

据悉:我国每年婚宴市场大概5000亿元以上,未来10年内婚宴市场消费不会下滑,婚宴用酒充满了无限商机和潜力。

# 地产酒或成喜宴的主力军

安卿超/文

五一期间,是婚庆嫁娶的高峰期,也是酒水销售的黄金期。记者走访了省内多个城市,也了解了一些地区的婚庆用酒情况。

家住菏泽市巨野县核桃园镇的解先生,5月2日为二儿子操办婚宴用的是一款38°的花冠·冠群芳。这款酒每瓶的价格在40到50元左右,在农村婚宴中,属于盛行的一款酒。据来宾介绍,花冠酒不仅在农村销量好,在城市的婚宴中也是常客。它的生产厂家在菏泽市巨野县,不论是酒质还是价格,广受菏泽父老乡亲们的青睐。当记者向他们问花冠酒的口感如何时,一位坐在主宾位置的赵先生说,口感还是不错的,我们这些人喝了几十年了,仍旧百喝不厌。另一位同桌的来宾补充道,花冠酒的价格也符合我们当地老百姓的经济水平,高、中、低档酒水的价位适中,迎合了当地消费者的心理。

5月4日,记者在临沂参加一朋友孩子的满月酒,喜宴上,用的酒是兰陵·兰陵王,朋友笑谈,兰陵美酒,清香远达,饮之至醉,不头疼,不口干……当然,这是大家喜闻乐见的酒水之一,选它做喜宴

酒水也有面子。朋友的妈妈王阿姨是东北人,平时就喜欢喝两口,她说,“今天是我孙子的满月酒,也是一件喜庆事,我们选这款酒,价格也相对合适,现在不是流行说,高端、大气、上档次吗?我觉得咱们山东的地产酒就能充分表达这一点,当时,和孩子他爸也是选了好多品牌酒,选来选去还是选兰陵的一款兰陵王了,我老家东北那的亲朋好友也来了,他们尝了尝也感觉不错,孩子他老舅还想回去时买一箱让大伙尝尝呢。”

回来后,与朋友聊天,她近几天参加了4个婚礼,据说有两家是选用帝豪新品天赐良缘为喜酒的,一家选用的是天赐良缘L9,另一家选用的是天赐良缘L3,她对这款酒有不同评价,感觉L9的口感更加纯净,绵柔,L3稍微淡雅。“近两年参加婚礼,餐桌上最常见的就是地产酒,有一种再现雄风之势。”另一位朋友笑言。

其实,记者在走访酒水市场时也有发现这种势头。据多年从事酒水行业的刘经理表示,近年来,国家对于酒水这一块的政策不算明朗,比如“三公消费”、“禁酒令”等等,使许多一线品牌的价格、销售量深受影响。再者,近两年,一些外



地酒水层出不穷的负面消息,比如:“勾兑门”、“塑化剂事件”等问题的曝光,让消费者们对酒水的信任度降低,但是,在日常生活中,人们还需要酒水应付事情、招待朋友,于是,开始把苗头转向本地酒

水,一是,家门口的酒水,若出现酒水问题,可以及时解决。二是,多年来,打造出品牌,是老百姓喝出来的口碑,值得信赖。所以,在这种竞争与机遇并存的状态下,地产酒有强势出击之势。

## 巴菲特股东大会四看点: 可口可乐激励方案惹争议

一年一度的伯克希尔·哈撒韦公司股东大会将于5月3日在“股神”巴菲特的家乡美国内布拉斯加州奥马哈市举行,今年的股东大会和往年相比,新增了以下的看点。

**看点一:股东要求分红,投资者对巴菲特信心下降?**

今年的股东大会上,有一项投资者提出的提议引人关注,这位名为David Witt的拥有价值8600美元伯克希尔哈撒韦B股的投资者提出,目前伯克希尔哈撒韦公司拥有足够多的现金,董事会应该考虑支付一定的股息。



伯克希尔哈撒韦公司自1967年以来从来没有支付过股息,该投资者的提议显得有些另类,但某种程度上却反映了部分股东对巴菲特投资的信心可能出现动摇。

**看点二:业绩不及标普500指数**

去年全年,伯克希尔哈撒韦公司的业绩跑输标普500指数,对此,巴菲特在致股东信中已经做了详细解释称,通常市场表现出奇得好时,公司业绩确实很难战胜指数,而在市场表现平庸甚至下跌时,公司业绩往往能超过指数,这在巴菲特以往的投资记录中已经有了充分的证实。

