

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

中国酒

引领中国酒界传媒

权威性·指导性·专业性·唯一性·信息性·服务性

酒道·酒界要闻
Alcohol arts

成都一加一文化传媒有限责任公司
028-87369123
028-87363110
业务邮箱:3086645109@qq.com

酒业周刊 | Wine weekly

2016年中国葡萄酒产量下滑至11.4亿升

统计局最新数据显示,2016年12月全国葡萄酒产量为13.3亿升,较上年同期减少2.9%。

2016年,在全国葡萄酒产量减少的同时,进口量却得到了增加,据最新海关数据显示,2016年,中国进口葡萄酒总量约为6.38亿升,同比增长15%。

2016年,中国进口散装葡萄酒总量约14.4亿升,同比下降1.37%。(中商)

“宣”酒商标被认定为“中国驰名商标”

近日,安徽宣酒集团股份有限公司再结硕果,该公司“宣”酒商标被国家工商总局认定为“中国驰名商标”。这是宣酒集团品牌建设的又一次里程碑式的飞跃。

据了解,宣酒集团公私合营于1951年,2004年改制为股份制企业。宣酒园区面积910余亩,拥有7600余条固态发酵小窖池,10条现代化包装生产线,年产白酒3万吨,是目前江南规模最大的白酒专业生产厂家。中国白酒专家组组长沈怡方先生担任企业质量总顾问。白酒专业技术团队拥有国家白酒专家组成员1名,国家白酒评委3名,中国白酒工艺大师1名,国家高级酿酒师4名,国家一级品酒师5名,国家二级品酒师、省级白酒评委、酿酒师若干名。宣酒产品被评为“国家地理标志保护产品”、“全国质量稳定合格产品”、“中国小窖酿造领袖品牌”及“中国十大创新典范产品”等。宣酒小窖酿造工艺入选非物质文化遗产保护名录,宣酒园区被评为国家4A级景区。

多年来,宣酒坚持传统小窖酿造工艺,产品质量稳步提升,市场销售持续增长,已成为安徽白酒一线品牌。(任民)

兰陵酒业 溢价千万转让国有股权

日前,山东兰陵美酒股份有限公司10%国有股权项目通过山东产权交易中心网络竞价系统竞价成交。据悉,兰陵酒业此次转让项目的挂牌价为3144.74万元,经过4家竞买人227轮激烈竞价,最终以8214.74万元成交,增值率达161.22%。

记者查阅资料发现,近年来,山东酒业企业股权转让较为频繁。2015年3月,山东景芝酒业股份有限公司第二大股东山东景芝集团挂牌标价6700万元转让其持有的100%股份,浮来春集团有限公司高调竞购,后被安丘市政府叫停。2016年12月中旬,网上有文章称五粮液将收购山东古贝春酒业51%的股份,其董事长周晓峰曾向记者回复,称文章所言“不准确”,但并未对收购一事予以否认。(刘东宁)

口子窖成徽酒业绩白马

口子酒业2月5日年会透露,去年公司超额完成全年26亿元销售目标,营业收入或达到28.6亿元,超额完成10%左右。2017年将针对安徽市场增加10%的市场费用投入。

口子窖尚未披露2016年业绩快报,三季报时披露营收23.34亿元,利润7亿元,同比增长32%。依年会信息,去年全年业绩大概率维持高速增长,县乡级市场白酒消费升级是主因。(酒食汇)

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。

凡有意愿担任“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相关待遇。

邀请热线:13980606808

今日12版

2017年2月11日 星期六 农历丁酉年 一月十五 第029期 总第8780期
营运专线:13980606808 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 主编:王聪 责编:袁红兵 版式:黄健

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

高端酒量价齐升 大众酒亲民走量 春节白酒市场出现“两头热”

