

# 白酒市场过“深冰期” 释放回暖信号

从已披露的2015年业绩快报的8家白酒企业发现,除沱牌舍得出现双降以外,其余7家公司的业绩均表现良好,其中泸州老窖、山西汾酒、今世缘、口子窖均为净利增长,水井坊、酒鬼酒、皇台酒业三个ST企业实现扭亏为盈。一向具有白酒行业风向标之称的五粮液、茅台也相继释放出业绩回暖的信号。业内普遍认为,国内白酒市场在经历了“深冰期”后,出现了回暖趋势。

## 7家上市酒企业绩预增

前不久,国内18家上市白酒企业,有8家报出2015年业绩快报,除沱牌舍得营业收入和净利润双降之外,其余7家酒企均为业绩预增。其中泸州老窖表现最为抢眼,预计全年净利润增长52%~70%,去年10月发布的前三季度业绩报告也显示,1-9月公司营业收入和净利润同比增长分别为5%、6%。山西汾酒预计净利润涨幅在40%~60%,今世缘预计营收和净利润同比涨幅在10%以内,口子窖预计净利润同比涨幅在40%。

白酒ST企业表现也较为亮眼,\*ST酒鬼、\*ST水井、\*ST皇台业绩预期均扭亏为盈。净利润预计分别为8000万元~9600万元、9000万元以及650万元,同比增长都超过100%。

除了上述发布业绩预期快报的上市公司之外,剩余10家上市白酒企业的业绩预期也被看好。例如洋河股份在三季报中预测2015年全年净利增长5%~15%。申万宏源证券最新的草根调研预测,古井贡酒、贵州茅台、五粮液全年净利增长分别约为11%、6%和2%。

## 释放市场回暖信号

此次7家酒企业绩预增原因主要是销售业绩不同程度回升,而主流企业的业绩增长是行业回暖的标志之一。从五粮液、茅台为代表的知名白酒企业的经销商大会上也可以看出企业对业绩充满信心。

据了解,从贵州茅台、五粮液、泸州老窖等酒企向外释放的信号来看,其渠道库存已经消化到合理状态。公开数据

显示,2015年1-9月,中国白酒产量同比增长5.53%,这也是市场回暖的一个标志。白酒行业分析师蔡学飞指出,主流企业的业绩增长、库存降低以及白酒产量的增长,都反映出行业的冷暖变化。对此,白酒营销专家肖竹青表示,国内白酒市场在经历了三年探底后,白酒原有疲软政务消费由商务消费和自饮消费弥补,渠道信心回升。众多酒业在采取了去库存、控量保价的政策后,市场供求关系取代以往厂家主导产品的价格体系,现在管控效果已经出现。

## 中端白酒将迎高增量期

在白酒市场出现回暖的前后,白酒行业也在进行着一轮又一轮的深度调整,与黄金十年企业盲目追求高端白酒的策略不同,越来越多的企业开始瞄准大众市场,对中端白酒市场布局的效应也正在逐渐显现。

据预测,白酒消费逐步向100~300元的中高端白酒品类过渡。五粮液去年曾提出,将把中低端品牌绵柔尖庄打造成

主管百亿民酒品牌。此外,多家白酒企业还提出了一系列降价、去库存、梳理产品线、提高终端运营以及拓展互联网销售等市场措施。酒企现已逐渐适应了低迷的市场环境。

业内人士分析道,在白酒市场增量放缓的当下,未来白酒行业的重点仍是调整结构,从“名酒”向“民酒”过渡是2016年国内白酒企业的转型重点。

对此,蔡学飞表示,行业呈现业绩回暖迹象,一方面受到严峻的市场环境倒逼,不得不直面企业自身短板,优化企业经营策略,改善渠道管理,借此改善企业业绩。此外,茅台、五粮液等高端白酒的消费群体更注重品质和品牌,而不是价格,所以具有名优品牌的高端白酒更易受消费者青睐,更容易脱颖而出。

不过,白酒营销专家晋育峰却指出,18家白酒上市企业不能代表白酒行业,实际上酒业大环境仍未能好转,白酒行业的复苏至少要2018年后,最快也得在2017年底。

(中新网)

## 业内资讯

### 重庆啤酒加快品牌升级

重庆啤酒日前发布公告称,公司将关闭旗下的六盘水啤酒有限责任公司,加快品牌升级速度。在大股东嘉士伯2015年在华业绩遇阻的情况下,重庆啤酒的转型速度将会影响嘉士伯在华的整体规划。