**看点三:对可口可乐股权激励计划的“暧昧”态度**

可口可乐公司的管理层股权激励计划引起不小争议,而作为其最大股东的巴菲特,在对该计划进行投票时选择了“弃权”,但在随后接受媒体采访时,却表达了对该计划的不赞同态度。巴菲特的这一举动引来了部分质疑,有美国律师甚至指责巴菲特未能尽到大股

东的义务,在该表明明确态度时未能表明,这种做法是以伤害小股东为代价的,但巴菲特自己的解释是怕引起投资者误解,认为自己可对可口可乐管理层的信心不足。

**看点四:巴菲特接班人是谁?**

近两年关于巴菲特接班人的话题逐渐升温,今年该话题依然将是股东大会期间的热门话题。实际上在两年前,巴菲特便宣布公司董事会已经选择好了接班人,并且还有两位作为后备,但这三人的名字至今依然是秘密。

目前,巴菲特接班人一职呼声最高的包括伯克希尔哈撒韦再保险公司首席执行官阿基特·简(Ajit Jain),伯灵顿北方铁路公司首席执行官马修罗斯(Matthew Rose),近年来,公司的投资管理人泰德·维斯切勒(Ted Weschler)和托德·库姆斯(Todd Combs)也脱颖而出,投资业绩令人瞩目,并且被巴菲特称为是“血管中流淌着伯克希尔血液”的人。目前这两人各自管理的投资组合价值均超过70亿美元。

### 饮料怎么喝? 饮料对瓶喝容易诱发溃疡

喜欢喝饮料吗?平日里,您是怎么喝饮料的呢?是倒进小杯子,还是直接对瓶喝?炎热的夏天,想必很多人有大口喝饮料的习惯,可是饮料对瓶喝真的不是好习惯。专家提醒:饮料对瓶喝容易诱发溃疡!最近,日本“MSN”网站介绍了几个容易诱发溃疡的坏习惯,饮料对瓶喝就是其中之一。

**不爱刷牙。**刷牙次数少,尤其是睡前不刷牙是大忌,会导致食物残渣不能及时去除,使得口腔内细菌繁殖,易引起口腔发炎,若这种情况下不慎咬破口腔,患病风险就更大。建议养成饭后睡前刷牙的好习惯。

**吃饭凑合。**工作忙时,人们常常一顿快餐、外卖就打发了,这样容易导致维生素摄取不足,尤其是维生素B2有保护黏膜的作用,能预防改善口腔炎症。建议如果经常饮食不规律,要注意搭配富含维生素B2的豆类、鸡蛋、牛奶等。

**抽烟喝酒。**抽烟会破坏体内的维生素C,喝酒会大量消耗B族维生素,因此抽烟喝酒的人容易得口腔溃疡。建议这类人要戒烟限酒,及时补充维生素。

**饮料对瓶喝。**瓶装饮料开瓶后对嘴喝,会令口腔细菌进入瓶内,若不一次性喝完,几小时后就会滋生大量细菌,再喝时就会进入口腔,诱发口腔溃疡。瓶装饮料若不能一次性喝完,建议倒在杯子里喝,避免嘴巴与瓶口直接接触。

## 落难公子五粮液 应收票据骤增55亿有苦难言

### 经销商资金紧张

近日,五粮液发布一季报,该公司营业收入67.19亿元,比去年同期减少22.54%,净利润为26.7亿元,同比大降27.79%。

这是继2013年利润下降以后,新的一年首季利润继续下滑。根据五粮液2013年年报,当年实现归属于上市公司股东的净利润为797.2亿元,同比下降19.75%。

这还不算什么,真正让投资者担忧的还有其应收票据和现金流数据。截至2014年一季度末,五粮液账面上的应收票据金额高达91.54亿元,相比期初的36.25亿元锐增了55.29亿元,上涨151%。应收票据大涨相对应的则是现金流下降,五粮液今年一季度现金流大幅下降,其经营性现金流为-22.02亿元,为上市以来经营性现金流首次出现负数。

2013年,受国内经济社会转型和市场环境影响,白酒高端产品市场销售进一步下滑,利润空间进一步紧缩,利润高增长势头受到遏制,作为行业中巨头企业的五粮液也在所难免。

对于应收票据金额大增的原因,五粮液在财报中解释称,“主要系经销商采用银行承兑汇票购货增加所致。”有分析认为,承兑汇票是企业一般经常使用的付款方式,公司应收票据高企一方面说明经销商资金紧张,另一方面也是公司在积极给予经销商相应支持,共度行业调整难关。相当于五粮液在变相授信给经销商,用现金流反哺渠道。