曹磊

刚刚过去的春节,各类酒品堪称消费最旺的年货之一。记者近日调查了解,春节前后,自去年下半年开始价格回暖的高端白酒,继续呈现身价上涨的趋势,且销量也在提升。

另一方面,家宴、酒席消费量最大的亲民价大众酒,则出现价稳量升的态势,整个春节的白酒市场也表现出“两头热”的特点。

高端白酒持续升温

据楚天都市报报道,腊月二十九的上午,市民罗先生给老丈人买了两瓶53飞天茅台,花了2700元。“还是托人才买到的,便宜了100块钱。”罗先生说,在一般的渠道里,春节前很难买到正宗的飞天茅台,就算能买到,价格也比之前贵了不少。

记者走访发现,自去年下半年开始身价回涨的高端白酒,在春节期间依旧持续升温,且销量不错。在湖北汉口台北路的一家烟酒专卖店,春节期间的53度飞天茅台已涨至1400元一瓶,52度水晶瓶五粮液也达到900元至1000元左右,均比去年12月时各涨了200元左右。

价格涨了,销量却也在提升。一位高端酒经销商告诉记者,飞天茅台从去年11月中旬开始就开价量齐升,在春节前达到顶峰,每天询价要货的电话不断:“主要还是各个企业老板需要,过年的好酒需求总归会



●春节历来是国内各地区市场酒类销售的旺季

旺盛一些。”

除了茅台,业内人士也称,52度五粮液、天之蓝、国窖1573等高端白酒也在春节出现价涨量升的喜人局面,消费需求比较给力。

家宴亲民酒更加受捧

高端白酒量价齐升,近些年已成为市场主力的亲民大众酒虽然价格没有太大变化,但在销量上表现得更为给力,托起了整个春

节酒市。“春节期间的酒品消费毕竟还是以家宴和亲友聚会为主,大众酒消费量还是最大的,尤其是中小酒品牌的产品,同样出现了价格竞争。”酒类观察人士王朗称,像白云边、稻花香,甚至泸州老窖,以及茅台、五粮液的子品牌的大众酒品市场培育已经比较成熟,春节档期就呈现亲民百花齐放的局面。

不过,记者也发现,也许是因为大众酒市场的进入门槛相对较低,规模较大,故而也成为中小酒品的主要竞争目标,而消费量最

大的春节档就更是各类平价酒“拼杀”的时候,价格竞争也比较明显。

在多家超市里,导购员主动的推销的酒品多在百元上下,最高的也不过300元,而这一价格区间的白酒品牌非常多,打折力度从三折到五折不等,多数消费者会选择此类档次的白酒。

两头热现象或将持续

新春已至,高端白酒是否会延续去年以来的涨势?业内称,白酒市场经过多年的培育,作为日常消费主力的亲民大众酒依然是主流,竞争也更加激烈。由于高端白酒厂商利用控制产量,以及饥饿营销等策略,春节前后呈现的“两头热”现场可能还将持续一段时间。“春节是白酒销售最旺的季节,并不能代表市场的主流现状。即使高端白酒大幅涨价,但相较于多年前仍属于能够被商务消费市场接受的水平。”王朗介绍,家庭日常消费的大众白酒依然是各家酒企竞争的主战场,价格战也会继续。同时,前两年以来,国内创业公司越来越多,中小型商务消费的总量也应该会有所提升,高端白酒的需求也会趋于稳定,价格也会止涨。

酒业专家杨承平也在接受采访时表示,高端白酒的消费季节性很强,节日需求大,加之一些高端白酒每年的产量是固定的,所以可能造成一段时间内的供需不平衡,才有旺季出现涨价现象,以此说明行业回暖为时尚早。

每周论 | Weekly comment

聚焦伊利、茅台、洋河 入选2017全球品牌500强

五谷君

新一届全球品牌500强名单揭晓,入选者都有谁?

