

国庆中秋将至 高端白酒涨价试探市场



国庆、中秋两节将至,疲软多时的白酒市场正在酝酿一次反攻。日前,五粮液、茅台等高端白酒品牌“携手”涨价试探市场。

市场高端酒价格已呈现回升局面。与此同时,18家上市白酒企业的2015年半年报显示,与去年同期相比,整体业绩已经开始止跌回暖。专家认为,我国白酒业进入弱复苏阶段。

高端酒纷纷涨价

近期国内高端白酒频频传出涨价消息,令处于调整期的白酒业颇受关注。

8月初,52度五粮液(普五)出厂价由每瓶609元调整至659元。有茅台经销商也透露,最近收到通知,“将53度飞天茅台的终端价格从1099元调整到1199元。”涨幅近一成。同时,茅台还召开内部会议决定:2015年合同量在10吨及以上的经销商和专卖店,从8月17日起茅台酒流通批发价格低于每瓶850元销售的,一旦查实,将不再续签2016年合同。此外,泸州老窖也已开始全面调整价格体系。

目前京城烟酒行、超市等终端市场的茅台、五粮液等高档白

酒终端零售价有所回升,但没有出现太大涨幅,普五价位为每瓶700~980元,飞天茅台为每瓶1000~1299元。一些烟酒专卖店店员表示,中秋节节庆市场是高端酒的销售旺季,目前茅台、五粮液的涨价幅度为50~100元,但是如果批量进货的话,价格还有折扣。

中国酒业协会副秘书长宋玉书表示,高端酒本属于稀缺资源,受三公禁令等因素的影响,过去三年时间,很多喝高端酒的人不敢喝。但是高端酒市场一直存在,商务市场、自饮市场的活跃也使得高端酒市场慢慢在恢复。同时,高端酒企也通过一些控量保价等市场策略,维护其高端形象,这也对高端酒价格稳定起到很好的支撑。

白酒营销专家肖竹青表示,在历经三年销售低迷、减产、降价后,限制“三公”消费对于高端白酒需求的抑制已经见底。高端酒流通渠道库存严重,但经过三年多的消化,库存问题得到很大缓解,酒行业的信心大增。中秋国庆双节临近,高端白酒在此时宣布提价,主要是为了在销售旺季之前试探市场承受力,同时有助于清理掉一部分不守规矩的经销商,保护渠道利润,稳定

市场,有利于酒企市场信心的进一步的恢复。

上半年整体业绩回暖

与高端白酒涨价相对应的,今年上半年白酒业整体业绩正逐步回暖。

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%。

根据上年酒企中报显示,今年上半年,除山西汾酒、沱牌舍得、金种子酒、*ST皇台、五粮液、伊力特这六家上市酒企外,其他酒企的营业收入、净利润均获得正增长。而2014年同期,仅有3家上市酒企的营业收入实现正增长,仅有一家上市酒企的净利润增速为正增长。

白酒业“三大龙头”的复苏趋势更为明显。数据显示,贵州茅台、五粮液、洋河上半年营收分别为157.79亿元、112.15亿元

和95.71亿元,净利润分别为78.82亿元、32.98亿元、31.85亿元,营收占全行业的比例超过60%、净利润超过80%。而去年同期,这“三大龙头”的净利润都为负增长。

肖竹青介绍,行业放量增长5%,底部得到了确认。总体来看,上半年白酒上市酒企的业绩表现开始扭转2013年以来的颓势。2015年上半年,白酒上市公司的白酒销量增速大于5%,出现两位数增长的不乏水井坊、老白干、贵州茅台、洋河股份、口子窖、酒鬼酒等,说明行业总体实现放量增长。

回暖趋势仍需观察

对于高端酒密集调价,酒业业绩集中报喜,是否意味酒业将继续回暖呢?

