

# 酒业回暖趋势明显 高端名酒集中度提高

4月17日,中国酒业协会第五届理事会第七次(扩大)会议在北京举行。会上,中国酒业协会理事长王延才表示:“从2017年数据中可以看到,中国酒行业回暖的趋势明显,高端名酒与区域龙头品牌集中度提高,全行业稳定向前发展。尤其是白酒行业,2017年在一线高端名酒的带动下,诸多二线名酒品牌快速走过调整期,进入新的增长周期。”

根据国家统计局数据,2017年1-12月,全国酿酒行业规模以上企业完成酿酒总产量7077.41万千升,同比增长3.31%。其中饮料酒产量6050.13万千升,同比增长0.97%;发酵酒精产量1027.29万千升,同比增长19.63%。效益方面,主要经济效益汇总的全国酿酒行业规模以上企业总计2781家,酿酒行业规模以上企业累计完成产品销售收入9239.57亿元,与上年同期相比增长10.45%;累计实现利润总额1314.03亿元,与上年同期相比增长27.24%。

市场容量趋稳,品牌意识强化,市场竞争加剧,王延才认为,这是中国酒业发展的现状。

## 产业调整继续,白酒行业进入新增长周期

2016年,白酒规模以上的

企业是1578家,目前增至1593家。2017年,全国规模以上白酒企业完成酿酒总产量1198.06万千升,同比增长6.86%。

“‘十三五’中期,我国白酒的经济运行状态保持了良性、健康、稳中有增的态势,在生产总量相对稳定的基础上,通过科学管理,提高效率,技术创新,减少消耗,降低成本,提高了价值创造,保持利税总额和经济总量的良好表现。从增长方式上,也实现了销售增长和利税增长超过产量增长的良性循环。”但王延才认为,产业调整仍将继续,新一轮的企业整合、并购开启,行业的洗牌和竞争加快。

谈到白酒产业现状,王延才坦言:“白酒的产能仍然过剩,这是一个客观的现实。所以‘十三五’期间,白酒的产能总体不会有大幅度的增长,全国优势产区挤压劣势产区,各产区产能之间此消彼涨的态势,产能压缩逐步减少。白酒的品种、价格、渠道和服务体系的再造已无法回避,传统的流通渠道与新型的互联网渠道逐步整合,多种渠道并存。流通体系与服务体系加快,多渠道提供服务格局正在形成。”

“白酒产业最先进入调整期,也最早开始调整产品,2017年以来,一线品牌产品价格回

升,产品的销售量和价体,高端和次高端的产品延续价格回升态势,是增长的主力军。”王延才认为,在一线高端龙头的带动下,诸多的二线名酒品牌已经快速渡过调整期,进入新的良好稳定发展态势。相比高端和次高端的产品,二线品牌还没有全国化的强势品牌出现。

消费升级的当下,王延才建议,企业应把握新时代、新消费、新机遇的宏观大局,有针对性地制订好规划和计划,特别是一些区域骨干企业,应向白酒领袖企业多学习经验和做法。

## 文化重视不够、产品定位不明确仍是主因

国家统计局数据显示,2017年1-12月,纳入到国家统计局范畴的规模以上啤酒企业447家,累计完成销售收入1766.45亿元,与上年同期相比增长2.30%;累计实现利润总额129.15亿元,与上年同期相比下降9.83%。啤酒消费市场连续四年下降,2013年到2017年四年累计下降15%,消费量下降12.2%。对此,王延才认为,除了人工、原料、用料、能源、纸箱、瓶子、易拉罐等各类成本上升,多年来在高速成长的消费市场中,企业过分重视市场份额,忽略品牌文化的建设和培

育,在后期的过度竞争阶段,对品类文化重视不够,也是主要原因。

当下,啤酒市场发展呈现多态势,大企业越来越重视产品创新,不断推陈出新,小微工坊啤酒快速增长,缓解了啤酒产品结构过于单一的局面,也加剧了市场竞争。

王延才预计,未来两到三年,消费升级所带来的消费结构转型仍将持续,引导啤酒市场结构和产品结构转变速度加快。主流啤酒产品市场份额仍将缓慢下降,但品种增多,口味呈现多样化,包装形式多元化,将使啤酒产品越来越丰富多彩。进口啤酒增长速度现在有所减缓,中短期内会区域趋于平稳,工坊啤酒有望得到规范化监管并取得市场地位以后,市场份额将高速增长。

葡萄酒方面,2017年,全国规模以上葡萄酒生产企业完成酿酒总产量100.11万千升,同比下降5.25%。纳入到国家统计局范畴的规模以上葡萄酒企业244家,累计完成销售收入421.37亿元,与上年同期相比下降9.00%;累计实现利润总额42.28亿元,与上年同期相比下降11.55%。葡萄酒商品累计进出口量74.19万千升,同比增长16.74%。王延才坦言,葡萄酒市场仍在扩大,但国产葡萄酒还没

有形成自己的消费认知体系,高端定位带来的影响可想而知。

除此之外,通过2017年酒业数据可以看到,果露酒行业、保健酒行业一直保持较高的增长速度;黄酒发展总体形势总体向好,尤其是利润的增长远超销售收入增长;酒精行业发展较快,发酵酒精的产量迅速增长,利润大幅度增加等。

