白酒业集体刮起涨价风

随着气温升高,本该步入销售淡季的白酒行业,今年却一反常态地刮起了涨价风。除了茅台接连发文宣布要稳定价格外,沱牌舍得、泸州老窖以及五粮液等价格则均有不同程度的上涨。

专家认为,今年的白酒涨价风依旧由市场供需关系决定,也与白酒行业的淡季压货习俗有关。

涨价

5家酒企半年内上涨超7次

公开数据显示,2017年1月,洋河股份宣布继续"小步慢跑"策略,将海之蓝、天之蓝价格每瓶上调2元,梦之蓝系列则上调10~30元不等。1月底,沱牌舍得也将旗下38度、42度、52度三款产品上调20元。2月起,郎酒更是在五天内两次涨价,将旗下红花郎等产品价格上调20~100元不等。5月1日起,泸州老窖宣布执行配额售卖制度,52度500毫升的百年泸州老窖(窖龄30年制)单价也上调了10元/瓶。

从这些数据来看,上述四家酒企在短短半年内涨价超过6次,甚至在5月销售淡季也逆势提价。业内专家分析认为,此轮上涨一方面与整体行业持续回暖有关,另一方面渠道信心逐渐恢复,经销商开始提前打款压货以备旺季销售。

与此同时,今年2月,五粮液全系列产品也开始涨价,针对商超卖场的52度1618五粮液出厂价调整到769元/瓶,批发价不低于819元/瓶,零售价919元/瓶;52度普五商超供应价调整为809元/瓶,零售价899元/瓶。这是开年以来,五粮液首次进行价格调整,平均涨幅30元/瓶。在近日的运营商代表工作会上,五粮液集团董事长李曙光表示,上半年业绩相当不错,下半年还会更好,并预计市场终端价格还会持续上升。

兴业证券研报认为,在"普五"投放量全年减少20%的情况下,厂家遵循"增量溢价、违规减量"等原则,加上渠道低库存、合理配货模式、市场对高端酒良好预期等因素,为五粮液的涨价提供了条件。

限价

茅台接连发文控货稳定价格

与五粮液喜迎涨价不同的是,茅台集团对涨价进行了铁腕整治。今年4月,针对茅台酒零售价格不断飙升,个别省区茅台酒超过1300元/瓶的情况,茅台集团党委书记、总经理李保芳在市场工作会上强调,"要讲政治,谁制造市场乱象就砸谁的饭碗"。

根据茅台集团的通告,其将飞天茅台专卖店建议标牌价控制为1199元,市场目标管控价为1299元;鸡年茅台酒专卖店建议标牌价控制在1299元,市场目标管控价为1599元。一旦发现53度飞天茅台超过1299元/瓶,一律取消原物流码单位合同。

同时,茅台销售公司还连发两份文件,针对16家贵州市场违约经销商、66家国内违约经销商进行通报并追责,茅台对他们采取了扣除履约保证金、解除合同、暂停合同业务办理、扣减供货量等措施。

中国酒业协会副理事长兼秘书长宋书玉认为,今年的白酒涨价风依旧由市场供需关系决定,未来白酒还将面临产销量下滑、价格上涨的局面。因为消费升级,未来名优酒的产销量会增大,而低端白酒的产销量会减少,再加上红酒、洋酒、啤酒的冲击,白酒的总产销量肯定会减少。

专家观点

渠道提前压货对地方酒利好

白酒行业营销专家肖竹青认为,此轮淡季价格上涨主要是渠道信心恢复,经销商为了避免旺季的供不应求所以提前打款备货。"这与白酒行业的淡季压货习俗有关,厂商以提前打款享受老价格优惠,提前吸纳经销商的资金。这样占压资金后,渠道就无法对其他品牌进行大量进货,这也是一种'抢钱'的竞争策略。"

根据茅台和五粮液的2017年一季度财报数据显示,期内茅台预收款达189.9亿元,比2016年全年高出13.5亿元,是2015年全年的2.2倍,2014年全年的12倍多。而五粮液的预收款也达到62.37亿元,较2016年全年62.98亿元的预收款基本持平。

"另一方面来看,茅台、五粮液的持续涨价,给区域性名酒也留出了价格空间,将紧随其后通过系列产品的调价来抢占空白市场。从当前淡季到中秋销售旺季前,价格将有望一路持续走高。"肖竹青表示。

(中新网)

