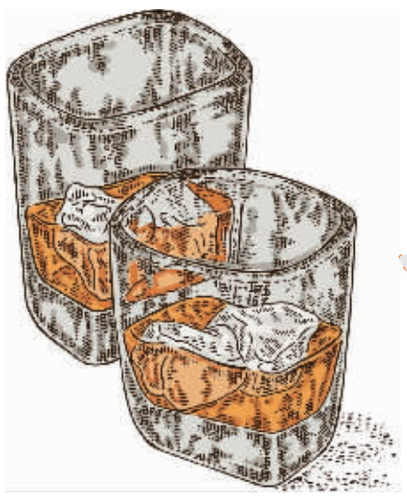
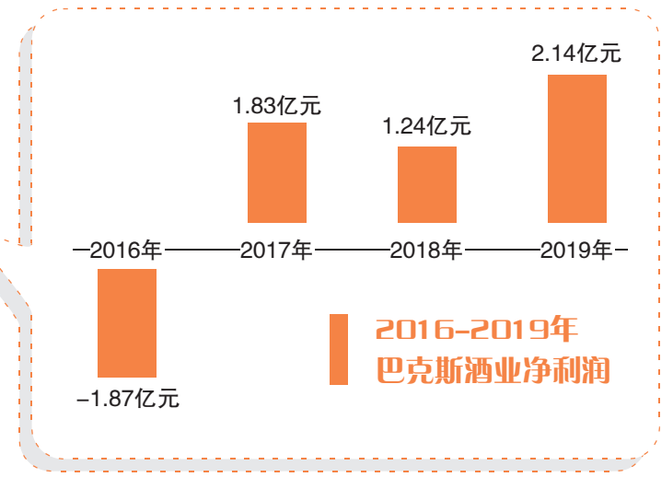
主管总编辑助理 吴文治 主编 刘一博 美编 贾丛丛 责校 刘凯晶 E-mail：hjzk2015@126.com

布局威士忌 百润股份另辟蹊径

近年来，众多国内酒企纷纷加码威士忌行业，其中不仅包括洋河股份、泸州老窖、青岛啤酒等国内酒企，还有诸如保乐力加、帝亚吉欧等国际知名烈酒品牌。近日，以鸡尾酒为主营业务的百润股份也通过非公开发行股票的方式进军威士忌，并在四川省投建威士忌陈酿熟成项目。这一举动在行业内颇有一丝跟风的意味。对此，有业内人士指出，近年来多家企业加码威士忌，因此在此时间节点上进入则会受到众多企业的挤压。另外，不得不提的是，中国威士忌起步较晚，要实现与国际威士忌的“平起平坐”，并非朝夕之功。





押宝威士忌

在众多企业涉足威士忌时，百润股份也逐步开启威士忌之旅。5月初，百润股份发布了2020年度非公开发行股票预案，募集资金总额不超过10.06亿元，扣除发行费用后将全额用于烈酒（威士忌）陈酿熟成项目。

根据资料显示，该项目总投资约为11.74亿元，其中建设投资约为10.12亿元，铺底流动资金约为1.57亿元；项目实施主体则是百润股份下属全资子公司巴克斯酒业（成都）有限公司（以下简称“巴克斯酒业”），项目实施地点拟在四川省邛崃市实施，项目建设周期共计24个月，预计实现3.4万吨威士忌原酒（酒精度为70%）的储藏能力。

对此，百润股份方面表示，通过烈酒（威士忌）陈酿熟成项目的实施，可有效满足自产威士忌基酒的陈酿需求，可充分保障公司威士忌基酒品质和供应的稳定性，还可有效降低威士忌基酒成本、进一步提升公司在预调鸡尾酒市场的竞争优势。

值得注意的是，百润股份有意涉足威士忌行业此前已早见端倪。根据公开资料显示，2019年7月，中集安瑞科旗下南通中集安瑞科食品装备有限公司与巴克斯酒业达成协议，签订价值约2亿元的伏特加及威士忌酿造设备总包合同。在该项目内，便涉及在成都邛崃新建约15万平方米威士忌和伏特加工厂，由巴克斯实施，建成后将成为国内最大的威士忌及伏特加生产厂，预计2020年底完工并进行调试，2021年3月全部投入生产。建成后，该项目将成为国内首个工业规模的蒸馏酒项目，也是目前国内最大的威士忌及伏特加生产厂。

