

· 在酒言酒 ·

深度调整仍将持续

四川沱牌舍得集团有限公司
副董事长李军民

白酒行业经历了近三年的深度调整期,2013年恐慌,2014年转型,2015年不少酒企停产甚至出现了退市,或者是扎堆IPO寻找资本支持。然而我们也要看到行业的希望,依靠“互联网+”来推动白酒行业的渠道扁平化,并实现由渠道驱动转变为消费者驱动,能够使行业焕发新活力。与此同时,

酒企通过混改能够发现新的机制和动力,形成新的利益共同体抱团取暖。除此之外,新三板、IPO以及各种资本市场的探索、寻找获得更多的资金支持,白酒行业已经从集体下滑到业绩小规模回升,再到较大范围的上漲,现在已经呈现出底部向上发展的趋势。

白酒行业需要多一些耐心和信心,多一些创新,使调整的底部夯实,这样对行业更健康的发展有更多期许。比如沱牌舍得混改完成,与天洋控股顺利牵手,沱牌舍得的体制机制将会有很大的转变,这也为企业进一步稳定发展打好基础。

酒业当下需转变升级

中国酒业协会
秘书长宋书玉

去年白酒行业已经适应了新的市场消费形势,一些白酒企业的业绩取得了恢复性增长,扭转了之前的下滑表现,并且补足了酒业的价值链条。按照现在的趋势来看,行业调整的成果在今年将得到进一步显现,白酒行业将以新的姿态迎接未来的发展。

去年初,我们便提出过酒业已经逐步转入平稳发展,这也意味着酒业发展的动力进行了转变,外部的经济增长对白酒行业的拉动力逐渐减弱,与此同时科技、公益和文化等酒业内生动力的增长,对于酒业的发展更具决定性意义。

如此一来,此前两年里酒类行业的调整,是为了解决问题、化解矛盾,在今年,酒业的调整将主要在于建设性的动力升级,以便为未来开拓更广阔的空间。随着酒业深度调整的持续,只有顺应发展趋势,贴近消费者的需求,才能获得新的发展空间。这不是酒业进行价格调整、产品创新以及营销变革能实现的,更是从本质上重塑,才能使酒业进入良性循环的通道。

年轻消费群体有待酒企深挖

重庆江小白酒业有限公司
董事长陶石泉

很多人对于白酒的固定印象是上了年纪的人在喝。江小白在做的是希望探讨一种可能性,在原有的行业里用新方法去做事情。事实上,很多人认为,年轻人都不喝白酒,但是我觉得一部分消费群体会对中国传统的产品感兴趣,我们要做的就是使这部分群体为我们转身,比如凉茶是很传统的

产品,但是通过时尚化的品牌运作,重新市场培育,年轻人已经接受了这样的产品。所以我们将目标消费群体锁定在年轻人,主要针对休闲类的餐饮市场,集中做小包装的酒水产品。另外,为了和目标消费群体更为匹配,我们的产品宣传,是一种“去阶层”的方式,主张“我是江小白,生活很简单”,彰显当代年轻人的精神主张。

全球有1.6万亿美元的蒸馏酒市场,目前中国的企业只占了5%。如果尽早培育年轻消费群体,通过国际化、时尚化的操作,这个市场还有很大的培育空间。

北京商报综合报道

酒圈之约

歌德盈香董事长刘晓伟:

酒业渠道应学会借力发展

随着酒业渠道一轮又一轮的并购,国内酒业渠道O2O竞争日渐加剧,一向专注于老酒收藏、拍卖的歌德盈香在去年完成了对也买酒和酒老板的收购,以求可以借此打通线上、线下渠道,从而加快布局O2O。据了解,歌德盈香已经与郑州、武汉等7个省市共11家酒类经销商建立合作,歌德盈香董事长刘晓伟表示,通过与各地经销商合作捆绑双方利益,能够借助对方当地资源快速推进线下渠道建设,从而突破酒业渠道在地方市场的限制。

资本介入加速渠道整合

北京商报:据了解,从去年底至今,短短三四个月的时间,歌德盈香与7个省市共11家酒类经销商合作推进线下门店建设,为何在酒行业处于深度调整期的当下,进行如此快速布局?

刘晓伟:歌德盈香希望可以借助酒水大商地域、产品、渠道优势,快速实现线下门店布局。虽然从节奏上看速度较快,因为线下店需要经历前期投资和培育期,所以快速开店势必会占用大量资金。然而,歌德盈香选择与地方优势渠道商合作,可以在资金、培育期等方面节约成本。从这个角度分析就不难理解,为何歌德盈香可以如此快速布局线下全国市场。成都作为西南的重点酒水市场,是公司在全国线下门店布局的开端,今年,公司会逐步在各地寻找合作伙伴。待全国布局完成后,未来将也买酒为入口,开通电话订单、手机App订单等形式,线下门店配送。

北京商报:歌德盈香通过与大商成立合资公司的方式布局线下门店,那么将如何解决线上和线下利益割裂的问题?