其他酒企日子也不再向以前一样顺风顺水,记者整理其他酒企发布的年报数据显示,沱牌舍得一季度净利润同比下降86.03%,老白干酒净利润同比下降30.91%,泸州老窖一季报净利润同比下降56.86%,山西汾酒净利润同比下滑54.46%。这几家酒企下降幅度都很大。古井贡酒同比下降6.79%,洋河股份同比下降15.07%,算是下降较少的铤将了。

目前,A股上市酒企多已公布或预计一季度业绩,以高端酒为主的企业,仅贵州茅台和伊力特净利润增长,贵州茅台实现一季度净利润36.99亿元,同比增长2.96%;伊力特一季度实现净利润9329万元,同比增长21.44%。

对于白酒企业的惨淡业绩,业内人士称主要还是产能过剩所致。五粮液也在其2013年年报中称,“公司面临产能严重过剩的挑战,随着行业调整期的深入,公司将面临更多的挑战和竞争:

一是行业产能过剩严重,消费需求发生变化,高端产品价格进一步调整;二是企业渠道下沉力度不足,区域性酒企数量众多,行业集中度低,地方保护政策,中档酒产品竞争激烈。”

祝有华认为,“五粮液经销商库存高企所致的状况短时间内不会改善。”

不过也有券商分析称,五粮液经销商库存已经降至新低。春节期间五粮液旺销,由于之前控量保价,截至春节,渠道整体库存水平不足15%,降至近4年来的新低,而2013年公司发货量约1.1万~1.2万吨,加上之前库存,终端实际消化量在1.5万吨以上,比2012年有所增加,预计在库存极低、需求稳定的前提下,2014年发货量同比增长应该在20%左右。

中国酒业资深营销策划人、九度治理集团董事长马斐认为,考虑到2014年白酒行业仍将维持深入调整态势,再叠加上半年的淡季因素,预计五粮液上半年的业绩增速仍将负。

### 二季度难有起色

据中国酒业协会发布的数据,中国白酒产业2002年全国白酒销售收入495.88亿元,到了2012年全国白酒销售收入近4500亿元。2003年以来产量和销售收入分别保持了近13.3%和23.4%的年均增长速度。过去十年被称为中国白酒的“黄金十年”。

五粮液在2013年年报中披露,白酒行业在经历高速发展的“黄金十年”后,行业步入深度调整期,受客观大环境影响,白酒行业2013年遭遇增长逆境,多年来利润持续高速增长势头受到遏制,2013年行业利润总额同比降低1.9%。

从行业整体发展情况来看,消费市场转型,业外资本刺激,业内竞争急剧增速,业内企业利润总体滑坡,致使行业发展增速受阻。同时行业内企业高度离散,集中度低,白酒产业在“十一五”末期和“十二五”初期形成的产能相继进入市场,行业产能结构性过剩问题加剧,化解过剩产能也将是必然。

据五粮液公司公开消息,2013年以来,五粮液为保增长采取了诸多措施:推出了五粮特曲、头曲、绵柔尖庄等主攻“腰部”价格带的产品,抢占中端市场;出资2.55亿元与其他合作方成立河北永不分梨酒业股份有限公司,并收购河南五谷春酒业,布局区域市场;重视新型渠道的开拓等。

知名白酒营销专家铁犁认为,“春节前酒厂为了做靓报表,想尽办法让经销商拿货,导致经销商压货严重,在一季度进入淡季后,经销商库存压力增大,所以以消化库存为主。二季度更是淡季,销售不会有起色。”

对高档白酒而言,将近一半的市场下滑是限制“三公”消费所致。白酒行业近来突然出现问题,有“三公”消费限制的因素,但从长远看,主要是近几年白酒行业快速发展,规模不断扩大,供过于求所致。多重因素导致白酒业危机更加明显罢了。

有业内人士称,经过去年一年的调整,白酒行业特别是高端白酒,失去50%左右的公务市场,虚高发展的水分被挤干,现在高端白酒摆脱公务市场支撑的畸形状态,回到正常水平。五粮液是受公务市场冲击最大的酒企之一,但这个品牌商务市场与普通消费者也认可,此后五粮液应将重点放在开发更大的商务市场上。