

去库存 是八成酒企主要任务

白酒上市企业2015年年报最近陆续发布,调查发现,贵州茅台、五粮液、洋河股份、古井贡酒、今世缘等11家酒企的存货均呈现上升趋势。库存高意味着企业出货量下降,同时也掣肘企业现金流动,这也意味着今年去库存仍将成为上市酒企的主要任务。

库存逐年上升

截至目前,白酒行业19家上市酒企中,已经有14家发布了2015年年度报告,近八成上市酒企的存货呈现上升趋势。

白酒龙头企业贵州茅台2012-2015年期末存货分别为96.66亿元、118.37亿元、149.82亿元、180.13亿元,较上年同期分别增长了34.49%、22.46%、26.57%、20.23%。而茅台去年的营业收入为326.6亿元,即其存货价值已经将近全年营收的一半。

另一家领头羊企业五粮液,存货也由2012年期末的66.8亿元,涨至2015年期末的87.01亿元,约三年时间增长了20多亿元。此外,沱牌舍得年末库存也出现偏高情况,据财报数据显示,沱牌舍得去年全年营收为11.56亿元,但其去年的期末存货高达21.18亿元,超过全年营收9亿多元。除此之外,洋河、古井贡酒、今世缘、顺鑫农业、皇台酒业等酒企的存货皆呈现连年上涨的趋势。

据了解,存货包括原材料、自制半成品、库存商品、周转材

料等,并不包括渠道库存。而存货的连年上升即代表库存周转次数与出货量的下降,并对企业现金流形成考验。值得注意的是,由于白酒企业与经销商的交易关系通常是先付款再发货,所以以上存货中,有可能含有部分已经付款但尚未发货的货品。

产能过剩是主要原因

自从2012年以来白酒行业进入深度调整期,整个行业呈现出严重的产能过剩,供大于求,在此情况下,所有酒企都遭遇了挤压式增长,产品竞争加

剧、渠道流通不畅,直接导致了酒企出现库存高企的情况。

白酒营销专家晋育峰指出,近年来产业结构转型,大多白酒企业在持续去库存,但主要消化的是2012年以来的积压产品,再由于行业一直处于深冰期,销售情况并未好转,在这段时间又形成了新的库存,致使部分酒企的库存越来越高。

白酒行业分析师蔡学飞认为,白酒企业有着存量绑架的问题,一方面库存过高对于公司流动资金不利,但为了正常的生产经营又必须储备足够的库存,这也使酒企两难。此外,对于上市酒企而言,调低生产

目标关系到如原材料采购、政府税收、员工安置等多方面因素,且经营目标的设定通常是以上一年的经营销售情况为依据,具有滞后性,因此也不难理解部分白酒上市企业因生产目标偏高,而间接导致了库存上涨的问题。

业内人士进一步指出,白酒企业尤其是地方性龙头企业,其经营业绩关系到当地税收与人员就业问题,其生产经营目标通常由政府主导,并不是单纯由市场供需关系而决定。同时,部分名酒企为了维护旗下产品的价格体系,去年以来推出一系列提价、控量保

价甚至是回购产品等措施,这些情况都导致了部分酒企的库存积压。

需提升渠道精细化

晋育峰指出,白酒企业去产能、去库存,首先要抛开过去“业绩为大”的思路,根据市场销售情况及产品供需关系合理地制定经营目标,提高生产计划准确率,并且合理管控物流系统,以降低企业库存。此外,酒企可通过转变厂商合作模式,从过去的交易性合作模式转变为战略性合作模式,即由厂方专业团队协助经销商消化商业库存。

事实上,这也是部分酒企近年来的渠道政策,如茅台去年取消了大区经理负责制,重新实行省区经理负责制,以提升市场管理的精细化及内部沟通和市场反应效率,这也是符合行业上下游产业链整合的发展趋势。

蔡学飞进一步表示,去库存一方面可以通过加大市场投入,扩充经销商队伍,通过下沉渠道提高终端渠道销售能力;另一方面,一些中小型酒企还可以加大渠道促销力度,加快产品流通率,以降低企业库存。

此外,有业内人士指出,酒企库存从侧面反映的是企业的出货量,库存呈增长趋势,即意味着出货量的下降,同时也从侧面反映了市场供需关系尚未好转,白酒行业走出低谷尚待时日。(人民网)



行业信息

澳葡萄酒对华出口大幅增长

据澳大利亚葡萄酒管理局发布的最新报告显示,截至2016年3月底的12个月内,澳大利亚葡萄酒出口增长13%,出口总额达到21亿澳元。其中向中国内地市场出口额增长64%,达到3.97亿澳元,向香港出口1.29亿澳元。总体上,中国市场已经超越美国,成为澳最大的葡萄酒出口市场。

澳大利亚葡萄酒管理局首席执行官拉克表示,澳大利亚优质红酒需求持续增长,亚洲市场尤其突出。报告称,去年底开始正式实施的中澳双边自贸协定,为澳葡萄酒出口带来了巨大商机。尽管实施时间还不到4个月,澳大利亚向中国内地的葡萄酒出口额已经实现全面增长,10澳元以上红酒出口额涨幅高达91%,达到1.6亿澳元。

(中国经济网)

企业动态

蒙牛新品国内外同步上市

上周,蒙牛雅士利在新西兰宣布,公司在当地生产的雅士利英文版“超级α”金装婴幼儿一、二、三段配方奶粉,通过当地三大主流连锁超市系统,陆续登陆新西兰本地390家超市店面,全面覆盖新西兰市场。

近日,蒙牛雅士利又宣布,雅士利原罐进口的全新“超级α”金装婴

幼儿配方奶粉进入中国市场,将在母婴、电商等多个渠道销售,雅士利欢乐购平台也将同步上线。

在洋品牌纷纷进入中国市场的背景下,雅士利“超级α”金装婴幼儿配方奶粉成为首个在国内外市场同步上市的“中国国货”奶粉品牌。

据了解,蒙牛雅士利于2013年

投资11亿元在位于怀卡托的波基诺设立婴幼儿奶粉生产基地,工厂去年落成。蒙牛集团总裁孙伊萍表示,开业时所有专业人士都认为工厂整体超过了当地很多企业水平,于是公司就有了想法,一定要在新西兰上市,让当地人接受中国品牌。(中国网)

麦当劳一季度盈利11亿美元

本报讯 凌应敏 近日,麦当劳发布今年一季度财报,麦当劳营收59亿美元,实现利润11亿美元。

据了解,麦当劳2015年一季度的营收为59.6亿美元,尽管今年一季度营收较上年同期略有下降,但利润表现上却相对乐观。

一季度11亿美元的利润合每股盈利1.23美元,较上年同期8.115亿美元及每股84美分有较大增长。就区域市场来看,财报显示,美国市场全天早餐和McPick菜单计划的引入使得同店销售季度上涨5.4%。去年开始,麦当

劳开始在部分门店试行全日制早餐计划,在得到较好的市场反响后开始大面积推广,去年四季度,麦当劳也在财报中表示,公司四季度净利与营收均高于之前的预期也正是得益于全日制早餐的战略。