七步带酒商走出资金困境

行业调整期,经销商的现金流问题愈加凸显,很多经销商都反映今年生意难做,成本和费用不断增加,业绩却没有提升,手中的现金流越来越少。现金流直接关系到经营风险的大小,当现金流入大于流出时,现金流为正,一般来说对公司发展有利;反之为负,则表明公司业绩低迷,存在较大的经营风险。经销商大都面临资金短缺,现金流少的问题,有什么方法可以解决这个问题呢?

第一、调整产品结构,做好产品组合,保持资金良性周转。

在经营过程中,产品组合的好坏往往能决定一个公司的盈利水平。经销商在产品组合上要充分考虑各产品的盈利能力和周转速度。盈利能力强,销量大的产品要努力保持;盈利能力弱,销量大的产品要选择性培养;盈利能力强,销量小的产品要重点培育;盈利能力和销量都不行的产品要果断放弃。一般来说,为了保证现金流,最好选择盈利快、周转周期较短的产品,这样才能使公司的现金流平稳。此外,在行业调整期,经销商更要守住手中的现金流,不要盲目投入,以免陷入现金流不足、短期偿债能力不足的被动局面。面对今年行业形势,建议经销商适当增加中低档价位、品牌力较强的产品,暂时放弃成本高、盈利周期长的产品。

第二、创新营销方式,向客户要现金流入。

增加现金流,最直接的办法就是把仓库的货物换成现金。首先经销商可以通过创新营销手段,比如通过策划新的促销活动,吸引分销商提前打款。其次,经销商可以通过一些手段给分销商压货。值得注意的是,给分销商压货的方法虽然直接,但操作起来很难,要根据自己的号召力、产品品牌力、市场对产品的接受度等因素而定。

第三、提高回收应收账款的能力,尽量加快资金的周转速度。

在日常经营中,很多经销商都遇到了应收账款回收难的问题,这占据了公司大部分现金流。其实,很多时候,应收账款之所以难收还在于经销商自己,比如回款期定的太长,没有准确把握回款的信用期,催促不及时,对应收账款作用认识不清楚等等。为了提高回收应收账款的能力,经销商可以做好应收账款回收情况的监督、缩短回款时间、及时催款、做好客情等。

第四、尽可能减少日常开支,降低成本。

一般来说,经销商日常的开支包括各项经营成本、房租、仓储成本、管理成本、税费和财务成本等。在日常的管理中,经销商应该对这些成本费用做合理的规划,减少不必要的开支。

第五、实现规模盈利,赚取大量的现金流。

经销商可以通过规模盈利模式,降低成本,赚取大量的现金流。规模盈利模式是指在企业发展过程中,把扩大市场空间或者经营范围作为竞争手段,以获取利润经营模式。简单的说,就是利用低成本高利润优势,扩大销售区域和深度分销,做细、做强、做大市场,形成规模效应。市场空间扩大,销售额提升之后,利润也就提高了。此外,值得注意的是,规模上去后,管理必须跟上,否则规模越大利润越低。

第六、增加融资手段,创新融资方式,增强融资能力。

融资是资金周转不灵时最快的解决办法。经销商提高融资能力可以有效的提高公司的抗风险能力。融资的方式有很多,一是可以通过借款实现融资,比如民间借贷;二是向银行贷款。尽管近年来,我国实行银根紧缩的政策,但是并不针对酒类流通企业,所以经销商向银行借贷的成功率较高,尤其是向商业银行借贷;三是创新融资方式,比如通过货物抵押换现,与外行合作融资等。

第七、做好现金流量分析,合理分配现金,实现良性现金流。

对经销商而言,时刻面临着市场的各种诱惑,即便是如今的行业调整期也蕴藏着很多机遇,比如中低端产品机遇等。经销在这些诱惑面前,要进一步扩大自己的规模或者进行新的投资都需要大量的现金。如果不分析自己的现金状况和现金回收的周期问题,很容易使企业陷入紧张的境地,更严重地甚至出现资金链断裂,给企业带来致命的打击。因此,经销商要做好现金流量分析,掌握企业的现金状况,为决策提供依据,合理分配,避免盲目扩大生意引起的现金流入减少的问题。通过现金流量分析,就能量力而行,这是从根本上解决现金流入减少的最可靠方法。

乳制品行业再现“杀牛倒奶”

销量下滑现“杀牛倒奶” “价格战”倒逼渠道转型

尽管合生元、贝因美等奶粉巨头业绩出现了不同程度的下滑,但并未影响恒大集团进军奶粉市场的决心。10月27日,恒大集团宣布:新收购的新西兰婴幼儿配方奶粉咔哇熊正式上市。乳业专家王丁棉在接受记者采访时表示,奶粉市场的份额是一定的,恒大的进入只能使行业竞争更加激烈。

