

卤制品行业 “三足鼎立”加速竞争

近一段时间以来,卤制品行业可谓风起云涌。继行业巨头江西煌上煌集团食品股份有限公司在2019年业绩报告中表示今年将会新开设1200家门店后,刚开放特许经营模式不久的周黑鸭国际控股有限公司近日也宣布招募经销商。随着周黑鸭和煌上煌展开角逐,卤制品行业三大巨头(绝味食品、周黑鸭、煌上煌)的座次是否会生变,谁会脱颖而出?

两巨头开足马力

3月13日,周黑鸭发布公告称,公司将公开招募经销商。周黑鸭方面显示,此次招募计划主要针对商超、便利店的经销商,并对其提出了五点要求:具有合法经营主体资格,拥有足够的经营资本;深耕快消行业,具有广泛渠道资源;拥有操盘知名零售品牌终端渠道经验,具有专业的经销运营团队;具备完善的质量保障体系;认同周黑鸭企业文化,共同拓展市场意愿强。

一直以来,周黑鸭都坚持直营模式,直到去年底才放开了特许经营。如今,该公司公

开招募经销商则被外界解读为“渠道的深入变革”。

与此同时,卤制品行业另一巨头煌上煌也将布局渠道。该公司在2019年业绩报告中表示,今年计划新开设门店1200家,门店总数将接近5000家。数据显示,截至去年底,煌上煌门店数量为3706家,同比增加23.2%。

上述两则公告一出,瞬间在行业掀起波澜。“周黑鸭能否重回巅峰”“煌上煌对周黑鸭穷追不舍”“煌上煌离周黑鸭还有多远”等疑问不绝于耳。从绝味食品股份有限公司和周黑鸭的“两强争霸”,到如今绝味食品、周黑鸭、煌上煌的“三足鼎立”,卤制品行业已硝烟弥漫。

行业“三足鼎立”突显

在卤制品行业三大巨头中,最早崭露头角的当属煌上煌。作为“酱卤行业第一股”,煌上煌于2012年登陆深交所。不过,煌上煌并没有借资本的东风实现迅猛发展。2012—2015年,煌上煌营收基本维持在8亿—11亿元之间,门店数量也仅增长几百家。

直到2017年,煌上煌才开始迅猛发展。数据显示,2017—2019年,煌上煌营收分别为14.78亿元、18.97亿元、21.17亿元,同期净利润分别为1.41亿元、1.73亿元、2.2亿元。

第二个登陆资本市场的巨头则是周黑鸭。凭借着直营模式的“高标准”,坚持高端化路线,周黑鸭一度是卤制品行业的佼佼者,并于2017年成功登陆港交所。然而,2018年以来,周黑鸭收入和利润双下滑。数据显示,2018年周黑鸭实现收入32.18亿元,同比下滑1.12%;净利润5.4亿元,同比下滑29.09%。2019年上半年,周黑鸭实现收入16.26亿元,同比增长1.87%;实现净利润2.24亿元,同比下滑32.41%。值得注意的是,周黑鸭的净资产收益率下滑更为明显。数据显示,2015—2018年,周黑鸭的净资产收益率分别为84.57%、35.96%、20.05%、13.29%。

相比之下,于2018年进入资本市场的绝味食品发展较为平稳。据悉,绝味食品非常擅长“跑马圈地”,借助加盟模式以实现快速扩张。数据显示,2015—2018年,绝味食

品营收分别为29.21亿元、32.74亿元、38.5亿元、43.68亿元;同期净利润分别为3.01亿元、3.8亿元、4.97亿元、6.31亿元。2019年上半年,绝味食品实现营收24.9亿元,同比增长19.42%;实现净利润3.93亿元,同比增长26.18%。

行业竞争更激烈

三大巨头各个身怀绝技,却也有各自的短板。战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄俊表示,绝味食品拥有强大的网络终端和灵活的发展模式,其产品性价比高,但是不可避免地面临更多食品安全问题及较低的利润水平。坚持高端化路线让周黑鸭利润水平较高,但目前发展受阻;煌上煌的品牌力较小,消费者品牌认知优势较弱,不过目前正在逐步提升中。

如今,周黑鸭和煌上煌加大布局力度,休闲卤制品行业三巨头未来的座次是否会有变化?对此,快消行业专家朱丹蓬表示,“周黑鸭通过便利店系统扩张全国的做法是可行的,但此后周黑鸭就将面对食品安全问题以及利润减少

的困扰。更为重要的是,此次新冠肺炎疫情对位于湖北的周黑鸭影响最为严重,未来前景堪忧。煌上煌或将针对周黑鸭的现状进行超越性布局、加快开店计划。预计今年底,煌上煌营收很可能会超过周黑鸭或者与周黑鸭缩短至很小的差距。”

