

上市酒企赚钱 酒业大环境未变



上市酒企陆续发布半年报,山西汾酒、今世缘、沱牌舍得等多家酒企均实现了业绩正增长。业绩的增长让业界普

遍认为白酒市场开始回暖,然而就在业界看好白酒市场的同时,有业内人士却指出,几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。

多家上市酒企业绩增长

近日,随着各家酒企纷纷披露半年报,白酒行业似乎交出了不错的成绩单。

山西汾酒发布的业绩报显示,2016年上半年实现营业收入24.23亿元,同比增加7.9%;实现净利润3.59亿元,同比增加28.45%。除了山西汾酒,迎驾贡酒、沱牌舍得、今世缘等酒企上半年的净利也均出现了不同程度的增加。

据了解,迎驾贡酒2016年上半年实现营收15.12亿元,净利润为3.3亿元,同比增长17.78%;今世缘上半年实现营收15.38亿元,增长6.65%;净利润5.31亿元,增长13.39%。沱牌舍得营收和净利方面增长最为迅猛,上半年总收入7.79亿元,同比增长24.34%;净利润2317.38万元,比上年同期则增长243.53%。

此外,除了二三线部分酒企的业绩出现回暖,一线酒企上半年也在销量上交出了不错的成绩单。贵州茅台集团党委书记、总经理李保芳在内部会议上甚至透露,截至6月30日,茅台酒销量已经完成全年计划的64%,下半年可供市场销售的茅台酒仅有约8000吨。不仅如此,据一些经销商反映,对于五粮液,全

年任务已经完成接近80%。下半年可供市场销售的五粮液仅有4000多吨。此外,据国窖1573官方数据显示,今年上半年已经完成全年60%的计划量。由于上半年提前完成销量,茅台、五粮液等一线酒企产品价格甚至出现了上涨。

中国品牌研究院食品饮料行业研究员朱丹蓬表示,从2015年底开始,有部分白酒企业业绩陆续出现回暖,2014-2015年,白酒行业已经到底,从2016年开始,一些酒企开始出现触底反弹的市场情况。

市场调整初现结果

近年来,白酒行业正在进行新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。

实际上,五粮液去年就曾提出,将把中低端品牌绵柔尖庄打造成百亿民酒品牌。无独有偶,茅台也提出“要降低酱香型系列酒生产成本,增加系列酒销售,提升中低端产品的市场竞争力”。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以应对低迷的市场。

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。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,现在管控效果开始出现。

整体回暖为时过早

不过,除少数白酒企业外,更多酒企依然面临产能过剩的问题,同时面临去库存的压力。

金种子酒发布的半年业绩预告显示,今年上半年实现归属于上市公司股东的净利润与上年同期的3426.49万元相比,同比减少60%~80%,即实现净利润约为685.3万~1370.6万元。此外,迎驾贡酒今年上半年虽然净利增加,但营收却同比下滑1.17%。

中国酒类流通协会副会长兼秘书长刘员在接受采访时表示,中国酒业目前仍处于触底阶段,调整仍在继续。不同企业也呈现出差异化发展趋势,一些企业经过调整业绩增速较快,另外一些企业的业绩仍在下跌。

白酒行业分析师蔡学飞分析指出,白酒市场整体依然没有完全回暖,业绩上升甚至一线酒企涨价实际上是市场的触底反弹,由于消费市场的升级,大企业如茅台、五粮液、泸州等都在挤占二三线市场酒企。大酒企在调整的过程中砍掉了部分不盈利的酒厂和一些经销商,导致了利润的增加。

白酒营销专家晋育锋坦言,白酒产业过去的几轮周期均为8~9年一次,白酒行业有转机也将至少在2017年之后,主要看国家如何确定宏观经济变革与发展方向。

(新华网)

■ 企业动态

三元上半年收入微增2.33%

近日,三元公布的半年报显示,上半年实现营业收入22.9亿元,同比增长2.33%;实现归属于母公司所有者净利润1.5亿元,同比增长202.42%。

据悉,去年三元主力业务板块液态奶的下滑,让三元一直处于被动中。上半年三元液态奶的收入为15.1亿元,比上年微增了1.4%;固态奶收入达到了5.9亿元,同比增长了3.64%;不过,乳饮料的表现不尽如人意,出现25.06%的下滑至8904万元。值得一提的是,三元在大本营北京市场的收入也相比去年增加了0.59%,与去年的收入下滑形成了对比。

除了收入恢复微小增长外,三元的净利润出现了200%以上的同比增长。三元在财报中表示:公司全资子公司河北三元食品有限公司于今年6月收到河北乳粉企业发展补贴资金1亿元,增加公司今年上半年度利润。而政府补助也一直以来是三元盈利的重要原因。

(人民网)

■ 行业信息

国内葡萄酒市场内降外升

随着国内葡萄酒企业半年报的陆续亮出,国内葡萄酒企业普遍出现业绩下滑的态势,与此同时,进口葡萄酒市场份额不断增加,葡萄酒市场继续呈现内降外升的局面。

莫高股份近日发布的2016年半年度报告显示,2016年上半年营业收入与净利润都出现下滑,其中莫高股份营收同比下降20.1%,归

属于上市公司股东的净利润同比下降24.5%。无独有偶,国内大牌葡萄酒企业长城葡萄酒的销量也出现了下降。根据中国食品有限公司发布的2016年半年度业绩报告,中国食品旗下酒品类业务分部——长城葡萄酒上半年收入12.85亿港元(约10.794亿元人民币),同比下滑0.9%,其中长城葡萄酒销量减少11%。此外,通葡股份近日

发布的半年报显示,上半年归属于上市公司股东的净利润同比减少47.61%,葡萄酒业务营收同比减少47.45%。

另一边进口葡萄酒份额则在不断增加。据海关最新数据显示,今年上半年,中国进口葡萄酒总量达29979.2万升,同比增长21.9%,创造近五年同期增速的新高,进口葡萄酒的均价也出现上升趋势。此外,澳大利亚葡萄

酒业巨头TWE富邑集团日前公布的2016财年全年业绩显示,集团年度税后法定净盈利1.795亿澳元,净增幅达131%。

中国品牌研究院食品饮料行业研究员朱丹蓬表示,国产葡萄酒在高端市场缺乏品牌,中端市场又缺乏质量,因此只能在低端市场,近年来消费升级导致国产葡萄酒业绩出现了下滑。(中经网)

中式正餐领军餐饮品牌榜

中国烹饪协会在中国餐饮业品牌发展论坛上发布的2016年度全国商业中心餐饮Top50品牌分析报告显示,中式正餐表现强劲,在Top50榜单中占比高达32%。

根据榜单,必胜客、星巴

克、肯德基、外婆家、黄记煌三汁焖锅、哈根达斯、西贝莜面村、望湘园、汉拿山、阿香米线等品牌排名Top50餐饮品牌榜单前十。同时,中式正餐占比最高,达32%;休闲餐、快餐、日韩料理和火锅占

据了第二梯队;小吃、西式正餐和简餐的上榜量相对偏低;中式餐饮和休闲餐饮、快餐仍是主流。

中国食品产业评论员朱丹蓬分析,随着餐饮行业的发展,中餐业迎来纵深发展

的机会,在口感和时尚性等体验上逐渐赶超一些此前相对更受年轻消费者喜欢的餐饮业态。消费者对健康、安全以及情感、文化回归的诉求在增加,这是中式餐饮在目前消费升级的红利。(中国网)