

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY



权威性·指导性·专业性·唯一性·信息性·服务性

今日12版

2017年2月4日 星期六 农历丁酉年 一月初八 第023期 总第8774期

营运专线:13980606808 中国企业家网:www.zgceo.cn 官方微博:weibo.com/jrwb http://weibo.com/qyjr

国内统一刊号:CN51—0098 邮发代号:61—145、61—85

全年定价:250元 零售价:5.00元

A 酒道·酒界要闻

lcohol arts



酒业周刊 | Wine weekly

知名上市酒企
迎 2017“开门红”

对于白酒消费的“春节档”，记者近日实地走访了终端零售店，采访了众多酒类经销商及酒企人士。记者发现，今年，以53度500ml飞天茅台酒(以下简称飞天茅台)为代表的名酒出现热销，表现较为突出，也带动了一线名酒价格持续上涨。比如五粮液的核心产品52度水晶瓶装五粮液(以下简称普五)近期批发价和零售价格持续走高，同时，剑南春、沱牌舍得宣布其核心中高端产品涨价。

对酒企来说，产品在市场热销，公司业绩有望赢得“开门红”。在众多国内上市酒企中，水井坊1月23日晚披露预计2016年营收同比增长约四成，其表示，“受2017年春节提前(按公历计算)的影响，去年12月销售收入增加较多。” (谢振宇 陈星)

地标产品“邛酒”品牌
价值审定为30.59亿元

近日，邛崃市市场和质量监督管理局收到中国品牌建设促进会“2016年中国品牌价值评价结果通知书”，经专家评审、技术机构测算、品牌价值发布工作委员会审定，地理标志产品“邛酒”的品牌强度为763，品牌价值为30.59亿元。

价值评价活动由中国品牌建设促进会、中国国际贸促会等单位联合举办，致力于建立中国特色的品牌价值评价机制、打造中国品牌正能量、推动中国品牌走向世界。

目前，四川省共有地理标志保护产品241个，“邛酒”在24个参加本次评价的地理标志产品中品牌价值位列第十三位。此次价值评价将大力提升邛崃市地标产品的品牌价值、品牌知名度和产品经济效益。(川闻)

重庆产高粱酒
首次出口韩国

重庆市江津区消息，由该区江记酒庄生产的一批重约21吨的高粱酒近期正式出口韩国。这是重庆高粱酒首次出口韩国，也是重庆口岸首次以集装箱整柜形式出口酒类产品。

酒庄相关负责人介绍，为开拓国际市场，该企业在传承重庆传统固态发酵高粱酒工艺的基础上优化创新，推进国际市场产品研发。如针对韩国市场，打造了适应韩国市场的适口、低度和纯净的小曲清香型高粱酒。去年11月，该企业部分样品白酒出口至韩国后，品质、口感均获韩国客户肯定。(杨艺 邹帆)

南京消协：
有葡萄酒添加甜蜜素

1月24日，南京市消费者协会发布葡萄酒比较试验和消费建议。记者了解到，40批次产品中，有1批次检测发现甜蜜素。喝多了，会对人的肝脏和神经系统带来危害。

据悉，此次检测是委托国家轻工业食品质量监督检测南京站进行的。根据国标，对酒精度、含糖量、食品添加剂、二氧化硫、金属元素含量等项目进行了检测。

检测结果显示，所有指标都在限定范围内。其中，只有食品添加剂这一项，发现烟台威泰庄园葡萄酒有限公司生产的1999赤霞珠高级干红葡萄酒，有甜蜜素检出。而国标规定，发酵酒中不得使用甜蜜素、安赛蜜、糖精钠作为甜味剂，不得添加人工合成色素。(徐考)

中国酒周刊
设立信息采集中心
邀请书

为了进一步拓展信息采集渠道，聚集、整合有效资源，形成报企联动的快速机制，本刊决定：在全国各地设立信息采集中心(站)，业务范围包括信息采集、运营代理、征订发行等。

凡有意承担设立“中国酒周刊信息采集中心”重任的有志之士，请将个人简历和联系电话等信息，发至邮箱3086645109@qq.com，具体商谈工作流程和关系待遇。

邀请热线：13980606808

复苏之后 川酒该往哪里走

蒋君芳 刘宏顺

“沱牌舍得集团去年成功扭转了自2012年以来的亏损状态，销售额增长了20%以上。”1月16日，四川省十二届人大五次会议遂宁代表团分组讨论会上，省人大代表、遂宁市委书记赵世勇带来了一个好消息。

