

烈酒消费增长强劲 酒企瞄准威士忌市场

威士忌或将成为酒业下一个风口。已经有不止一家酒企悄然涉足威士忌行业,其中不乏以啤酒和葡萄酒为主营的企业。近日,青岛啤酒修改了经营范围,生产苏打水饮料和威士忌、蒸馏酒。更早以前,帝亚吉欧与洋河股份联手推出“中仕忌”威士忌产品,保乐力加在华投建首座威士忌酒厂。啤酒企业与葡萄酒企业陆续跨界,酒企缘何转而押宝烈酒消费?

跨界威士忌

涉足威士忌酒类生产,不再是个别酒企的偶然动作。从青岛啤酒日前修订的《青岛啤酒股份有限公司章程》注意到,经营范围条款有所更改,新增了“因应公司生产苏打水等饮料和威士忌、蒸馏酒的需要,相应增加公司经营范围”。

葡萄酒企业怡园酒业更是顶着业绩亏损的压力押宝威士忌。记者梳理发现,2019年下半年,怡园酒业拟以1500万港元收购万浩亚洲有限公司100%股权。被收购方万浩亚洲控股的福建德熙酒业,是一家从事威士忌贸易、具有威士忌酿造能力的公司。收购完成后,位于福建龙岩的威士忌工厂原计划于2019年9月底前动工,2020年11月前投产。这家威士忌加工厂则为福建省内首家威士忌酒厂。

对于购买万浩亚洲全部已发行股份一事,怡园酒业董事会主席陈芳进行公开回应表示,看好涉足中高端威士忌进入烈酒

行业的前景。企业针对威士忌工厂的收购也补充了怡园酒庄单纯生产葡萄酒的不足,并将这个项目当作怡园酒业迈进烈酒行业的第一步。未来威士忌产品会延续怡园酒庄的精品酒模式,向中高端方向靠拢。

大举兴建酒厂

事实上,除了此次啤酒企业与葡萄酒企业跨界威士忌行业外,自去年以来,无论是白酒企业还是进口酒企均陆续押注国内威士忌行业,外资更是不断入华深耕市场。

据了解,去年4月,洋河股份与帝亚吉欧合作推出名为“中仕忌”的中式威士忌。该产品上市背后,隐藏着洋河股份进军威士忌市场的打算。公开资料显示,2018年11月,洋河股份便成立了江苏中仕忌酒业有限公司。此前,针对该产品,记者通过邮件方式采访了洋河股份,相关负责人对此表示,目前仍以渠道铺设销售网络布局为主。

针对该产品销售渠道,记者通过在京东帝亚吉欧官方旗舰店查询发现,该产品目前已上架,并有相应促销活动。另外,在天猫帝亚吉欧官方旗舰店中,中仕忌的月销量为26笔,其中在“3·8”活动期间销售13件。

与此同时,泸州老窖以及江小白也频频传出欲瞄准国内威士忌市场。泸州老窖已经与Speyside Distillery签订分销协议,根据协议,泸州老窖可在中国分销这家手工酿酒厂的SPEY



和Beinn Dubh品牌的烈酒。

除白酒行业外,去年8月,保乐力加集团宣布中国首家标志性的麦芽威士忌酒厂正式在四川峨眉山破土动工,这也是国际烈酒与葡萄酒集团首次在中国投资兴建威士忌酒厂。北京商报记者获悉,此次保乐力加在华投建的首家麦芽威士忌酒厂预计将投资10亿元人民币,占地面积13公顷,计划于2021年正式投产,并有可能在2023年正式推出第一批中国麦芽威士忌。

对此,易酒批副总裁殷凯曾向北京商报记者表示,保乐力加的进入将进一步带动中国市场。保乐力加以其在全球以及中国的影响力,将进一步带动其他企业关注威士忌行业。并且,在保乐力加的带领之下,将会推动威士忌行业乃至整个

酒类行业有一定程度的发展。

押注烈酒“新风口”

近年来,国内威士忌行业市场向好,成为促成国内外企业纷纷落子的重要因素。

近日,记者走访了北京线下终端商超,在西城区、东城区及朝阳区部分超市均可看到众多威士忌产品。通过与西城商超的售货员了解获知,前来购买威士忌的多为年轻人,也有部分中年人。