据了解,从去年10月份开始,重庆啤酒还关闭了包括黔江、永川、安徽九华山等公司生产线。业内认为,高端产品已经成为国内啤酒企业的发展新趋势。

在专业人士看来,重庆啤酒关闭生产线主要还是为了进行品牌战略调整,推动公司产品结构向高端化方向发展,从而加速完成公司大股东嘉士伯在华的整体规划。嘉士伯高层去年曾公开表示,嘉士伯的盈利发展并不理想,需要对华市场以及其他地区进行调整,着手为未来发展做准备。而重庆啤酒被视为嘉士伯的啤酒资产整合平台,势必要率先完成产品结构的升级。

中国品牌研究院研究员朱丹蓬表示,随着国内消费习惯的变化,高端啤酒产品在未来市场所占比例将会进一步增大,各大啤酒企业纷纷开始布局。而重庆啤酒作为一个区域性品牌,消费者对于它的熟悉程度要远低于雪花、青岛等全国性品牌,想要进一步扩大市场份额,不管是在营销方案还是品牌推广上都要下很大的功夫。

(人民网)

### 娃哈哈将推出特色饮料新品

本报讯 王晓梦 近日,娃哈哈集团在北京国家会议中心举办了“娃哈哈2016新品发布暨北京合作伙伴答谢会”。在会上,公司推出激活π维生素饮品等新品。

据了解,激活π是娃哈哈集团精心研发,专为时尚个性人群设计的快速补充水分、激发活力的一款维生素饮料,口感清爽,包装时尚,个性十足,是大家轻运动时的轻补给首选。作为2016年的重点主推新品,激活π的整体设计显得格外引人注目:平凡而又乐观、奋斗的“小咖π”;对美好事物充满向往的“颜控π”;做自己,最真实快乐又善于搞怪的“深井π”。对应清新西柚、金桔茉莉、莫吉托三个清新爽口的口味,非常契合现代年轻人追求自我的性格特点。

随着90后、00后渐渐成为饮料消费行业的主力军,新潮、有特色的饮料新品必将受到年轻人的喜爱,得到市场的认可,得到不俗的成绩。

## 市场动态



### 饮料业去年利润增长15% 加多宝夺凉茶市场首位

近日,中国食品工业协会发布了2015年度饮料行业运行报告,报告中指出,饮料制造企业在2015年的主营业务收入实现平稳增长,其中加多宝在这一年更换为“金罐”后,在凉茶的市场份额中拔得头筹。

此次发布的报告显示,2015年,我国饮料行业全年累计总产量17661.0万吨,同比增长6.23%,规模以上饮料制造企业实现主营业务收入6157.33亿元,同比增长6.21%。值得注意的是,饮料行业的利润总额为567亿元,同比增长15%,达到了历史最高值。

报告的发布方中国食品工业协会对此分析称,上述2015年主要经济指标表现出了良好的成长性,经济发展的活力和动力均在增强,是我国消费品中的发展热点和新的增长点。

同时,在过去的一年中,饮料行业的产品种类和市场占比在悄然发生着变化。从产量上看,2015年包装饮用水类的比重继续加大,碳酸饮料和果蔬汁类别的比重均有小幅下降。在其他品类中,凉茶行业市场销售收入超过500亿元,同比增长10.6%,

继续保持较好的增长趋势,位居饮料行业第四大品类。其中,加多宝凉茶以52.1%的销售市场份额位居中国凉茶行业市场首位。在罐装凉茶行业市场,加多宝品牌凉茶的销售市场份额为70.6%。

中国食品工业协会常务副会长刘治对此分析称:“受消费者对健康诉求的提升影响,2015年以凉茶、纤维饮料、近水饮料为代表的新品类饮料均实现较好发展,加多宝凉茶因中国传统养生文化的代表这一定位符合消费者健康消费的诉求,因此取得了较好的市场表现。”

同时,刘治认为,对于兼具快速消费与生产制造属性的饮料行业而言,创新始终难以摆脱同质化竞争,这一尴尬已成为业界的共识,而正确认识传承与发展的关系才是创新的根源。就凉茶而言,创新来源于对品质的坚持,在品质的基础上提升科技和工艺,才造就了现代凉茶。在保证传统凉茶的正宗配方与产品优良品质的基础之上,进行的符合市场需求的创新也是加多宝此番“夺魁”的关键。

(中国经济网)