会上,中国酒业协会副理事长兼秘书长宋书玉介绍,为推动酒业稳健发展,中国酒业协会开展了诸多工作,比如联合多家部委、业内专家等多方组织力量建立中国酒业协会战略发展研究院、中国就业协会经济联合会、中国酒业协会白酒文化国际推广联合会、中国酒业协会酿造料酒分会、中国酿造人才的培训基地等;举行大型葡萄酒、白酒、啤酒发展论坛,比如主办上海国际酒交会;围绕酒类标准体系,推出了白酒、啤酒、葡萄酒、保健酒的相关标准;同时宣传理性饮酒、2017年还发布了中国饮酒人群适量饮酒状况白皮书等,这些工作都为推动行业健康发展提供了助力。

宋书玉透露,未来协会将强化与媒体之间的合作,提升协会的影响力,更重要的是提升产业的影响力,最大程度助力酒行业快速发展。

(新华网)

## 香飘飘Meco牛乳茶瞄准百亿单品

本报讯 近日,香飘飘高端即饮奶茶“Meco牛乳茶”与《无限歌谣季》举行签约,启动节目冠名等深度合作。据介绍,Meco牛乳茶去年4月推出后实际业绩达成率达134%,并启动了“打造百亿单品”计划。

香飘飘董事长蒋建琪表示,

Meco牛乳茶最显著的特点就是便携性。另外,香飘飘专注奶茶13年,能够确保各种原料来源的品质。目前,香飘飘已出口至美国、法国、德国、泰国、越南等地区,未来还将考虑在海外设厂,目前已有在泰国做项目投资。

## 新中式茶饮品牌煮葉获数千万融资

本报讯 新中式茶饮品牌煮葉已于近日完成数千万Pre-A轮融资,投资方为达晨创投。此前,煮葉曾在2016年5月获得天使轮融资。

煮葉成立于2015年,目前在全国有5家门店,其中4家在北京,1家在西安。品牌创始人兼CEO刘芳曾是星巴克华中区总监,团队中有不少人来自星巴克、麦当劳。谈到煮葉创建原因,刘芳曾表示,东方人骨子里还是对传统文化感到亲近,茶馆这种业态本就一直存在,且这几年消费者对传统文化的自信在增强,新的茶饮品牌有较好的发展机会。据刘芳透露,煮葉单店平均月收入约为40万元,周边卖品占营业总收入的10%~15%。完

成本轮融资后,煮葉将在北京等一线城市开拓新店,选址集中在复合型商场及高级办公区等人流聚集地段,预计未来3~5年将新开100家门店,且煮葉也将逐渐开启茶叶、茶器和衍生品的销售业务。

近年来,随着消费升级以及健康理念的兴起,新中式茶饮进入快速发展期,潜在市场规模预计在400~500亿元。市场红利使得越来越多的资本进入这一行业,不少企业也借此快速发展。业内人士指出,目前新中式茶饮品牌“多而杂”,仍处在跑马圈地的混战当中。且行业“门槛低”、同质化严重,企业想在市场中脱颖而出,还需在产品创新、营销方式等方面下足功夫。

## 中国需求助澳葡萄酒出口创新高



及约占12%份额的智利等,其中澳大利亚及智利近年与中国达成自由贸易协议撤销葡萄酒关税,令两国葡萄酒进口量大幅提高。澳大利亚葡萄酒协会首席执行官安德烈亚斯·克拉克强调,明年1月完全取消关税后,将使澳大利亚葡萄酒比起法国、意大利和西班牙等主要产酒国更具竞争优势。

同样值得关注的是,中国酒类流通白皮书指出,过去五年,中国市场是进口葡萄酒的“秀场”。2013~2017年,中国进口葡萄酒总量由3.77亿升增长到7.46亿升,五年翻了一番。与此同时,国产葡萄酒在与进口葡萄酒的对垒中暂时处于下风。

对此,不少中国葡萄酒企业提出,中国葡萄酒市场容量和潜力巨大,特别是面临消费升级的重要发展机遇,行业未来充满想象空间。不过,面对来势汹汹的进口葡萄酒,国产葡萄酒应当做出中国产区特色,寻求差异化发展路径。

(中国网)

在中国市场需求激增下,全球葡萄酒贸易进入快车道。4月16日,澳大利亚葡萄酒协会发布最新数据显示,在截至2018年3月的12个月里,澳大利亚葡萄酒总出口量同比增长10%,创下新高,其中中国市场需求成主要助推力。

数据显示,在截至2018年3月的12个月里,澳大利亚葡萄酒总出口量接近历史纪录,达8.44亿升;出口金额达26.5亿美元,同比增长16%,为十年来出口金额最高纪录。同期,澳葡萄酒对中国出口增长51%,达10.4

亿美元。

澳大利亚农业和水资源助理部长安妮·拉斯顿表示,澳中两国签署的自由贸易协定为澳大利亚葡萄酒提供了新的市场,并给生产商增加销售和提供了新的机遇。而随着明年1月1日起澳大利亚葡萄酒出口到中国的关税全部取消,预计对中国葡萄酒出口的金额和数量将会进一步增加。

根据行业统计,中国进口葡萄酒主要来自法国,占比高达35%。紧随其后的有占据17%市场份额的澳大利亚、占比约15%的西班牙以