徐雄俊也坦言:“周黑鸭的硬伤在于固守陈规”。他表示,作为曾经的行业佼佼者,周黑鸭本可以保持优势,但却被绝味食品赶超,造成了如今的被动局面。实际上,周黑鸭需要变革的不仅是发展模式,还有管理文化。

与此同时,绝味食品并不是高枕无忧。据悉,绝味食品目前全国门店数量已超过1万家,在新一轮“跑马圈地”后,绝味食品下一步将如何发展也备受业界关注。此外,绝味食品采用的加盟模式,虽然有利于快速扩张,但所带来的食品安全问题是很大的隐患。

朱丹蓬坦言:“目前行业的‘蛋糕’已经固化,很难实现大的增长,未来绝味食品可以探索平台化发展,比如做一些贴牌产品。”

(《中国商报》)

第102届全国糖酒商品交易会将于5月下旬举办

本报讯 据糖酒会组委会消息,经过多方协调和周密组织后决定,第102届全国糖酒商品交易会将于2020年5月21日—23日在成都中国西部博览城举办。

据悉,第102届全国糖酒商品交易会规划面积21万平方米,展览形式及参展参会流程不变。组委会建议,各参展商请尽快确认参展事务、完善参展商信息、领取参展商手册;专业观众请尽快通过全国糖酒会官方微信公众号@全国糖酒商品交易会或官方网站www.qgtjh.org.cn进行专业观众预登记,免费领取参观凭证。

近期,组委会还将推出“全国糖酒会云平台”,这是官方唯一的展会服务及交易配对平台,将免费为参展商和专业观众提供参展参会指引、展商展品信息浏览、贸易配对等一站式的便捷服务。

政策加码提振市场 生活类消费加速回暖

随着新冠肺炎疫情的不断缓解,以及中央和地方各级政府促消费政策的推进,旅游、餐饮等生活服务类消费目前正在加速回暖。众多专家和业内分析机构认为,疫情过后,旅游、餐饮等行业将迎来大幅反弹,预计今年5月到10月将是旅游等消费的高峰。

经过将近两个月的“宅家”经历,人们外出走走的欲望越来越强烈。近期,北京的公园、商场等地人流逐渐增多。虽然很多郊区县景点还没有开放,但通往郊区县公路上的车辆还是越来越多。随着疫情的逐步缓解,地方各级政府开始连续出台鼓励旅游、餐饮等生活类消费的政策,以满足消费者需求。

日前,浙江省发改委、文化和旅游厅等10部门联合印发了促进文化旅游消费的意见,加大消费惠民力度,推进旅游消费市场快速恢复。海南省近期也出台措施,通过扩大离岛免税消费限额、增加免税

品种、简化免税购物手续、减免小客车过海费等措施推进旅游业疫后重振。

江西省也通过试行周末2.5天弹性作息、部分时间段门票半价优惠,以及投放电子消费券等一系列“组合拳”提振旅游消费,推动旅游市场加快回暖。

与此同时,河南、山东、山西、陕西等地也出台政策,推进旅游和餐饮行业加速复工,促进消费。目前,河南六成多餐饮门店目前已经复工开业,预计随后复工率还将迅速提升。

据统计,截至目前,几乎所有的省、直辖市和自治区都推出了促进旅游、餐饮等行业发展,进一步释放消费潜力的政策措施。其中,设立纾困资金、鼓励景区门票免费、发放消费券等成为比较有代表性的举措。

中国旅游研究院和携程公司日前联合启动了一项调查。调查数据显示,绝大多数被调查者都表

示在疫情之后会选择外出旅游,其中5月至10月将是旅游的高峰。而国内游成为绝大多数人的选择。

多个在线旅游平台的数据显示,目前,五一旅游产品搜索量不断上升,部分平台搜索量环比增长超过70%。而由于部分省份已经放开了省内游、周边游,一些景区接待游客数量也持续攀升。

对此,携程旅游大数据实验室首席研究员彭亮表示,疫情给旅游、餐饮等行业带来较大冲击,但这种影响只是阶段性的。随着疫情好转,人们对于旅游出行需求不但没有消失,反而愈发强烈,旅游消费也将迎来反弹。

华东师范大学教授冯学钢表示,面对大众化产品过剩、中高端产品不足的局面,旅游业需要加速产品和服务的迭代升级。一批结合健康、生态、文创等内容的旅游新业态、新载体,将成为未来消费的新热点。

(《经济参考报》)