宋玉书介绍,白酒板块基本面见底复苏,但整体来说,酒行业的调整仍在继续,特别是

高端酒行业受整体经济形势影响比较大,从目前的经济大环境来看,酒行业保持高速增长的条件不再。如果国内经济形势出现大的波动,高端酒可能会二次探底。

白酒营销专家铁犁表示,茅台、五粮液等高端酒的提价,并不能乐观地说明白酒市场仍将持续回暖。目前整体的白酒需求还是处于滞涨的态势,同时此前几年在白酒行业中堆积的泡沫还没有完全挤掉,经过这几年的调整,目前看来,白酒市场明显回暖的动力仍不足。

不过肖竹青表示,目前白酒企业大中型企业多为国有白酒企业,在产品打造、品牌影响等方面都较为优秀,但在企业管理、激励机制等方面存在较大改善空间。目前一些白酒国有企业实施管理层股权激励,引入战略投资者、薪酬改革等措施,有望激发企业经营活力和业绩释放动力。(人民网)

企业动态

恒天然再度削减乳制品供应量

本报讯 张勇 恒天然近日宣布将在未来12个月进一步削减乳制品供应,削减数量为2.205万吨。恒天然解释称,削减乳制品供应带来的后果是未来新西兰整体的乳制品供应量会随之降低,此外乳制品的产品结构也会发生变化。这是今年8月宣布减少乳制品供应量一个多月后,恒天然再次做出削减乳制品供应量计划。

根据此次削减计划,全脂奶粉的供应量将在9-10月减少8400吨,在明年1-3月将减少7500吨,这也是此次削减计划的最重要部分。此外,脱脂奶粉的供应量也将从今年10月到明年1月间减少6000吨。

由于恒天然占据全球1/3的乳制品贸易量,且中国又是其最大的乳制品出口国,因此牵一发而动全身,恒天然乳制品供应量的减少也将反应至国内乳制品市场,但业内人士表示,由于国内大型乳制品企业在过去一年囤积了大量的原料,到年底这些企业都将处于消化库存期,因此恒天然从源头上削减供应,短期内并不会对国内市场产生太大影响。

行业动态

8月餐饮收入同比增12.4%创新高

本报讯 张勇 中国烹饪协会近日发布今年8月餐饮市场经营情况。数据显示,8月,餐饮收入2752亿元,同比增长12.4%,比去年同期加快4个百分点;限额以上单位餐饮收入741亿元,同比增长8.9%,比上年同期加快9.8个百分点。两者增幅均达到今年最大值。

据了解,今年1-8月,全国餐饮收入20349亿元,同比增长11.7%,比去年同期加快1.9个百分点,增幅达今年最大。限额以上单位餐饮收入5400亿元,同比增长6.9%,比去年同期加快4.5个百分点。

中国烹饪协会方面表示,今年以来,餐饮业结构发生调整,转型

升级逐渐奏效,餐饮业开始回暖。在接下来的四季度,中秋节、十一黄金周等节假日也陆续到来,对餐饮消费起到了一定的促进作用。中国烹饪协会预测,四季度餐饮市场仍然有望保持当前速度稳定增长,全年突破3万亿元基本无悬念。

国内咖啡领域被电商看好

继京东注资3W咖啡后,前景被看好的国内咖啡领域再引电商巨头涉足。亚马逊中国日前推出线上咖啡馆,与京东注资线下店的模式不同,亚马逊中国瞄准的是线上商品市场。专家分析认为,中国咖啡消费量正以每年15%~20%的幅度增长,咖啡设备需求也

将日益攀升。在亚马逊咖啡馆网页,可以看到咖啡机、咖啡辅食以及咖啡书籍等各类商品。亚马逊中国方面称,亚马逊咖啡馆包含咖啡机、咖啡壶、咖啡原料、咖啡书籍及滤纸在内的五大主流品类,2000多款咖啡相关选品,来自亚马逊中国自营

平台、亚马逊“海外购”以及第三方卖家。线上咖啡馆要向消费者提供咖啡品鉴和制作的一站式购物体验。

电商平台上的咖啡类产品已不局限于简单的速冲咖啡。咖啡设备、咖啡豆等商品早已登陆各大电商平台。(中国网)