沱牌舍得集团的情况，一定程度上代表了整个四川白酒行业的现状。“从黄金时代到深度调整，去年四川白酒实现了弱复苏。”省人大代表、四川沱牌舍得酒业发展中心经理廖晓容时刻关注着川酒的行业状态。这也是不少人大代表、政协委员十分关心的话题。

◎复苏探秘

据四川日报报道，农工党四川省委提交的集体提案《推进白酒供给侧结构性改革，做优做强我省白酒产业的建议》称：去年前7个月，四川白酒企业上升趋势明显，96户监测企业共完成主营业务收入741.5亿元，同比增长超7%。

作为四川省白酒行业混合所有制改革的第一个成功案例，沱牌舍得集团在去年打了一个漂亮的翻身仗。“去年三季度，我们的净利润增长了1287万元，在全国19家上市白酒企业中，增长幅度排到了第一。”廖晓容说，去年6月份进行的混合所有制改革，让沱牌舍得集团获得了更为灵活的成长空间，“改制以后，新的薪酬激励机制让整个营销团队更有冲劲，工作面貌焕然一新。”

泸州酒企的情况也是一样。去年上半年，泸州老窖和郎酒集团收入均保持两位数增长，实现量价齐升。去年1—11月，泸州全市白酒产业规模以上工业增加值增长12.1%。省人大代表、泸州巴蜀液酒业(集团)有限公司总经理蒲遥认为，市场回暖与白酒产品定位的科学回归密不可分，“去年以来高端原酒市场没有起色，我们打造更加亲民的产品，



去年销售额上升15%左右。”

◎发展新思路

尽管迎来了复苏，但仍不能掉以轻心。

农工党四川省委的集体提案指出：现有白酒生产企业良莠不齐。四川省有生产许可证的白酒企业有1300多家，其中规模以上企业346家，上市公司4家，形成了以“五朵金花”为代表的一批知名酒企；还有很大一部分中小企业，其中部分为无资质小企业，仅成都邛崃市这个“中国最大白酒原酒基地”，就有小型无资质酒企近200家。

在蒲遥看来，另一个不能忽视的问题是，目前的白酒产品结构比较单一，不能满足各类消费者需求。农工党四川省委的提案中也表达了相似观点：“急需将白酒与水果、饮料等进行调和，创新口味，迎合年青一代的消费需求，同时开发保健型与功能型白酒品种，满足中老年消费者的养生需求。”

一些企业有了“机器换人”的思路。“目前全国酒业机械化程度最高的当属劲酒，其机械化操作已经达到90%，从粮食发酵到出成品酒，几乎是机械化，工人只需按键操作，整个过程中温度、湿度、时间的技术性控制更加可靠。”蒲遥测算了一下，自己的企业如果按照劲酒的智能

化操作模式，以前1万元的酒，现在6000元就能做出来，成本能节约4成。

从泸州老窖董事长位置退下来后，省人大代表谢明一直没闲着，他的名片上又多了一项头衔——四川发展原酒股权投资公司董事长。在他看来，川酒要良性发展，必须抱团，“如波尔多地区的葡萄酒，人家都说地名，而不是具体哪一个品牌。我们卖原酒的小企业很多，相互压价，省外企业购买我们的原酒，然后贴牌瓜分川酒市场。”成立四川发展原酒股权投资公司，目标就是将这些企业的原酒收购过来，形成川酒品牌，再统一销售，避免恶性竞争。

川酒大变局背后的真正推手究竟是谁

近日，四川省文君酒厂有限责任公司已完成股权变更，酷悦轩尼诗集团正式退出，而此前持有45%股权的剑南春则实现了对文君酒厂的全资控股。这一事件的市场影响究竟如何，或许还要过一段时间才能显现，但却再次释放出川酒大变局的明确讯号。

川酒整合进入空前活跃期

随着去年白酒市场形势的整体复苏，五粮液、泸州老窖、剑南春、郎酒等相继提价，为新一轮市场竞争蓄势待发，而记者注意到，川酒在资本布局方面同样进入了空前活跃期，这种情况明显有别于上一轮行业周期，整合扩张或将成为川酒接下来发展的另一条主线。

就剑南春全资控股文君酒一事来看，川酒企业对整合发展的决心很大。开启整合发展模式的川酒企业并非剑南春一家。早些时候有媒体曝出五粮液与山东酒企古贝春的收购事宜已基本敲定，五粮液将收购古贝春酒业51%股份，相关资产清理与核算工作已经完成，后期五粮液还将在古贝春所在地建设物流中心，作为其中低档产品的物流和电商平台。如果这一收购实现，古贝春将与五粮液之前在河北收购的永不分梨酒业、在河南收购的五谷春酒业形成连片布局，大大增强五粮液在华东、华北、华中市场的掌控力。