值得注意的是,在恒大进入奶粉市场之前,今年已经有众多资本大鳄投资奶粉行业,总投资额已接近280亿元,中小企业生存压力越来越大。与此同时,行业竞争加剧导致奶粉销量下滑,“杀牛倒奶”现象重现。而电商对传统渠道的冲击,也迫使企业不得不面临渠道转型升级。

资本大鳄争抢奶粉市场

今年9月,恒大收购了新西兰咔哇熊乳业。据悉,咔哇熊乳业是新西兰著名的婴幼儿配方乳粉生产企业,其旗下产品咔哇熊品牌也获得了国外婴幼儿配方乳粉生产企业的中国认定、核准和注册。

10月28日,知情人士向本报记者透露,咔哇熊最早是由新西兰的GMP公司贴牌生产,后受中国“乳业新政”影响,品牌持有人将产品转让给GMP公司,随后被恒大收购。此前,咔哇熊曾在中国多个市场推广过,但都处于半死不活的状态,恒大接手后价格比以往国内零售价平均低出10%~25%,期望以低价争夺奶粉市场份额。

事实上,除了恒大外,国内外资本大鳄疯狂进入中国奶业,加速资源集中和市场竞争。其中,马云大手笔出手20亿元加盟伊利,涉足奶牛养殖业和奶业;内蒙古犇腾牧业投入15亿元拿下河北沧州新建存栏规模5万头奶牛养殖示范基地;恒天然宣布将投入18亿元与雅培在华合作开办大型牧场;法国达能以51.53亿港元再次增股蒙牛,成为蒙牛的第二个大股东;区域私募基金泰山投资亚洲控股有限公司向华夏畜牧公司投入3000万美元等。

王丁棉表示,粗略地统计,今年以来国内外资本进入中国乳业的总投资已达280亿元。由此看来,中国奶业的资本时期已经到来。在未来的3~5年内,专业型的大型牧场将会越来越多,这正是迎合了中国政府规模化发展的要求。与此同时,由于资源和市场将越来越高度集中在这些大企业手中,原有的中小型奶牛场和中小乳品加工企业的发展与生存压力也将越来越大。

行业再现“杀牛倒奶”

在资本大鳄纷纷看好奶粉行业前景的同时,奶粉行业发展也面临着前所未有的瓶颈期。贝因美、合生元、达能等多家奶粉企业的业绩纷纷下滑,而恒大的低价进入将使行业竞争更为激烈。

10月27日晚,贝因美发布今年第三季度财务报告显示,上半年营收和净利润的下降趋势依旧,前三季度贝因美营业收入34.41亿元,同比下降25.77%;净利润1.35亿元,同比下降73.15%。

除贝因美外,10月28日,合生元被美银美林金融投资机构评级为“跑输大市”。美银美林表示,合生元在电话会议中指出,将全年收入目标由增长5%至6%下调至持平。而汇丰则发布报告,表示将下调合生元2014年、2015年、2016年盈测13%、29%、39%,认为在线渠道及价格竞争已成为合生元的结构性问题。预料其今明两年核心盈利分别跌31%及4%。

法国达能集团2014年上半年财报显示,其以中国为首要市场的婴儿营养品业务(奶粉业务),净销售额增长同比下降6.4%至23.83亿欧元。此外,2014年第二季度奶粉业务销售额下降9.2%,销量降低了7.9%。

王丁棉表示,业绩下滑的背后是进口奶粉大增导致奶价大跌。去年受新西兰恒天然发生了肉毒杆菌事件影响,奶价从4元/公斤一下子就被抬高至5~6元/公斤。而今年农业部的统计显示,7月底的平均奶价已降跌至3.99元/公斤;9月中旬,山东 、河南 、内蒙等地区的奶价已跌至3.4~3.5元/公斤,散户奶价更是跌至2.5元/公斤。

内蒙古、威海已有奶农卖牛、杀牛转行现象发生。9月初,山东济南、泰安、东营等这些地区,日产1吨左右的奶站乳品厂已拒绝收奶。从8月1日起,蒙牛在山东上述地区单方撕毁原收奶合同执行新的收奶价格,每公斤从4.50元降至3.50元,结果引发奶农和奶贩将牛奶拉到蒙牛的工厂门前倒掉,以示抗议。

乳业专家宋亮表示,目前国内奶粉产能过剩,国内外投资奶粉产能超过100万吨,而实际需求大概在60万吨。市场未来竞争加剧,价格进入下行通道,恒大进入只能加剧竞争,但与专业企业相比,恒大也面临着多重挑战。

传统渠道升级迫在眉睫

在原奶价格下降的同时,奶粉价格的竞争使得传统渠道面临新挑战。据了解,传统渠道基本包括三个,一个是传统的批发渠道,这个渠道的利润构成是,一级批发商的利润是奶粉售价的20%~35%,而二级批发商兼零售店的利润基本在15%。第二个渠道是婴童门店的利润在50%。第三个渠道就是KA卖场,包括堆头费、进店费、条码费等,总费用高达50%。