此后，今年3月底，百润股份董事会审议通过《关于全资子公司拟签署“烈酒生产基地升级项目投资协议书”的议案》，同意全资子公司上海巴克斯酒业有限公司与邛崃市人民政府签署《烈酒生产基地升级项目投资协议书》，在邛崃市“成都绿色食品产业功能区”建设烈酒生产基地升级项目。

对此，有业内人士指出，此次押宝威士忌行业从一定程度上而言，存在跟风的意味在其中。

增长乏力

缘何促使百润股份押宝威士忌行业？究其原因，主要是受到主营业务预调鸡尾酒主业增长乏力的内部因素，加之整体威士忌向好的外部因素双重作用。

根据相关数据显示，2019年百润股份预调鸡尾酒板块主营业务收入占比87.61%。其中，预调鸡尾酒实现主营业务收入12.79亿元，同比增长22.42%，实现净利润2.14亿元，同比增长124.67%。尽管业绩突增，但有业内人士指出，事实上，目前看似优异的业绩背后，却与节流有一定关系。对于RIO而言，品牌缺乏生长力，加之规模以及效益高点已经过去。纵观近年来企业整体发展，目前净利润相较于此前刚收购时，仍下滑较多。

北京商报记者翻阅资料发现，2014年，锐澳预调鸡尾酒被百润股份以50亿元的价格收购后，业绩长期不温不火，并出现大幅度波动。根据公开数据显示，2016-2018年，巴克斯酒业实现净利分别为-1.87亿元、1.83亿元、1.24亿元。对此，有业内人士认为，近年来预调酒品牌呈现下滑趋势，从整体来看，行业扩容的红利并没有太大。

除企业主业增长乏力的内部原因外，百润股份决定涉足威士忌还有一大重要外因，即威士忌大环境整体向好，且未来发展空间较大。

据中国食品土畜进出口商会酒类进出口商分会发布的《2019年全年酒类进口数据》显示，2019年1-12月，进口酒类市场继续下行，受春节因素影响，量额跌幅较2019年前11个月略收窄。全年进口量15.9亿升，进口额50.1亿美元，同比分别下降40.1%和13.3%。然而在这样的大背景之下，进口烈酒却有较为强劲的表现，根据数据显示，烈酒进口量1.1亿升，同比增长32%；进口额16亿美元，同比增长13.4%，统计在内的各烈酒酒种全部实现量额齐增。其中，威士忌实现进口量2155万升，进口额2.1亿美元，量额增速也小幅提升。对此，中国酒业协会副理事长王琦表示，中国已成为全球最大烈酒消费国，市场前景广阔。未来五年，中国的烈酒消费市场将以两位数的速度进行增长。

另外，尼尔森提供的全国现代商超渠道的酒类数据报告中指出，威士忌的销售额和销售量分别比2018年同期增长12.7%和13.9%，远远高于白酒、啤酒、葡萄酒、白兰地四大品类。对此，帝亚吉欧副董事长朱镇豪在接受北京商报记者采访时表示，虽然中国市场主要是以白酒为主，但是相信未来威士忌会不断成长，并超过干邑白兰地等烈酒。其实，目前众多企业纷纷发力威士忌领域，这对于行业的整体发展也是非常好的，共同将威士忌做大。

难言坦途

尽管目前来看，威士忌市场整体发展前景空间较大，但对于百润股份来说前路也难言坦途。

据北京商报记者了解，百润股份在公告中称，公司烈酒项目含建设期的静态投资回收期（税后）为10.48年。对此，有业内人士指出，较长的时间成本也将会影响企业的收益与回报。加之，国内威士忌起步较晚，要实现与国际威士忌的“平起平坐”，并非易事。

另外，威士忌主要依靠老酒提高产品质量，因此若要保证威士忌产品能够畅销，没有老酒储备则会举步维艰。

根据相关资料显示，威士忌产区主要为苏格兰、爱尔兰和日本等国家，因此百润股份的威士忌基酒从一定程度上将通过外购结局。在此过程中，受到国际市场威士忌供给不稳定、贸易壁垒等因素的影响，外购威士忌面临供应短缺、原材料价格波动等风险，也使得企业较易受到外界因素影响，导致成本出现不同程度波动。

除时间成本、基酒成本外，百润股份也会受到其他威士忌品牌的挤压。长期以来，国内威士忌主战场位于东南沿海地区，主要包括汕头、潮汕、广州、香港等，是威士忌的销售市场，但是始终没能盘活包括四川、贵州、重庆在内的内陆市场。加之保乐力加此前在成都建厂，也将会进一步挤压国内威士忌品牌发展。

