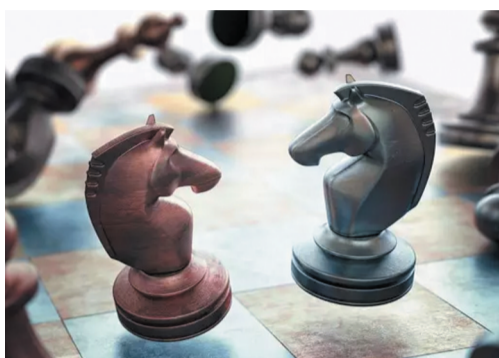


# 国产酒对决进口酒 “百元档”或成葡萄酒新战场

2016年年报显示,张裕实现微增长,另一国产葡萄酒巨头长城则在销量小幅下跌的同时,实现利润的一定增长,种种迹象表明,国产葡萄酒仍处于调整期。

与之相比较,进口葡萄酒销量继续增长,但领跑的则是散装酒和低端产品。一方面国产葡萄酒在优化结构,大单品剑指100~200元价位档;另一方面,进口葡萄酒倾力低端的把戏并不被看好,未来两者极可能在100元档碰面,形成终极对决。

## 进口酒散酒增量



来讲,已经增长乏力——今年1月和2月的中国瓶装葡萄酒进口量同比下降了1.12%,为7.530万升;进口额同比下降了7.81%,仅3.532亿美元(约合人民币24.35亿元)。

尽管第一季度整体数据显示,进口葡萄酒仍在增量,但其增长率已经远不及之前,目

前增长率最高的已经从瓶装酒转移到了散装酒。

业界认为,这种状况既与消费需求有关,也与投资市场的变化有关:

一方面,这几年来进口葡萄酒大量涌入,但消费市场还未实现同步,消费需求跟不上市场,导致了进口量的逐步放缓;

另一方面,这两年来名优白酒复苏,导致部分投资者将资金转投到白酒领域。今年以来,茅台、五粮液、泸州老窖等名酒相继调整了出厂价,整个酒类板块内部的分化效应波及进口葡萄酒。

进口葡萄酒低端产品激增,虽然拉低了整体消费水平,但也给其持续发展带来了困难。因此有观点认为,在进口酒经历了由高到低之后,将U型回升,从低端转移到中端,未来100~200元价格档将成为大众酒进口品牌的主打方向。

## 国产酒仍处于调整期

利润9.82亿元,同比下降4.6%。公司业绩基本符合预期,国内葡萄酒业务下滑1%。

张裕未能实现大幅增长被认为是进口酒与国内竞品的竞争所致,张裕公司渠道在2016年进行了重组整合,将分散的渠道商资源进行集中,以适应大众酒庄培育,这表明,张裕仍然处于调整期。

中国食品有限公司发布2016年全年业绩公告显示,截至2016年12月31日,中国食品实现收入279.86亿港元,同比增长0.5%;实现净利润5亿港元,同比增长815.2%。其中,酒品类分部实现收入25亿港元,同比增长9%;酒品类分部利润为1.11亿港元,同比增长18.1%。值得一提的是,作

## 大众酒或将成主战场

的阶段,这就保证了国产葡萄酒、进口葡萄酒的增长空间。

个人消费和商务消费重新占据主导地位,葡萄酒消费渐趋理性,性价比将持续受到消费者关注。主动饮用葡萄酒的趋势在年轻消费群体中正在逐步形成,加之中产阶级的崛起,葡萄酒消费增长空间具有潜力。

在一些营销专家看来,大众化中高端品类将成为蓝海——国产葡萄酒将主力产品定位于此,而进口葡萄酒为了保证销量与利润的平衡点,也会顾及于此。不排除两者将在这

为酒品类业务主要业绩支柱的国产葡萄酒品牌长城销售量下滑9%。

中国食品有限公司方面表示,2016年内公司通过提高出厂价、取代低端产品销售、中高端战略单品上市等举措,优化了产品结构。尽管整体长城葡萄酒销售量出现下滑,但销售结构提升却带来人民币口径销售收入增长6%。

业界认为,2012年下半年以来的消费市场剧变、进口酒的大量冲击,导致了国产酒陷入漫长的调整期,为了适应这种变化,国产葡萄酒积极优化产品结构,调整营销渠道,这种内部调整不可避免影响到终端销量,导致了其在销量上没有明显增长。

个档位激烈竞争的可能。

根据年报显示,2017年,中国食品将坚持长城品牌中高端定位,加大品牌促销及广告市场费用投入,聚焦优势资源打造长城五星战略单品。长城五星赤霞珠干红目前售价约为178元(5月2日京东售价),为100~200元档。

张裕白兰地的品类较为小众,短期内难以大幅度带动公司营收高成长,需要长期培育消费者。目前主导品牌解百纳在100元价格档的品牌影响力较强。

## 贵州茅台是否还有投资价值

随着今年4月18日贵州茅台股价冲高过400元,有关它是否还有投资价值的话题引发不少热议。

最看好贵州茅台的应数深圳东方港湾投资管理股份有限公司董事长但斌,他近日在微博上称:“对于贵州茅台股价年底的高度,按2018年预估业绩25倍市盈率测算,年底股价应该在500元以上,不排除上600元;在没有动荡,没有大的经济危机的前提下,给贵州茅台30倍估值是非常正常的。这还没考虑提价等因素,所以到年底600元收市,一点也不惊讶,坦然接受”不过,他也称,“仅是个人观点,不一定对。投资有风险,须谨慎!”

