

白酒行业年底或现酒企并购潮

“国酒普遍上扬,省酒提升、松动、新调整,省酒二线分化明显,市酒出现一批‘僵尸’企业,县酒在生存边缘线挣扎。”在春季糖酒会期间刚刚结束的第六届中国酒业市场论坛上,业内人士对白酒市场的现状进行了总结。有行业人士认为,部分酒企面临困局,高成本、高税费、产能过剩、虚拟经济过火、新模式冲击以及创新不足制约行业未来的发展。



白酒业面临调整升级

春节前和春节后的茅台、五粮液涨价举措引领整个白酒行业跟风加价。在第六届中国酒业市场论坛上,河套酒业总经理刘立清表示,如今一线名酒正处于量价提升期,二线次高端名酒正经历品牌复原期,目前100元到300元价格带是全国区域名酒和全国二三线名酒激烈较量区,50元到100元价格带是各地区二三线品牌的挣扎区,50元以下的高端光瓶酒将进入快速增长期。

市场的分化日趋明显,正一堂董事长杨光总结这种分化称:“国酒普遍上

扬,表演虹吸效应,省酒提升、松动、新调整,省酒二线分化明显,市酒出现一批‘僵尸’企业,县酒在生存边缘线挣扎。”

泸州老窖销售公司常务副总李小刚则表示,随着过去5年白酒行业品牌集中度提升,后期还将进一步提速,而与此同时,行业面临新一轮的洗牌,兼并重组将成趋势。他认为,随着一线二线名酒品牌下沉,极力拓展乡镇市场,县级酒厂的市场份额受到挤压进而面临生存压力,许多县级酒厂将会被吞并或破产。

在刘立清看来,影响中国白酒产业发展的外部环境因素主要有白酒产业的高成本、高税费、产能过剩、虚拟经济过火、新模式冲击以及创新不足等。此外,

在宏观经济新常态下,结构调整期和创新驱动,以及中产阶层的崛起、拉动消费的升级后导致的消费者掌握消费主权、逐渐趋于理性等原因也督促着中国白酒产业迅速调整升级。

年底或现酒企并购潮

受糖酒会举行的影响,近日白酒板块全面翻红,多只白酒个股涨幅在5%以上。此前关于白酒行业并购、收购的消息以及茅台价格冲新高的消息也影响了该板块在股市的表现。

至于包括茅台在内的行内外频繁的并购和收购行为,贵州茅台广东省级特约经销商董事总经理郭超仁表示,茅台确有参股一些市场端运营的联营公司,旨在通过入股更进一步参与到市场化的进程中,对上提供数据,对下提供资源,再就是力争将这样的公司打造成酒水运营平台,实现上市。他透露,目前该计划正在实施,预计3~5年内将其打造成上市公司。

中国食品产业评论员朱丹蓬观察到,白酒市场的“第一军团”和“第二军团”均有收购动作,但两个阵营的方式和目标不同,茅台、五粮液收购的目标是使自己与被收购方从竞争关系转变为从属关系,降低内耗,争抢竞争力,而“第二军团”如古井贡酒、衡水老白干的收购,主要是共享资源、渠道和客户。朱丹蓬预计今年年底至明年年初,白酒并购将更为频繁。

(中国网)

行业信息

进口葡萄酒扩容 大单品成新商机

进口葡萄酒的中国市场目前正处于快速扩容期,但中国消费者对葡萄酒洋品牌的认知度低、认知意愿也不高。对此,近日在第三届中国进口酒市场趋势高峰论坛上,多位业内人士建议,企业可通过打造大单品,破解进口葡萄酒市场所遇难题,营造进口葡萄酒新商机。

公开数据显示,2016年葡萄酒进口额162.8亿元,同比增长15.7%;2015年进口额为140.8亿元,同比增长38%;2016年全年呈现稳定增长。进口葡萄酒市场空间、潜力巨大,人均消费量低,中国消费葡萄酒总量15.8亿

升,人均消费葡萄酒1.2升。佳沃葡萄酒总经理孙俊认为,虽然葡萄酒市场发展态势一片大好,但行业的发展还处于瓶颈期,存在产品品牌众多、品质混乱、市场价格无序、渠道管理分散、各自为营等问题。

