

白酒巨头集体涨价 行业处调整期



今年以来,五粮液、剑南春、洋河等多家酒企均对旗下的核心产品进行不同程度的提价,除此之外,茅台、泸州老窖等酒企也以控量的方式稳定产品的价格体系。对于这波涨价潮,业内普遍认为,近年来酒业渠道利润微薄,中高端白酒对于核心产品的控量或提价,有利于改善渠道利润,并带动白酒行业价格提升。但从白酒企业整体业绩来看,目前行业还处于深度调整期,行业回暖为时尚早。

大佬齐提价

成都春季糖酒会期间,五粮液对外宣布,自3月26日起,普五的出厂价将从659元调高至679元,即每瓶涨20元。五粮液集团公司总经理刘中国表示,2016年52度新品五粮液出厂价格将持续回调,逐步引导其价格恢复到与价值匹配的正常水平。无独有偶,泸州老窖曾在去年12月的股东大会上透露,头

曲2016年提价基本已成定局。同月,剑南春针对水晶剑南春和东方红,将出厂价分别上调到40元和60元;次月,洋河将旗下拳头单品海之蓝、天之蓝的出厂价分别上调2元、4元。而据报道,山西汾酒青花(20)的发票执行价基本每瓶上涨了10元。

虽然茅台并没有直接宣布提价,但销售公司总经理马玉鹏曾表示,茅台酒存货量与市场销量基本持平,而下半年销售公司计划指标不会超过8000吨。此番言论也被业内解读为是下一步提价做铺垫。

借涨价提利润

自白酒市场进入深度调整期以来,竞争日趋白热化,产品毛利率呈现下滑趋势,与此同时,渠道利润也下滑严重。以茅台、五粮液为首的白酒经销商为例,大部分经销商的渠道利润微薄,普遍艰难度日。

国君食品在近日发布的一

份研报中指出,高端白酒控量或提高出厂价以提升一批价,不仅有利于改善渠道盈利,也有利于行业价格带的稳中有升。中档价位白酒走量相对较快,且由于竞品众多、竞争激烈,一批商普遍寻求低毛利、高周转,通过完成任务拿返利,在行业挤压式增长下渠道毛利空间持续受压。提高出厂价可寻求新的价格体系,也可能为迎合消费升级趋势。

白酒营销专家晋育峰则认为,中高端白酒企业对于核心产品的控量或提价,主要是为了理顺产品价格、改善渠道利润、提振终端信心,并借机梳理渠道资源体系,清理动销不良的经销商。“每个产品的价格带都是有上、下限,一般企业若不越过价格带进行提价,风险相对较小。”

不过酒水的产品价格始终是由市场的供需关系决定,在消费者需求没有明显好转的情况下,企业通过提高出厂价的手

段,很难在终端成交价落地,实际上仍然会缩减经销商的利润空间。

行业仍处调整期

这一波提价,也引发了对于白酒行业回暖的探讨。茅台发布的2015年度财报称,公司实现净利润155.03亿元,同比增长仅为1%。而五粮液2015年公司实现净利润61.76亿元,同比增长5.85%。

尽管这两家酒企的营收和净利都实现双增,但其增长极其有限,仅为个位数。晋育峰对此表示,目前上市酒企主要呈现的是恢复性增长,实际上酒业大环

境仍未能好转,白酒行业的复苏至少要到2018年后,最快也得在2017年底。

白酒行业分析师蔡学飞则进一步表示,白酒业绩呈现上扬,主要受到严峻的市场环境倒逼,不得不直面企业自身短板,通过去库存、梳理产品线等措施优化企业经营策略,酒企已逐渐适应了低迷的市场环境,以此呈现的业绩改善,并不是行业出现拐点。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。

(人民网)

行业信息

美国加州西梅协会在京 举办品鉴活动



本报讯 记者张乔生 4月12日下午,美国加州西梅协会在北京威斯汀大酒店举行新闻发布会暨品鉴会。美国驻华大使馆农业贸易处负责人、西梅国际营销总监以及部分媒体记者参加了此次活动。

美国驻华大使馆农业贸易处处长 rosc anne freese Drechr 表示,西梅来自美国加州,也称为加州梅,当梅子成熟时,其表皮呈深紫色,果肉呈琥珀色,是世界的天然美味,西梅来到中国,加深了美国与中国人民的友谊。首都保健营养美食学会副秘书长陈治银介绍,西梅含有丰富的维生素A及纤维素,同时兼含铁和钾等矿物质,却不含脂肪和胆固醇。西梅可帮助老年人补充铁、锌、钾,强身健骨,可使小孩增加各种维生素。西梅芳