泸州老窖方面，其集团公司与川发展共同收购重庆诗仙太白一事已进入收官阶段，双方共同成立了重庆诗仙太白泸州酒类销售有限公司。泸州老窖股份公司则与泸州酒业投资有限公司达成战略合作关系。

引人关注的还有四川发展(控股)有限责任公司设立的四川发展酒业投资有限公司，背靠四川省国有金融控股投资平台，川发展酒业的整合野心很大，先后与剑南春、河套酒业、花冠酒业、仙潭酒业等传出“绯闻”，其未来酒业版图令人充满遐想。

郎酒在整合发展方面虽然尚未露出实质性动作，但近期同样表示，郎酒集团公司层面将“寻求更大的资本运作”。

除去刚刚完成企业改制的沱牌舍得和市场规模相对有限的水井坊，川酒“六朵金花”中的四家企业已进入资本运作、整合发展的不同阶段，加之川发展这样的隐形巨人，川酒板块的这种集体行为，难道仅仅是种巧合，还是其背后另有推手？

为川酒整合“定调”

四川省政府对川酒发展提出了明确的导向态度，这或许正是川酒集体行动的一个关键原因。

在去年3月的2016中国国际酒业博览会上，四川省委副书记、省长尹力提出，希望

川酒“六朵金花”中的
四家企业已进入资本运作、
整合发展的不同阶段，加之
川发展这样的隐形巨人，川
酒板块的这种集体行为，难
道仅仅是种巧合，还是其背
后另有推手？

广大酒企牢牢把握产业发展动向，着力推进区域产业合作，积极开拓国内外市场，巩固提升川酒市场占有率，不断发展壮大四川白酒特色优势产业，“我们将加强白酒产业健康发展的政策支持，进一步简政放权，做好协调服务，强化酒业行业引导。”

而在去年9月的四川白酒产业调研座谈会上，尹力再次强调：“要坚定不移地兼并重组，搞资本运作。”

事实上，在四川省经信委于2015年发布的《关于促进白酒产业转型升级健康发展的指导意见》中，其重点任务的第一条就是优化产业结构，促进转型发展。该意见具体要求，推动白酒产业向“金三角”核心区集中，资源向名优白酒企业集中，名优白酒企业的扩张以对现有普通白酒企业兼并重组为主，生产工艺以固态酿造的推广应用为主。

根据上述情况来看，川酒整合发展的“顶层设计”已经确立，这也符合各大川酒企业当前的发展形势和需求。因此，无论剑南春收回

文君酒这类以优化合力为目标的做法，还是像五粮液、泸州老窖这类扩大市场势力版图的做法，在今后一段时期内都可能继续上演。

川酒整合将带来怎样的变局

整合只是手段，发展才是目的，借助于整合途径，强化企业竞争优势，赢取市场主动，这才是川酒所期望的变局。

从强化竞争优势的角度看，川酒企业可能更看重产业链的补强。在产品、品牌方面，五粮液、泸州老窖等酒企本身就具备极强的实力基础，这可能不会成为其选择整合目标的首要依据，而在区域市场的渠道、物流、仓储等资源情况，对川酒企业更具实际价值。按照这个思路，川酒整合发展所衍生的市场变局，可能是逐渐形成以区域生产基地为核心，向一定范围辐射的网状结构，进一步推动酒企的营销下沉和服务前移。

从赢取市场主动的角度来看，川酒整合可以采取更加多样的结构形式。白酒市场已进入挤压式竞争阶段，在一店一户、寸土必争的形势下，川酒企业远程作战的劣势可能被不断放大，特别是在厂商关系创新、利益捆绑方面，当地企业往往更加灵活主动。而通过整合工程，川酒有机会把经销商纳入区域生产基地的大盘，从而实现双方的深度融合，这比企业主体层面的股份改造更具操作性，又比联合成立商贸型公司更具稳定性。这种整合方式所带来的市场变局，或将是川酒企业大规模的“抢人圈地”，从而把市场主动权牢牢握在自己手中。

去年，洋河、古井贡揭开了白酒整合的新一季剧情，而随着川酒企业的集体加入，这部大戏的后续发展将更加精彩而充满悬念。(云酒团队)