有业内人士指出,随着消费升级,近年来,以威士忌、白兰地为代表的进口酒自带高端化标签,受到年轻消费者的欢迎。与此同时,部分进口酒品牌更注重品牌文化输出,因此培养出一部分消费群体。

除市场走访反映出的消费趋

势外,据中国食品土畜进出口商会酒类进出口商分会发布的《2019年全年酒类进口数据》显示,2019年12月,进口酒类市场继续下行,受春节因素影响,量额跌幅较2019年前11个月略收窄。全年进口量15.9亿升,进口额50.1亿美元,同比分别下降40.1%和13.3%。

然而在这样的大背景下,进口烈酒却有较为强劲的表现,数据显示,烈酒进口量1.1亿升,同比增长32%;进口额16亿美元,同比增长13.4%,统计在内的各烈酒酒种全部实现量额齐增。其中,威士忌实现进口量2155万升,进口额2.1亿美元,量额增速也小幅提升。对此中国酒业协会副理事长王琦表示,中国已成为全球最大烈酒消费国,市场前景广阔。未来五年,中国的烈酒消费市场将以两位数的速度继续增长。

(《北京商报》)

君乐宝邯郸液态奶工厂及万头牧场项目开工建设

本报讯 3月3日,从君乐宝相关负责人处获悉,君乐宝于3月2日在邯郸市大名县投资的邯郸君乐宝乳业有限公司液态奶工厂和万头奶牛牧场项目正式开工建设。据了解,该项目建成后,可实现年销售收入约20亿元,税收8000万元,吸纳就业1000余人。

此次君乐宝在邯郸开工建设的液态奶工厂项目及万头奶牛养殖项目总投资9.4亿元。其中,液态奶生产工厂年产能26万吨,日处理鲜奶能力860吨,主要生产国家学生饮用奶、纯牛奶、调制乳等产品,

建成投产后年销售收入20亿元,预计2020年底建成投产;牧场占地面积1347.6亩,设计存栏1.2万头奶牛,年产8万吨鲜牛奶,可消化周边4万多亩秸秆,每年可为农民增收1200余万元。

此外,君乐宝在沧州市投资收购的年产能11万吨乡谣工厂液态奶项目也于近日开始改扩建工程施工。预计一个月后将完成改扩建并投产,可实现年销售收入近7亿元,增加400余个就业岗位,为当地带来良好的经济效益与社会效益。

雅培推出有机孕妇奶粉及儿童奶粉

本报讯 随着新生儿出生率下滑以及母乳喂养率上升,婴配粉行业竞争进一步加剧,行业洗牌加速,相关企业开始加速布局奶粉细分领域,在有机婴配粉大热之后,针对孕妇以及儿童的有机奶粉成为新的风口。3月6日,雅培宣布推出菁挚首款针对孕产妇的有机妈妈奶粉,同期上市的还有针对3~7岁的菁挚4段有机儿童奶粉,有机妈妈奶粉以及有机儿童奶粉的上线使也释放出雅培加码有机奶粉市场的信号。

近年来有机奶粉保持高

速增长态势,销售额年均增长率高达47%。数据显示,2016-2018年线下有机奶粉销售额分别为18.2亿元、26.7亿元和39.2亿元,2019年规模在60亿元左右。另有机构预测,按照目前的发展节奏,2020年中国有机奶粉线下销售额有望突破100亿。

雅培是在2015年下半年切入有机奶粉市场,当年9月中旬,雅培推出旗下高端婴幼儿配方奶粉品牌菁挚有机系列奶粉,这款产品后来成了中国有机奶粉市场的霸主,一度占据了有机奶粉的半壁

江山,也成了拉动雅培业绩增长主推单品。

2019年以来,新生儿出生率下滑以及母乳喂养率提升对婴幼儿配方奶粉市场造成了不小冲击,也加速了相关企业在细分领域市场的布局,羊奶粉、有机奶粉、儿童奶粉成为热门板块。“大家都在抢占4段及孕妇奶粉市场”,乳制品行业业内人士对中国网财经记者表示,在有机婴配粉之后,有机孕妇奶粉以及有机儿童奶粉被视为新的风口,不少企业都在加速布局这一领域。