据多家媒体报道,日前,英国著名品牌评定机构“Brand Finance”推出了2017年度的全球品牌500强榜单。

公开资料显示,Brand Finance是世界知名的品牌价值及战略咨询公司,每年都会评估全球数千个知名品牌,并在年度“Brand Finance全球500强”报告中列出最具价值的品牌,因而备受关注。

在今年的评选中,Brand Finance公司是以“一家公司愿意像未曾拥有其品牌一样为之付出”为计算值量,评选维度包括公众熟悉程度、忠诚度、推广活动、营销投资、员工满意度,以及企业声誉、品牌未来收益的归属。

五谷君注意到,2017年全球最具品牌价值500强榜单,仅有55家中国品牌上榜。在食品饮料行业上榜企业中,除了可口可乐、百事可乐、红牛、百威等国际品牌,中国食品饮料品牌仅有伊利、茅台、洋河三家企业。

值得关注的是,伊利股份成为上榜的中国唯一乳制品企业;同时,作为中国酒业知名品牌,五粮液意外落选,而洋河却上榜。

五谷君注意到,截至2017年2月3日收盘,伊利股份股价收于18.24元/股,市值突破1100亿元。

作为中国乳业一哥和中国酒业老大,伊利股份和贵州茅台入选2017年全球品牌500强都在情理之中,但洋河股份为何也能“赫然上榜”呢?

2016年白酒行业仍为深度调整期,然而贵州茅台、五粮液、洋河股份等率先回暖,洋河股份去年第一季度实现营业收入68.43亿元,净利润24.56亿元。之后在销售上始终保持昂扬态势,1-6月实现营收101.94亿元,历史上首次突破半年逾百亿。

五谷君注意到,截至2017年2月3日,洋河股份股价收于69.94元/股,总市值突破1000亿元。

业内人士表示,洋河股份崛起速度较快,营业收入已经超过泸州老窖,仅次于贵州茅台和五粮液,而且从发展势头来看,洋河股份未来几年有可能反超五粮液,重塑中国酒业目前市场格局;但五粮液没有入选2017年全球品牌500强,多少还是出乎意料。

2016年1-9月,洋河股份营业收入约为146.67亿元,归属于上市公司股东的净利润为48.39亿元;同期,五粮液营业收入接近177亿元,归属于上市公司股东的净利润在51亿元左右。数据说明,洋河股份和五粮液之间的差距确实在逐步缩小。

川酒圈外人的“小酒梦” 这三位从喝酒的变成做酒的

童胤瀚

“春节前后一直在全国各地跑市场,从目前经销商的反馈情况来看,我们对2017年是充满期望。”2月6日,刚刚从老家返蓉的“太白先生”小酒联合创始人朱峰告诉记者,之所以比其他同事晚些回来,是利用春节这个机会了解一下湖南的市场。

据四川在线消息,从2016年9月9日正式发布算起,这款产自绵阳的“太白先生”小酒已经卖出10余万瓶,销售区域分布在德阳、绵阳、广元、南充四市。“虽然数据不算亮眼,但是对于我们几个白酒‘门外汉’来说,这个销量已经能够接受了。”朱峰如是说。

事实上,与一般“不熟不做”的创业思路不同,太白先生酒的三位创始人没有白酒行业的从业经历。“进入酒圈,实属巧合。”朱峰告诉记者:“我们三个人原本都是做房地产

品牌营销的,平时朋友聚会时也都喜欢小酌几杯,但每次选酒时都为没有符合自己需求的小酒发愁,要么口感不好,要么是格调不对,针对35岁到45岁之间的小酒市场依旧属于空白。所以几人一合计,觉得这事儿可以做,于是我们就从喝酒的变成做酒的了。”

记者了解到,由于是“新入行”,太白先生酒在上市前经历了不少周折。为了保证产品质量,从众多知名酒厂调配基酒,反复试验。由于自己是从事营销推广的,他们也对产品包装、造型有着几近苛刻的要求。朱峰告诉记者:“因为我们的产品定位是情怀小酒,所以在包装上就要独树一帜,比如造型是方的好还是圆的好?瓶体是磨砂还是半磨砂?瓶口的高度是20毫米还是25毫米?……”从最后的成品来看,磨砂瓶身、防冒内盖、个性化标贴等一系列细节,使该产品拥有目前小酒产品中最顶级的硬件配备。“我们这个内盖和一线