此言一出,有关贵州茅台的投资价值热议不断。乐观者如但斌看茅台能到600元,也有私募人士认为已经到合理区间上限。“买了的拿着不动,没买的不敢买”,并且按照100股4万多元的价格,也不是小散户敢买的,“喝不起茅台酒,买不起茅台股”注定是多数人的现实窘境。

在财经评论员皮海洲看来,“在股价涨上来的时候,就称这是价值投资的胜利,这是一种病。真正的价值投资是在大家都不看好的时候,敢于看好某只股票,买进某只蓝筹股。目前市场对贵州茅台的炒作已经从价值投资走向了投机炒作。喊高到600元,让人想起当年中石油A股上市时,市场人士就看高中石油到80元、100元。结果怎么样大家都知道。”

“问君能有几多愁,恰似满仓中石油!”这是不少投资者追高中石油的惨痛教训。因此,财经评论员曹中铭提醒,“能买入高价股的,主要是机构账户,目前的茅台并不是小散户的‘菜’。机构要把贵州茅台拉到多高,那是机构的事。机构要走其阳关道,散户走自己的独木桥,井水不犯河水,这样或许更好。”



## 能逆转的啤酒都『有文化』

结束了五一假期的野餐和烧烤,你会发现:又到了喝啤酒吃夜宵的季节了。天气热起来,啤酒回归到了消费的主场,但近两年各大品牌的啤酒销量“冰火两重天”,啤酒文化产业成了扭转销量的“绝招”。

一打炭烤生蚝再配上加了冰块的啤酒,咕嘟咕嘟几下肚再打一个饱嗝,啤酒是夜宵文化中不可缺少的一部分。在中国这个美食和夜宵文化盛行的国家,啤酒是仅次于茶的第二大饮品,其消费量现在占据全球啤酒产量的四分之一。根据欧睿国际提供的数据,自2008年以来,中国啤酒市场的零售额已经翻了一番,年消费额高达5500亿元。啤酒市场在增大但国产啤酒销量并不可观,其中一部分原因是进口啤酒“强势”地抢夺市场,另一方面国产啤酒“万年不变”的传统也让不少啤酒爱好者失去了兴趣。

对此,业内人士分析表示,整个中国啤酒市场目前呈现梯形格局,国内啤酒企业占到市场的塔腰与塔基,塔尖由进口啤酒占领。国产啤酒想要实现业绩的提升与市场的突破,必须调整产品结构,努力站上梯形的塔尖部分。

## 进口啤酒主攻年轻精酿文化

在错失美国的精酿革命之后,中国精酿啤酒市场为国外的啤酒巨头提供了一个机会。去年,百威英博携精酿品牌鹅岛杀入中国。鹅岛借助法国葡萄酒桶和波旁威士忌橡木桶,酿造充满异国情调的啤酒。

不仅百威英博致力于向年轻消费者推销高档啤酒,无独有偶,包括喜力啤酒和督威啤酒在内的竞争对手也从海外进口精酿啤酒投放在中国市场。百威高端啤酒华南区相关负责人表示,精酿发展快速是因为与年轻人的文化更切合,这类高端啤酒在华南区的消费者接受最好,今年百威也将继续加码高端啤酒新品的开发。

## 国产啤酒扭转盈利靠文化

精酿市场角逐依靠年轻文化,国产啤酒也在依靠文化产业逆转。日前,不少啤酒企业发布了今年第一季度的“成绩单”,大部分啤酒企业净利润都在下滑,但青岛啤酒和珠江啤酒却是“一股清流”。青岛啤酒发布一季报显示,报告期内营收同比增长2.60%。珠江啤酒净利润也连续两年保持增长。这两个啤酒品牌能够逆势增长主要靠“文化气质”。青岛啤酒相关负责人在采访时表示:国产啤酒目前面临的两大考验,一是产品的改造升级,二是文化方面的提升。珠江啤酒也在啤酒文化项目上投入了18亿,拟将旧厂区改造为集啤酒文化嘉年华综合体,提升自己的文化气质。进口啤酒近年来一直呈现增长趋势。国家统计局数据显示:2016年,进口啤酒总量64.64万升,同比增长约20%,金额为44亿元,同比增长约23.3亿元。

