

# 白酒业调整期依旧 酒企调整措施加码

白酒业的调整期始于2012年底的禁酒令,如今经历了2013年一年的深度调整期,白酒行业2014年一季度业绩仍未见到好消息。白酒上市公司一季报中除了贵州茅台和青稞酒能保持量和利微增至外,其他白酒企业如皇台酒业、水井坊和沱牌舍得等酒企的业绩下滑超过50%。一季报中五粮液甚至因接受经销商采用银行承兑汇票购货,行业内酒企艰难处境由此可见一斑。

艰难处境下,酒企正在各出奇招试图挽救业绩。调整期伊始国内高端白酒普遍采用高端白酒顺应市场价、发力中低端酒、开拓网络销售渠道等调整措施,从产品价格、产品结构、销售渠道等多个方面全方位进行调整。无奈政策对行业影响深远,业内多数酒企的业绩依旧处于下滑态势,酒企不得已需要出台更多措施以进行自救。

1.五粮液宣布下调出厂价,其核心产品52度水晶瓶出厂价由729元下降至609元,降幅达16.46%。

禁酒令以及一系列反腐政策打压了公务需求,高端白酒的困境自此开始。由于新一届政府反腐决心大并且力度也相当大,所以公务需求像此前限制三公消费之后的恢复或者反弹都不会出现,高端白酒不能选择等待,而需要根据市场供求关系及时调整发展策略。降价、控量、寻求新的消费群体都是高端白酒目前可以选择的策略。

然而调整期开始之际,五粮液就选择逆市提价:2013年整体策略是“控价稳价、适时提价”,自2013年2月1日起水晶瓶价格上调10%至725元左右,下半年还将适时再上调10%,1618产品在缩量的同时也进行调价。分析原因主要是为了保持品牌形象,为了公司长远发展考虑。

但是五粮液的逆势提价使其付出了重大

代价:价格倒挂困境无法自拔,经销商利润严重亏损甚至倒戈,2013年业绩开始多年不遇的下滑。如今五粮液下调出厂价虽然有点晚,但是还是符合市场发展趋势的,所以未来时间内五粮液价格倒挂、业绩等也将会随之有好的转变。

2.诸多酒企纷纷发展定制酒项目:山西汾酒力推私藏、创意定制酒项目,贵州茅台追求10亿元的定制酒目标,泸州老窖继续推动定制酒销售。

总体而言,定制酒的方向是正确的。因为行业调整期内,公务需求严重萎缩,未来商务群体、个人群体将成为主导群体,也就意味着白酒行业需要更加市场化才能赢得消费者、获得发展。而定制酒正是反映出了白酒企业顺应市场趋势的意愿,当下随着经济实力的增强和个性化消费趋势,消费者个性化需求日益增加。酒企发展定制酒正是抓住了这一市场。

## 五粮液降价 白酒行业打响保卫战



以往礼场上的香饽饽——白酒,近两年来受经济下滑和限“三公”消费的影响接连“失宠”。眼下行业面临的寒冬让

很多酒企冰冻三尺,著名的浏阳河酒业甚至面临停产被收购的命运。

为逆转困难,以五粮液为代表的酒企纷纷通过降价、增加新销售渠道等方式来打响保卫战,试图尽早走出寒冬。业内人士认为,白酒昔日辉煌难重现,国内白酒业正面临改革调整,需要放量驱动成长,结束产业集中度过低现状,实现产业寡头化。

近十年过去,如今浏阳河酒却面临停产、将被收购的惨淡境遇。让人唏嘘感慨“浏阳河还要拐几道弯才能重回巅峰时代”。这也是眼下白酒业的普遍困境。

业内人士表示,此次五粮液主动调价,向市场传递出降价信号,白酒产业调整迈入新阶段:高端白酒由原先的市场层面的价格调整,开始进入厂家调整出

厂价阶段。在此之前,国窖1573早已降价,出厂价格从999元下调到680元,下调幅度达32%。

经过2012年、2013年两年极速的需求萎缩,行业兼并整合条件真正具备了。白酒进入以放量驱动成长时代,所谓放量驱动成长,就是某些优势企业通过持续的放量,挤占、兼并其他企业的市场份额,在壮大自己的同时,促进产业集中度的提升。

未来五年,中档商务消费将成为主流黄金价格带;名酒扩张加速行业整合,品牌集中态势依然明显;区域品牌发展压力凸显,小企业面临行业快速洗牌;消费者多元化和个性化趋势明显,消费不断分级,这都预示着中国白酒市场的渠道体系将越来越趋于理性化与多元化。

# 白酒业进入微利时代 山西汾酒拉长产品线保身价

去年以来,随着国家“八项规定”出台和宏观经济发展趋缓,白酒业告别了企业发展的“黄金十年”。面对白酒市场持续低迷的严峻形势,各家酒企纷纷亮剑,欲在逆市中寻找新的生机。

日前,在中上协组织的走进上市公司之山西服务周过程中,记者走访了山西汾酒。山西汾酒董事长李秋喜表示,今年,白酒行业的形势更加严峻,“白酒消费将进入理性消费时期,而白酒企业将进入微利时代。”

在采访的过程中,公司董事长李秋喜表示,行业的大变革势在必行,唯有创新理念,顺势而为,才能在当前的白酒深度调整期中不退反进,脱颖而出,抢占新的制高点。

### 白酒行业形势依然严峻

李秋喜表示,白酒行业今年的形势要比去年形势严峻。“白酒行业进入新的发展阶段,进入一个理性回归时期”。

数据显示,2013年度,山西汾酒实现销售收入60.87亿元,同比减少6.04%;实现利润总额14.41亿元,同比减少26.71%;实现归属于上市公司股东净利润9.60亿元,同比减少27.64%。今年第一季度,公司的营业收入为15.57亿元,同比下滑44%;而净利润为3.51亿元,同比下滑54%。