“消费者最终要为高昂的渠道成本买单,价格在这个传统渠道自然就降不下来。不过随着网络渠道的兴起,奶粉价格战使传统销售渠道面临新挑战,渠道转型势在必行。”乳业专家解观胜说。

王丁棉认为,君乐宝一上市就首先开启电商平台,每罐售价只有130元,半年销售额超亿元。电子商务、网上购物将是年轻一代消费者购物的主流方式,传统的消费模式肯定会遇到这一新颖模式的巨大挑战,各企业对此应有清醒和超前的认识,并能做到与时俱进,主动地适应这种市场变化及需求。

恒大内部人士告诉本报记者,下一步恒大的奶粉也将与淘宝展开合作,目前正在接洽中。记者了解到,目前咔哇熊仍然在招商阶段,至今已收到过百家经销意向,未来仍会走传统渠道。

AC尼尔森数据显示,2013年母婴、商超、电商渠道占比分别为42%、32%和22%,预计到2016年占比将分别为40%、23%和37%。而宋亮认为,过去在一二线占据绝对优势的商超今后在奶粉销售地位上会不断弱化;近五年快速发展的母婴渠道也都面临着淘汰和整合。

在政策及新兴电商渠道的影响下,母婴渠道传统商业销售模式及利益分配关系都面临极大挑战,迫使其开始向着真正意义专业化、服务化、连锁化方向发展。电商渠道可能成为未来奶粉销售主要渠道之一,同时择机引入“药店”渠道。而渠道多元化发展,也将有助于推动渠道内及不同渠道间相互竞争,从而降低渠道销售成本。

乳酸菌饮料和酸奶不是一回事
儿童常喝易刺激胃肠

近日,央视的一档节目曝儿童喜爱的乳酸饮料可能对儿童的胃肠功能有刺激作用,会影响儿童的正常食欲。为什么乳酸饮料会刺激儿童肠胃呢?乳酸饮料含有哪些东西?

儿童多喝乳酸饮料无益

乳酸饮料,从配料表就可以看出来,它其实是糖水,第一位是白砂糖,第二位是水,之后加了很多的添加剂,其实简单的说它就是糖水加上添加剂组成的。

有家长发现,一款乳酸饮料静置一段时间后会变成胶膜状,因此家长们特别担心,孩子爱喝的乳酸饮料到底会不会对孩子造成伤害。专家解释,我们所看到的胶膜其实是乳酸饮料在生产过程中加入的增稠剂、乳化剂和防腐剂混合物,这些添加剂作用是用来保证饮品的稳定性。这个胶是食用胶,是酸奶之类的东西必须加的一种添加剂,是一种增稠剂,这个东西本身没有什么坏处,在国家允许的范围之内添加是没有问题的。

但需要注意的是,这些乳酸饮料与纯酸奶不同,不能替代酸奶促进消化的功能。儿童饮用过量的乳酸饮料,对胃肠功能反而有刺激作用,会影响儿童的正常食欲。

乳酸菌饮料和酸奶不是一回事

乳酸菌饮料和酸奶不是一个类别,乳酸菌饮料的主要成分是水,糖和少量的奶,通常人们会将乳酸菌饮料误认为酸奶,这类产品的最大好处就是添加了大量的活乳酸菌,通常产品包装上会标注活菌的数量,研究证明,摄入10的8次方的活性菌甚至更多,才能起到明显的效果,乳酸菌的价值在于活菌的数量,所以在运输过程中必须冷藏保存,避免活菌数量下降,而在常温下销售的乳酸菌饮料就没必要饮用了。

奶制品中富含色氨酸 有助于调节神经助睡眠

乳品中富含的色氨酸在体内可转化为一种叫做“血清素”的物质,血清素能作用神经,使人感到安宁和放松,促进情绪的稳定,帮助控制人体的愤怒感和攻击性,增强注意力和记忆力。

大家熟知,乳制品是补钙首选,而谈到钙就联想到骨骼健康。人体中的钙绝大多数处于骨骼和牙齿中,但还有1%左右以游离状态存在,数量虽少却有着重要的生理功能。这其中之一便是抑制脑神经兴奋异常,钙充足时人即使遇到较强的精神刺激也能泰然处之,如果缺钙可出现血压升高、精神紧张、烦躁易怒。

除了钙的作用,乳品中富含的色氨酸在体内可转化为一种叫做“血清素”的物质,血清素能作用神经,使人感到安宁和放松,促进情绪的稳定,帮助控制人体的愤怒感和攻击性,增强注意力和记忆力。因此,如果人体内的血清素充足,就容易做到“每临大事有静气”。同时,色氨酸和血清素能促进“睡眠因子”褪黑激素的合成,从而有利于提高睡眠质量。奶品有镇静安眠的作用,人们传说的喝牛奶有助于睡眠,其道理就在此。