盐业行政管理制度生变

为了根治盐业政企抱团排外的现象,国家发改委此前要求全国各省在今年6月前上报盐业政企分开方案,随着改革时间表步入最后半个月倒计时,各省纷纷加快步伐。6月12日,四川省印发《四川省盐业监管体制改革方案》提出,将原省盐务局承担的各类职能分流至省经信委、省食药监局等部门,对现有执法人员进行分流安置。在此基础上,记者梳理发现,我国目前已有江西、内蒙古、重庆等多个省级行政区以撤销盐务局为核心,悄然开启了省级盐业行政管理制度变革。

今年以来,江西、内蒙古、重庆、四川先后印发盐改实施方案,其中,四川省提出要对省盐务局的盐业行业管理职能、食盐质量安全管理与监督职能、执法职能等分流。调整后,四川将保留省盐务管理局牌子,在省经信委挂牌,按照"考调招录一批、离岗待退一批、培训转岗一批、协商解除合同一批"的方式,对现有执法人员进行分流安置。除了四川之外,其余3个省级行政区域均提出撤销盐务局,将管理职能交由工信部门、经信部门、食药监部门等行使。

不过,即使我国已有部分省份开始撤销盐务局,但还有更多省份并未对外透露改革动向,最近3个月来,各地也依旧频繁曝出地方盐业政企抱团排外案例,甚至还有盐务局与跨区经营盐企因此"对簿公堂"。今年4月28日,中盐上海起诉江苏省盐务局一案在南京中级人民法院开庭审理,原告中盐上海此前在官网发布声明表示,江苏省盐务局将该企业列为销售不合格食盐产品或产品不符合国家规定的企业名单,是"以食品安全之名,行地方保护之实,违背了盐业体制改革方案精神"。

对于上述情况,上海旨平律师事务所副主任邹佳莱表示,从各地盐改实施方案来看,盐务局被撤销之后,各地大多采用了"人随事走"的模式,这会导致虽然盐务局"牌子"不在,但官员管理职权仍存的局面,可能会造成盐务局"名亡实存"。

实际上,盐业政企不分背后的根源正是经营盐业的巨额利润。中国品牌研究院食品饮料行业研究员朱丹蓬介绍,在盐改之前,我国产盐成本大约在600元/吨左右,而市面上的售盐价格平均为3000~5000元/吨,其间差价高达4~7倍,不仅如此,由于食盐属于刚需产品,市场需求量稳定且巨大,一旦推行政企分开,就意味着地方盐务局很可能面临巨额损失。

对于上述情况,专家表示,将盐企与政府部门之间的利益链斩断才是整治政企不分的根本之策。朱丹蓬建议,在出台方案的同时,我国还应组建督导组前往每个省市督察,并集中力量针对问题比较突出的省份进行调查,避免"上有政策、下有对策"的现象产生。

(北京商报网)

■ 企业动态

东来顺一年一度糖蒜季拉开帷幕

本报讯 崔岚 近日,一年一度的东来顺糖蒜季,再次拉开了帷幕,这是非物质文化遗产传承的一部分。

每年六月份新糖蒜就陆续开始制作了,此次北京东来顺林达店的员工参与了糖蒜制作的过程。在学习之后,制作了糖蒜制作过程的PPT,并在6月12日为全体前厅人员做了培训。分别从选蒜入京、卸蒜入缸、晒蒜成席、分蒜上秤、净蒜入坛、糖水入坛、封坛滚坛、开坛成箱等八个制作程序进行讲解、介绍。大家听得很认真,详细做了记录,并从中体会到了什么是"匠人精神"。

古时,"匠人精神"是指工匠对自己的产品精雕细琢,追求完美和极致,可延伸为对精品执着追求的精神理念。工匠们喜欢不断雕琢自己的产品,不断改善自己的工艺,享受产品在双手中升华的过程。匠人精神的目标是打造本行业最优质的产品,体现所谓"大师手笔"。如今,"匠人精神"已不再是一个简单的词汇,在制作糖蒜上,更多愿意将其解释为始终将"品质"放在第一位的制造精神。在制作糖蒜中打造出的匠人精神,就是要求糖蒜的"品质"始终放在第一位,精挑细选、精益求精,只有纯手工制作的食材才更有味道。

"匠人精神"不仅是精益求精的品质追求,更是企业对消费者的一种态度。通过培训,大家更加体会了糖蒜制作的不易,更加珍惜这一颗颗看似不起眼的糖蒜。