然而，也有观点认为，在此时间节点上百润股份布局威士忌具有一定前瞻性。对此，中国食品产业分析师朱丹蓬指出，从未来新生代布局来看，威士忌是十年后的风口品类。百润股份依托品牌、渠道以及整个行业的话语权，布局威士忌行业也较为符合市场发展的趋势以及刚需。另外，关于基酒方面，尽管威士忌行业对于基酒要求较高，但是百润股份可以通过设备和团队解决，因此对于企业而言并不构成大问题。

北京商报记者 刘一博 冯若男

国产葡萄酒频现借贷纠纷

国产葡萄酒的借贷纠纷，究其根本源于销量问题。近日，宁夏原歌酒庄发布公告称，根据《全国中小股份转让系统业务规定（试行）》，全国中小企业股份转让系统有限责任公司决定同意原歌酒庄的股票终止挂牌。值得关注的是，原歌酒庄于2017年先后陷入两笔借贷纠纷，涉诉金额累计840万元。而威龙股份、中葡股份也曾先后陷入多笔金融借贷的困局，致使相关资金被冻结。目前，在进口葡萄酒的冲击下，中国葡萄酒行业处于深度调整期，导致国产葡萄酒从销量到体量一度萎缩。在业内看来，葡萄酒企业借贷纠纷的背后，是资金亏空的表现，所谓“销量好”也只是表面光鲜，大部分产品是用来抵偿贷款而并未进入市场渠道。

现金流吃紧

据原歌酒庄披露的公告显示，原歌酒庄于2017年先后陷入两笔借贷纠纷，涉诉累计金额840万元，而公司也因出具了股东大会决议承诺承担连带清偿责任。随后，原歌酒庄控股股东、实际控制人田生良持有的1180万股股份被司法冻结，酒庄的公司宿舍、办公用房、生活用房、1号库房、酒窖也均被查封。值得关注的是，被冻结的1180万股股份占据公司总股本的35.15%。

在业内人士看来，新三板的门槛很低，大多数公司都可以上，但并非上市就可以圈钱。原歌酒庄缺乏运营，资产规模也很小，并非宁夏的代表性酒庄。做酒庄是需要长期投入，短期内没法变现，自身造血能力亦无法解决此问题。

不过，“借贷纠纷”在葡萄酒企中并不罕见。去年9月，威龙股份实控人、控股股东王珍海因涉及多笔金融借款及民间借贷纠纷，所持上市公司股份被全部冻结。同时，王珍海又因违规担保金额达2.5亿元，导致威龙股份股票被实施其他风险警示，2019年收入大幅下滑，其他融资渠道受限，导致部分贷款逾期。此外，中葡控股股东国安集团及其一致行动人所持股份，在去年历经20轮冻结及轮候冻结，而主要原因同为金融借款合同纠纷。

资深葡萄酒从业人士李欣新告诉北京商报记者，葡萄酒企业为了获得现金流，通过股权质押等方式进行借贷，到期难以偿还或被冻结。同时，国产葡萄酒的销量并非看上去的光鲜，部分葡萄酒企的产品并未进入市场流通，大多用来抵押债款，而这会形成很大的经营隐患。

经营负重

原本存在感极低的宁夏原歌酒庄，尚困于业绩低谷中，再因债务被查封酒窖而陷入经营低洼。根据原歌酒庄发布的公告显示，2019年上半年公司营业收入为108.69万元，同比下滑11.61%；归属于挂牌公司股东的净利润为-198.49万元，处于亏损状态，且亏损金额高于营业额。

在市场上，原歌酒庄的身影也鲜少出现。北京商报记者走访北京多家商超发现，葡萄酒区多为常见的长城、张裕等葡萄酒，并未有来自原歌酒庄的产品。此外，北京商报记者通过天猫、京东等平台搜索，也并未发现该酒企的产品。

而原歌酒庄在经销商的印象中，也多为“缺乏运营，贷款多”等评价。一位葡萄酒经销商透露，原歌酒庄的市场活跃度不是很高，少有市场推广，跟酒商的关系也不密切。而且原歌酒庄融资和贷款比较多，品牌营销能力薄弱，业绩也一直处于亏损状态，因此酒企也不会选择其产品。