刘晓伟:公司与各地经销商成立合资公司,并占据控股地位,未来公司的销售收入将按股权进行分配。线上线下打通后,也买酒的线上订单将依据就近原则分配给实体门店,由门店限时配送。利用也买酒的优势,为线下门店提供支持,并保证线上线下商品价格相同,避免线上线下利益割裂。此外,歌德盈香与门

店建立合同供货体系,利益分配机制透明。

捆绑区域经销商缩降投资风险

北京商报:现在酒业并购整合不断,进入了大鱼吃小鱼的时代,您如何看待行业频发的并购?

刘晓伟:资本是有效的资源整合手段,我们认为并购其实是合作,共同开拓酒类流通市场,实现移动互联网时代酒水流通体系的共建、共享与共赢。近两年是酒类O2O发展的关键时期,预计今年也将持续进入并购高发期。传统酒类流通变革与整合已经成为行业热点,传统酒水经销商、零售商等也积极参与其中,一个全新的市场形态已经到来。

北京商报:经过3-5年的整合,您认为酒业渠道会呈现怎样的情况?

刘晓伟:酒类O2O代表了酒类流通未来发展趋势,其根本是要改变层层加价的单向流通,实现酒水的直采直供,树立消费者的中心位置。国内的酒水流通领域长期以来高度分散,现在已经进入深度变革期。通过并购等合作形式,加速推动了酒类O2O进程。

我认为,经过3-5年的整合,酒类流通市场一定会呈现出全新生态。通过并购重组、优胜劣汰,提升行业集中度,行业就会出现抢占市场先机的龙头企业。我们希望通过竞争带来行业的革故鼎新,提升消费者的体验满意度,这才是企业生存的根本。

酒类流通领域迎合作共赢

北京商报:在选择并购对象时,

歌德盈香将主要考量哪些方面?

刘晓伟:歌德盈香考虑的合作对象在酒类流通领域具有竞争力,能够与公司的现有业务形成互利互补,双方合作实现1+1>2。在渠道方面主要是选择有实力的区域大商,他们在区域市场深耕细作多年,拥有丰富的酒水流通运营经验和渠道优势、产品等资源优势。

北京商报:歌德盈香去年收购了也买酒和酒老板,分别补足了企业的线上和线下短板,但这毕竟曾是两家不同的企业,歌德盈香在两家企业融合方面是否遇到困难?

刘晓伟:酒老板有非常丰富的线下门店运营经验,在也买酒O2O渠道建设中,门店布局非常关键,比如选址、产品配置、运营管理等。歌德盈香通过也买酒的线上数据与线下门店数据相结合,对产品体系分析更为清晰,还能提升并完善门店服务标准,这些都对也买酒O2O渠道发挥了重要作用。

北京商报:您如何看待现在的老酒收藏市场?

刘晓伟:老酒收藏是一个细分领域,面向特定人群,目前歌德盈香的老酒业务仍然稳中有升。除了既有的老酒回收、贸易、拍卖、寄卖以及酒基金、酒电商、老酒行等业务形式,歌德盈香还与四川联合酒类交易所达成战略合作,多只老酒产品在酒交所挂牌交易。“炒股不如炒老酒”成为很多老酒投资人的选择,今后,“老酒+互联网”会越来越受投资市场关注。

北京商报记者 刘一博 朱欣悦

重组泡汤 皇台酒业命悬一线

北京商报讯(记者 刘一博 朱欣悦)3月14日晚间,皇台酒业发布了终止筹划重大资产重组事项暨公司证券复牌公告,这也意味着,公司收购北京飞流九天科技有限公司(以下简称“飞流九天”)的计划流产。

对于终止原因,皇台酒业在公告中表示,公司会同相关方进行了多次协商,就关键合作条款进行讨论和沟通,在经过多轮沟通之后仍未能就核心条款达成一致。

据了解,在此期间,皇台酒业曾发布公告称拟以公司发行股份购买资产并配套融资的方式进行重大资产重组,与北京网秦天下科技有限公司(以下简称“网秦科技”)、北京金信

融达投资管理有限公司,就收购标的公司飞流九天100%股权进行筹划。

资料显示,飞流九天是国内iOS移动游戏发行商及营运商之一,已代理发行了《攻城掠地》、《龙骑战歌》、《战地坦克》等多款手机游戏,网秦科技是其控股方。据了解,飞流九天近年不断寻求上市,之前曾计划借壳野马国际在香港上市流产。2015年8月,网秦科技宣布达成一份框架协议,其内容显示,网秦科技与北京金兴荣达投资集团、清华控股和一家独立第三方公司达成合法的正式协议框架,出售其飞流九天的所有股份,价格不低于40亿元人民币。

北京商报记者了解到,皇台酒

业近年陷入内忧外患。内部股权结构频繁变动引发了接二连三的债务诉讼,而外部纠纷也一直不断。1月4日,皇台酒业刚刚摆平了一桩债务纠纷,由全资子公司甘肃日新皇台和经销商兰州商凯偿还近500万元。1月15日便再次发布公告称,陷入建设用地使用权转让合同纠纷。值得注意的是,皇台酒业2015年全年净利润仅为650万元,很难补足债务诉讼带来的财务危机,不排除会有停牌退市的风险。

业内人士指出,皇台酒业早有意卖壳,之前就曾与浏阳河酒业联姻失败。此次继飞流九天之后,很可能再次寻求卖身以解除眼前困境。