香甜美,口感润滑,不仅能当零食吃,还可入菜。无论用来做沙拉、糕点,还是主食、配料,都非常合适。它和各种原料相配,可做成各种美味食品,当作为配料时,具有甘草的芳香,是现代健康饮食的佳品。西梅的加工产品也很多,如西梅干、西梅汁、西梅糕等,随身携带,既可以饱口福,又对健康有利。

据资料显示,西梅与中国的话梅不同,西梅糖分很高,所以不需要腌制,也不必添加任何糖、盐等调味品。不去核、不发酵,直接高温脱水,就可以制成西梅干食用。西梅本身含有天然抗氧化剂,其含量在水果中名列榜首,这不仅可防止果肉本身腐坏,还可帮助食用者延缓衰老。国外很多运动员,特别是长跑运动员都有每天吃西梅的习惯,可以减缓肌肉的衰老。连时尚界,也开始将目光转向西梅。好吃的热量太高,健康的又不好吃,既美味又健康的更是“千金难求”,这让关注美味又关注健康的现代人伤透了脑筋。不过,西梅的出现,才让人们真正有了两全其美的选择。

美国一项研究表明,西梅所含的抗氧化物质有延缓机体和大脑衰老的功效,有助于中老年人补钙增强体质。美国健康专家曾指出,成年人每人每日至少应摄入一只新鲜西梅或3粒天然西梅制品,以补充人体生命活动必需的各种维生素,微量元素和膳食纤维。

活动期间,美国大厨还现场制作了西梅食品供大家品鉴。

企业动态

转型不佳 好想你净利亏损

本报讯 凌应敏 日前,好想你发布2015年度业绩快报修正公告,将此前预计的营收和净利润额度进行了调整。

按照最新公告,2015年好想你的营业总收入为11.13亿元,同比涨幅14.4%,归属于上市公司股东的净利润为-323万元,同比下滑106.02%。按照好想你2月的预计,2015年该公司的净利润为5370万元,同比下滑92.99%。此外,该公司预计报告期营业利润为-1699.92万元,同比下降132.63%;利润总额-578.56万元,同比下降109.28%。

虽然总营收保持了同比上涨,但整体净利润出现大幅下滑,对此好想你解释,公司“年产5万吨红枣及其制品深加工项目(一期)”部分工程达到预定可使用状态并结转固定资产,累计折旧增加;对达到预定可使用状态资产的借款费用,由原计入在建工程调整计入到财务费用。同时为了提升市场占有率,好想你强力推进了商超渠道转型,2015年1-9月,商超渠道收入同比增长了60%左右,在此过程中,商超渠道销售费用大幅增加,影响了好想你的整体利润。

全聚德引外援“触网”送外卖

本报讯 凌应敏 近日,百年老字号、国资企业背景的全聚德集团在京发布“互联网+”战略,引入外援成立合资公司全面运营互联网餐饮业务,并率先将镇店之宝全聚德烤鸭拿来“玩外卖”。

根据全聚德公告,在2015年,传统高端餐饮普遍陷入困境之时,全聚德虽保持逆势上涨,“但市场压力依然存在,变革风险很大,但是不变革风险更大”,全聚德相关负责人表示,全聚德缺既懂互联网又懂餐饮的团队,而自己培养团队是无法适应市场需要的。为此,全聚德最终选定重庆狂草科技有限公司。此次全聚德与其成立北京鸭哥科技有限公司打造的全聚德小鸭

哥公号正式上线,推出全聚德外卖和全聚德电商两大业务,且正式推出全聚德手作鸭卷,除了小鸭哥公号外,用户也可在百度外卖上订购全聚德外卖产品。

“目前外卖烤鸭北京除了前门、和平门、王府井门店外,其他直营店门店3~5公里半径范围内,消费者都可以享受外卖服务”,鸭哥科技董事长徐佳表示,未来这种外卖烤鸭也将拓展到加盟店,而此前的全聚德外卖烤鸭将退出市场。

据了解,除了手作鸭卷外,全聚德的芥末鸭掌、麻辣鸭膀丝等招牌菜也通过外卖化测试同期上线。