

利润大跌60% 内部重组谋自救

澳红酒巨头富邑的生死劫

富邑经历了中国、美国市场销售下滑、关闭在澳酒厂以及被财团收购等一系列事件。去年岁末又被曝出计划削减旗下约占集团总品牌1/4的25个葡萄酒品牌。

据悉,富邑去年上半财年获得利润4260万澳元,较上财年同期的1.062亿澳元税后净利润下跌了60%。即使近期富邑推出促销重组亚洲市场等举措力图扭亏为盈,但收效甚微。

业绩持续下滑亏损过亿

北京商报记者获悉,去年上半年在澳大利亚本土市场和新西兰市场,富邑集团收入同比下降30%,美国市场下降了46%。

据了解，富邑集团去年上半年在亚洲市场的葡萄酒销量降低18%、收益下降63%，跌至490万澳元。富邑去年下半年发布的财报显示，富邑集团巨亏1亿澳元。其实，从2013年起富邑集团业绩就开始下滑，2013年富邑集团净利润较2012年同期下降53%，从8990万澳元跌至4230澳元；2013年富邑年度财政净亏损达1.009亿澳元。

业内人士认为,富邑方面早已开始断臂谋求自救。富邑葡萄酒集团CEO克拉克在去年年度股东大会上宣布,富邑计划将旗下的25个品牌下架,或寻找第三方开展合作,以企业合资的形式继续经营。克拉克也曾公开向媒体表示,富邑拥有葡萄酒品牌80个,将要削减25个盈利状况不理想的品牌。

业内知情人士透露,2013年底,富邑葡萄酒集团在美国和中国市场遭遇低谷,被许多投资财团列为收购对象。2013年富邑葡萄酒集团在美国市场亏损严重,但在欧洲、中东、非洲以及澳大利亚本土市场的利润却在增长。这要归功于富邑在这些地区将不盈利的产品撤出,虽然葡萄酒销售额比同期下降,但其利润却上涨了1160万澳元,涨幅263%。

内部品牌严重同质化

葡萄酒业内人士爆料称,富邑对美国市场的过度乐观导致了其葡萄酒库存过度膨胀。为减少库存损失,富邑集团花费了1.543亿澳元,其中包括销毁了价值3500万澳元的葡萄酒。

北京商报记者调查发现,富邑集团在全球拥有贝灵哲、奔富、玫瑰山庄、禾富等近百个品牌,但其中部分品牌从价位、品质等都存在严重的同质化。

业内人士表示，富邑集团缺乏完善的分销体系和运营体系，运营管理效率不高。

在全球葡萄酒市场普遍不景气的背景下,经过这些年的发展,富邑集团遇到了品牌推广、与经销商业关系处理、整体资金运营、仓储库存管理以及同等级品牌过多等问题,从削减品牌到寻求第三方合作,无非都是在优化组合企业管理。同时,富邑通过削减品牌、整合经销商,对同质化严重、良莠不齐的经销商进行梳理。

开展促销重组架构求扭亏

尽管去年上半年利润下跌,但富邑上半年的净销售收入攀升6.2%达到8.827亿港元。

近日，富邑集团推出一系列措施，借此提升富邑集团的销售业绩，以扭转市场颓势。为此，富邑集团提前发布了包括奔富、葛兰许在内的众多高端葡萄酒品牌。此外，富邑集团还在全球开展了葡萄酒促销活动，只要顾客任意购买6瓶富邑集团高端葡萄酒就可以用折扣价购买葡萄酒酒柜。

克拉克表示,2015年是至关重要的“重组年”,他对此持乐观态度。尽管面临的困难很多,但只要市场好转,富邑便能走出困境。公司将重组品牌架构,重新优化其葡萄酒在亚洲市场的分配,从而实现品牌利润最大化。尽管富邑集团的业绩从2013年起就开始下滑,但目前税前收益和销售数据显示公司亏损局面已经开始扭转。

富邑葡萄酒集团相关负责人表示,尽管中国市场的低迷影响了富邑在亚洲市场的销售,尤其是高端葡萄酒的消费。但富邑仍旧坚信在亚洲其他市场会出现持续增长,因为富邑方面将重新优化其葡萄酒在亚洲市场的分配,从而实现品牌利润最大化。

葡萄酒专家表示,富邑一年多来不断推出新举措进行品牌建设与市场开发,同时也在寻找新的融资。尽管克拉克上任后缩减成本,提升集团销售体系,但是澳大利亚葡萄酒过剩的问题仍旧在短期内无法得到很好解决。

北京商报记者 丛晓燕

[illegible]