国产酒调整结构,一些战略单品瞄准100元价格档,而进口酒随着增长趋势放缓,将会进入到品牌化的沉淀期,单纯依靠低端打天下的思维将被摒弃,未来同样将在低端和高端之间寻求平衡点,100元价格档成为目标。

业内人士分析认为,国内葡萄酒行业自2014年下半年开始逐步回暖,预计未来数年市场规模仍然保持个位数年增长率。

“未来不会大幅增长,也不会大幅跌落。”营销专家吕正春认为,葡萄酒进入到稳健的成长期,对消费者的培育也步入到一个良好

## 白酒行业走出低迷:

# 19家酒企平均日赚546.17万元

在经历了2013年至2015年这三年低迷期后,白酒行业在2016年迎来了复苏反弹。据Wind资讯统计,截至4月28日,在A股上市的19家白酒企业,已有18家公布了2016年年报,剩下的金徽酒也发布了业绩预告,其中15家公司营收和净利润实现“双增长”,4家公司净利润下滑。

作为上市酒企龙头,贵州茅台2016年营收、净利润、人均职工薪酬等指标均领先行业其他企业。在资本市场上,贵州茅台以每股超400元成为“股王”,每年高额的现金分红更是令很多“铁公鸡”公司汗颜。有人认为这是价值投资的胜利,也有人认为这可能是价值投资的尽头。

## 19家酒企平均日赚546.17万元

这19家酒企,合计总营收1319.8亿元,平均每家营收69.46亿元,与2015年相比增长8.86%。其中贵州茅台营收最高,超过400亿元;\*ST皇台营收最低,仅为1.78亿元,仅占前者的0.44%。

分区间来看,贵州茅台、五粮液、洋河股份、顺鑫农业等4家酒企营收超过100亿元,这4家总营收930.79亿元,占19家总营收的70.53%;泸州老窖、迎驾贡酒、今世缘等15家酒企营收389.01亿元,占11家总营收的29.47%。

从营收的增幅来看,沱牌舍得、泸州老窖、贵州茅台、水井坊、\*ST皇台等5家酒企的增幅超过20%;迎驾贡酒、老白干酒、伊力特、金种子酒等3家酒企增幅比较低,均在5%以下。

从净利润总额来看,这19家酒企总的净利润为379.88亿元,平均每家净利润19.99亿元,同比增长9.94%。其中贵州茅台净利润最高,为179.31亿元;\*ST皇台净利润最低,为-1.27亿元。

从利润增幅来看,沱牌舍得增幅最高,达到1024.83%,位居第一;\*ST皇台、金种子酒、青青稞酒和伊力特均为负增长,分别

为-95.54%、-66.49%、-7.4%和-1.7%。

以2016年的366天来算,这19家酒企去年平均每家日赚546.17万元,而2015年这一数据为493.35万元。其中,贵州茅台日赚4899万元、五粮液日赚1928万元,远远高于其他酒企。

## 10家酒企税费负担超过净利润

上市酒企的税费负担也不轻。贵州茅台在年报中表示,“白酒行业供大于求,产大于销的根本状况没有改变,市场竞争激烈、限制政策影响,税负依然较重等没有改变,大势依然严峻,走向更趋复杂。”

已发布年报的18家酒企去年支付的税费总额为438.9亿元,相比它们的总净利润377.7亿元,超出61.2亿元。有16家酒企的净利润低于所支付的税费,仅贵州茅台和洋河股份两家的净利润高于税费支出。

重点来看,老白干酒支付税费为7.38亿元,同期净利润为1.11亿元,前者是后者6.65倍;顺鑫农业支付税费是净利润的4.41倍;沱牌舍得支付税费是净利润的3.58倍;青青稞酒支付税费是净利润的2.03倍。

老白干酒年报显示,2016年其所支付的营业税金及附加高达3.69亿元,占其支付税费49.97%,可见营业税对白酒行业的影响很大。

在支付职工薪酬方面,上述18家酒企的总支出为146.06亿元,低于同期总净利润377.7亿元。但具体到企业,古井贡酒、顺鑫农业、老白干酒、沱牌舍得、青青稞酒、酒鬼酒等9家酒企的支付职工薪酬是高于净利润的。伊力特支付职工薪酬与净利润相近,分别为2.14亿元和2.77亿元。

这18家员工总数为117783人,五粮液人数最多,超过贵州茅台,为25551人;\*ST皇台人数最少,仅538人。根据以上计算,这18家酒企的人均薪酬12.4万元。其中贵州茅台最高,人均薪酬为21万元;\*ST皇台最低,人均薪酬仅3.82万元。

## 酒水维权 服务站

所有您遇到的有关酒水问题,我们将为您解忧。欢迎广大消费者提供酒水行业相关线索。有效举报,可获精美礼品或现金奖励。

热线电话:15266162222

邮箱:277287797@qq.com

QQ:277287797

来信:枣庄市市中区文化中路61号  
枣庄日报社酒水部。



新闻·维权·举报