒企业一定在此番竞争中会倒下。对此，朱伟表示，未来白酒营销系统能力决定最终成败,“目前在行业下行期只有系统能力才能把企业最终带上一高度，我们现在是逆风行驶，系统能力涉及分方面很多，例如营销战略决策,到销售模式创新,到管理流程再造,人力资源系统,企业文化打造,这是宏观的,具体的品牌规划、产品设计、动销管理、秩序维护，每一项都非常重要，都是需要我们一起来抓的点。这就是系统能力的打造,新背景和环境之下要做企业系统营销工程的打造，这是我们度过寒冬走向未来的基本形态。”(查坤)