葡萄酒国家评委王鹤翔分析认为,今年进口葡萄酒的进口数量、销售额会继续保持30%以上的增幅,中等收入人群成葡萄酒普及阵营的主力,年轻化、平民价或成进口葡萄酒未来趋势。输出产区(国)文化或成进口葡萄酒营销利刃,是撕开市场的口子。酒易酪庄董事长张言

志则分析认为,进口葡萄酒需要大品牌、大单品来打开市场,获得消费者认知,因为国内白酒、啤酒的各大品牌为中国消费者建立了超强的品牌意识,品牌产品消费市场大,在这样一个品牌意识超强的市场,大品牌的导入最为容易,但葡萄酒的大品牌植入却鲜有成功,这对进口酒而言,既是机遇也是挑战。“在经历了中国经济十几年来的高速增长和葡萄酒市场20多年的积淀,进口葡萄酒已经迎来了大品牌的时代,这是市场发展的必然规律。”

(中经网)

餐饮市场开局6251亿元 同比增10.6%

本报讯 据中国烹饪协会消息,国家统计局最新发布数据显示,今年1-2月份,全国餐饮收入6251亿元,同比增长10.6%,较上年同期下滑0.7个百分点。限额以上单位餐饮收入1494亿元,同比增长6.9%,比上年同期提升0.5个百分点。相比社会消费品零售总额增

速(9.5%),全国餐饮市场将增速差距大幅拉至1.1个百分点。

受春节等季节性因素影响,2017年初,餐饮市场平稳开局,并延续去年底以来的回暖趋势。中国烹饪协会会长姜俊贤表示,2017年,已经完成初步转型的餐饮业,应在适

度扩大总需求、坚定推进供给侧结构性改革的政策指引下,努力满足以大众化餐饮为主体的多层次多样化消费结构,不断提升质量安全,做强做大实体经济,建立健全品牌建设系统工程,充分发挥餐饮行业提消费、扩内需、保就业、惠民生的积极作用。

企业动态

东来顺西单店持续定制化服务

本报讯 崔岚 近日,东来顺北京西单店再次圆满地完成了一次定制化寿宴。此次宴会的寿星是一位八十岁的老奶奶,这已经是这个家庭第二次在西单店举办寿宴,去年这位寿星的老伴儿八十大寿也是在西单店举办的,由于效果令其家人非常满意,所以一家人一致决定今年老奶奶的寿宴还是选择在西单店。

据悉,西单地区客源群体繁多,平日以商务餐为主,节假日以旅游客人及周边居民为主,接待的生日宴、庆功宴、婚宴、商务宴请不计其数,根据这样的客源情况,特制定了有针对性的个性化服务,从宴会流程、菜品设计、包间布置、席间服务、菜品介绍、顾客回访等方面制定了一系列的接待流程,细化服务细节,得到广大消费者的好评。

如今是高速发展的时代,东来顺集团大力提倡创新,将创新定制化服务落到实处,让更多的消费者看到老字号民族品牌的发展、进步,让老字号这面旗帜越飘越高。

华润啤酒去年业绩稳健增长

本报讯 近日,华润啤酒(控股)有限公司公布2016年度业绩报告显示,2016年,华润雪花啤酒的销量、营业收入、税后溢利等关键业绩指标全部实现了增长,业绩增长稳健符合市场预期。

据华润啤酒业绩报告,去年1-12月份,华润雪花啤酒综合营业额为人民币286.94亿元,较2015年同比增长2.6%;税后溢利为人民币14.19亿元,同比增长6.8%,股东应占综合溢利为人民币6.29亿元;啤酒销量为1171.5万KL,同比增长0.3%,其中雪花啤酒销量约占总销量的90%;据国家统计局数据,去年全国啤酒产量为4506.4万KL,由此计算,华润雪花啤酒的市场份额已增至约26%。去年华润雪花啤酒整体平均销售价格同比增长约2.3%,并以此带动营业额上升。此外,部分原材料成本下降,使2016年的毛利率同比增长2.6%。