随着白酒行业经营环境发生深刻变化并进入深度调整期,白酒消费总量增速放缓,消费结构也发生了较大变化:高端白酒消费日趋理性,中低端白酒竞争愈加激烈。

在目前的产品结构调整下,各个梯次的产品对公司的业绩贡献程度也发生了变化。随着中低端产品销量增加,利润贡献也在逐步上升。

为了保证业绩增长和自身品牌形象,一些白酒企业出现了暗地降价的情况。对此,李秋喜表示,“山西汾酒旗下无一产品降价,产品价格非常坚挺,这是因为山西汾酒这几年对旗下产品价格进行了合理的调整,从高端到中端到低端,我们都有丰富的产品。”

### 企业纷纷加码营销

在这样的情况下,白酒企业纷纷加码营销。山西汾酒虽然在市场竞争中拥有巨大的文化优势和品牌优势,但在加大营销上也毫不落后。

2013年,公司的销售费用为16.66亿元,同比2012年的13.78亿元,增长2.88亿元,增幅为20.94%。其中广告宣传和销售奖励费增长额度较大。例如2013年广告宣传费为9.57亿元,2012年该值为7.63亿元,增长1.94亿元。销售奖励费为2.58亿元,2012年该值为1.39亿元。

李秋喜表示,公司未来仍将加大销售费用的投入。“这是一个播撒种子的时



期,否则你在秋天就不能更好地收获。”李秋喜如此解释,白酒企业将告别高毛利时期。

### 电商作为补充渠道

在白酒的黄金十年时期,由于业外资本的大量进入及白酒企业过度扩张,白酒产能结构性过剩问题凸显,整个白酒行业的竞争更加激烈。如何去库存、保增长,尤其是抓住经销商成为白酒企业面临的重大挑战。

山西汾酒设立山西、北京、河南、天津四个汾酒自贸区,通过充分授权,强

化过程监督,确保区域的自主性和灵活性,从而更好地服务市场。

此外,公司还成立了电子商务部,对电商渠道进行规范管理,杜绝电商渠道对传统渠道的价格干扰,使其成为传统渠道的有益补充。“电商营销可以是传统营销的补充,但不能冲击目前的营销体系。”李秋喜表示。

## 酒水知识

### 白酒投资收藏 要关注五大要素

- 是度数,只有50度以上的白酒才有收藏价值;
- 是时间,存储时间越久远的藏酒价值越高;
- 是数量,供给的数量有限,现存的数量越少的藏酒,越珍贵,价值越高;
- 是出身,出身名门、历史悠久、专业美誉、诚信清白的藏酒越发可贵;
- 是包装,包装既要体现精致工艺,又要体现酒类传统文化为最佳。

收藏酒品的文化价值是选择时的重中之重。酒文化,特别是中国的酒文化指涉很广,它包括酒的酿造史、饮用史经营史、包装装潢史、广告宣传史、酒器酒具制造史等等。正因为酒产品附有诸多文化内涵,其销售价格并不完全由成本来决定。一些年份酒,纪念酒因为其酒品本身所附着的文化背景成为是收藏的首选。部分高端白酒因其丰富的人文价值和深厚的文化积淀,成为身份和地位的象征。

另外,也要重点关注收藏酒品的时间价值。酒品收藏的本质——通过陈藏手段,选取具有陈藏能力的极优质酒品,利用越陈酒越香的原理,从而获得最优质酒品的稀缺资源。其稀缺性随时间的推移,愈发珍贵,从而获得其价值的增长。收藏酒是不会赔钱贬值的,只要以出品年正常售价购入,随着时间的推移,只会增值,不会贬值,只是增值的幅度不同罢了。初期每年的增值幅度大约十几个百分点,时间越长,每年的增值幅度越大。所以酒品收藏是一个极好的投资项目。

### 科学饮酒 把酒精危害降到最低

成年男性每天饮酒,以不超过酒精20克度;女性以不超过10克为度。我们国家的标准是每天饮酒以酒精计算不超过15克为度。为避免酒与酒精间折算麻烦,大致掌握在:每天白酒不超过一两、红酒不超过二两,啤酒不超过一斤即可。

健康饮酒方式是指如需饮酒应限量,须科学、安全、健康饮用,在适当的场合以适当的方式少量或适量饮用低度酒,在任何不适宜的情况下都避免饮酒,从而使酒精危害降到最低。

(1)少量慢饮:切忌逞强好胜、饮得过猛过快,忌边饮酒边吸烟,这样会加重对身体的损害。在饮酒之前吃些食物或饮酒时有瘦肉、豆类、蛋类、牛奶等富含蛋白质的食物以及新鲜蔬菜同时摄入,以延缓酒精的吸收,保护胃粘膜。

(2)保持心舒畅:对饮酒者而言,精神状态也很重要,在身体条件、精神状况良好时人体对酒精的分解能力相对较强。因此,心情舒畅、愉悦,有值得庆祝之事时,可饮用少量或适量的酒;心情烦躁、郁闷、孤独时最好不要饮酒。

(3)四不宜:一是女性比男性更易受到酒精的影响,且女性多有乙醛脱氢酶缺陷,故应尽量少喝酒。二是有病时应当禁酒或遵医嘱,以避免加重疾病或增加新的疾病,服用药物时应当禁酒或遵医嘱。三是肥胖人群身体疾病隐患较大,加之酒精产生热量较高,会进一步促进体重增加,不利于健康,故不宜饮酒。四是有酒精过敏的人群也不宜饮酒。