性价比之困

中国酒业协会数据显示，国产葡萄酒行业经过2001-2012年的加速发展阶段后，自2013年进入调整期。2014年、2015年短暂回暖后，2016年起再次出现产量、销售额、利润等指标三连跌。历经2019年的深度调整，葡萄酒企的业绩仍难见起色。

北京商报记者翻阅多家葡萄酒企财报数据发现，在12家上市挂牌葡萄酒企中，有6家出现亏损、6家净利润下降、8家营收下滑，亏损面达到50%。其中，王朝酒业亏损最高，达到7294.3万港元，通葡股份、威龙股份以3131.47万元和2586.51万元的亏损紧随其后。

李欣新坦言，国产葡萄酒长期在低价位段竞争，但伴随市场上葡萄酒的增多，消费者的品鉴和消费观念逐渐成熟，国产葡萄酒的“价格牌”难以令消费者买账。由于葡萄酒是舶来品，且文化根植于欧洲，进口葡萄酒在文化上已经占得先机。同时，进口葡萄酒性价比远高于国产葡萄酒。

李欣新进一步强调，相较于进口葡萄酒，国产葡萄酒竞争力难以抗衡，一方面来自于品质，另一方面来自于市场布局规划。高品质的葡萄酒需要长期培植和酿造，“心急吃不了热豆腐”，借贷的现金流只能救急，并不能从根本上解决企业的流转问题，只有真正的销量才能带来健康的现金流，当销量难以提升，企业资金流不能形成闭环，依靠债务支撑运营风险很高。

北京商报记者 刘一博 魏茹

市场回暖 白酒淡季逆势涨价

北京商报讯（记者 刘一博 魏茹）5月中旬初到，白酒行业已有4家企业涨价。近日，记者从经销商处获悉，西凤酒绿瓶盒装产品将在5月15日将终端价格上调至78元/瓶。同时，西凤酒绿瓶系列的出厂价将上调20%以上，终端供货价同步上调25%-30%，终端零售价也将相应上调。此外，西凤酒多款自营产品也将实施调价。

针对此次调价，西凤酒营销管理公司策略部部长欧晓峰表示，由于价格亲民，绿瓶系列终端零售价维持在50元/瓶左右，是西凤全国市场基数最大的产品。同时，作为西凤酒厂唯一自带流量的产品，“老绿瓶”的销售一直不错。出于战略层面的考虑，西凤对“老绿瓶”进行了适度提价。

值得关注的是，这已是步入5月来白酒企业的第四波涨价。据悉，酒鬼酒公司为铺垫新品，于5月5日宣布上调52度500ml红坛酒鬼酒高度柔和”战略价格，调整幅度为30元/瓶。而天猫酒鬼官方旗舰店活动售价548元/瓶，原价标注为588元/瓶，按原价此次调价幅度约为5%。5月6日，经销商透露玻粉终端价格将作调整，上调幅度为4%-6%。其中，42度玻粉终端价为49元，上调2元；53度玻粉终端价为58元，上调3元。5月12日，西凤酒与金沙酒均大幅调动产品价格，西凤上调多款自营产品价格，绿瓶系列终端供货价上调高达25%-30%。金沙酒业也在经销商渠道对部分产品陆续完成涨价，目前北京地区价格调整已经完成，摘要酒等中高端产品涨价约100-200元，上调幅度约20%。

目前，疫情并未完全解除，消费市场还在恢复期，进入淡季的白酒市场库存问题依然存在。据中国酒业协会数据显示，2020年1-2月，白酒销售收入887.2亿元，同比下降11.68%；利润241.7亿元，同比下降8.84%。疫情冲击之下，一季度销售大面积下滑。

但在中国食品产业分析师朱丹蓬看来，目前消费需求并未完全释放，白酒企业选择在淡季涨价会降低消费者的敏感性，在市场形成一定过渡期，来迎接旺季的销售准备。

同时，北京商报记者对比发现，多款调价产品均为“销量之星”。根据各酒企天猫店铺销量显示，西凤55度绿瓶位列西凤官方旗舰店销量榜首，月销量达399笔；45度绿瓶月销量达205笔。金沙摘要酒在金沙官方旗舰店销量也十分可观，月销量达111笔。

酒水行业研究者欧阳千里告诉北京商报记者，目前白酒消费减少，但是必要消费还在，酒企通过大单品的提价来保证营收。对于忠诚度高的消费者，小幅度提升影响不大。