品牌的大容量产品一样,即使倒置也不会溢出酒来。”朱峰将一瓶打开的酒在空中倒置,一边演示一边颇为自豪地介绍。

或许是外行人入局,太白先生小酒从定位到营销思路都与传统酒企有所不同。该产品定位于小酒市场的轻奢路线,主要目标人群为35岁至45岁之间的都市消费群体。“这样的产品路线与之前的大多数高度小酒有所区别,填补了一个细分领域的空白。”业内人士这样认为。此前包括江小白、贵宾郎、歪嘴五粮液在内的产品虽然也走情怀路线,但所针对的消费目标人群没有划分得如此细致。

据了解,2017年,太白先生将加大与消费者的互动,充分发挥新晋品牌“小快灵”的特点,除了延续“全民代言上包装”的活动外,还将推出“扫二维码返红包”的一系列营销活动。此外,在产品体系上,品牌将开发中瓶装,以丰富产品线,满足更多消费者的需求。

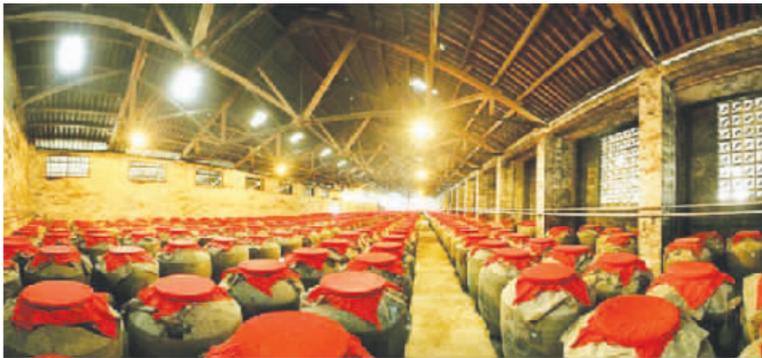
川酒产量去年稳居第一 约占全国总量三分之一

周显彬

日前,国家统计局发布2016年我国白酒行业数据,白酒产量位居前三位的分别是:四川省白酒年产量402.67万千升,增长8.65%,位居全国第1位;河南省白酒年产量117.50万千升,增长3.65%,位居全国第2位;山东省白酒年产量112.64万千升,下降0.72%,位居全国第3位。

据四川在线消息,数据显示,去年全国规模以上白酒企业完成酿酒总产量1358.36万千升,同比增长3.23%;从效益上来看,去年纳入到国家统计局范畴的规模以上白酒企业1578家,累计完成销售收入6125.74亿元,与上年同期相比增长10.07%;累计实现利润总额797.15亿元,与上年同期相比增长9.24%;亏损企业累计亏损额10.54亿元,比上年同期下降15.92%。

从各省区市的白酒产量来看,2016年1-12月,白酒产量增长率超过10%的共有7个省市。其中,青海省白酒年产量2.63万千升,增长42.16%;山西省白酒年产量10.32万千升,增长24.33%;湖南省白酒年产量30.58万千升,增长18.79%;北京市白酒年产量31.02万千升,增长16.73%。之后年产量增长率超过10%的省市区分别是吉林、天津、贵州。



川酒企业动态

五粮液:2017年聚焦9大营销

2月7日,五粮液股份公司2017年首次营销工作会议在宜宾召开。2017年是公司落实“十三五”规划,实现千亿目标,夯实基础,承上启下,寻求突破的关键之年。要从九个方面做好市场营销工作。

泸州老窖:2017年为冲刺前三强做准备

2017年,紧紧围绕市场抓销售、生产和布局,着力提高产品质量和生产经营效益。公司不仅要纵向取得成绩,在横比中也要取

得突破;公司要通过对标学习,查找不足,不断提升发展空间。

郎酒股份:2017年突出制度化、规范化管理

2017年,是郎酒股份公司制度化规范化运行的开局之年。郎酒股份公司是白酒产业发展的独立平台,全面开展白酒产业经营工作,负责白酒生产、销售及相关配套产业的经营。股份公司按照现代企业制度要求规范管理,实现销售体系一体化建设和统筹协调,提升管理效率和市场竞争力。