

酒业观察

在刚刚结束的成都春季糖酒会上,北京本报记者发现,许多白酒蜂拥进入健康酒领域。五粮液推出“贵泓国养酒”、泸州老窖推出“泸州绿豆大曲”、洋河则推出“双沟莜清”。这些产品均以滋补或具备某种功效而被称为健康酒。然而,记者在现场调查发现,泸州老窖出品的“泸州绿豆大曲”并没有渠道蓝帽标识。这让业内人士对于白酒企业扎堆健康酒仅仅是造概念的理论愈演愈烈。

才别鸡尾酒 又推健康酒

白酒大佬扎堆“健康酒”

北京商报记者在全国春季糖酒会上发现,与去年白酒企业扎堆做预调鸡尾酒如出一辙,今年众多白酒大佬集体瞄准健康酒发力。据悉,五粮液推出贵泓国养健康酒、泸州老窖推出绿豆大曲保健酒,洋河也不甘示弱宣布将推出健康白酒“双沟莜清”。

据悉,五粮液贵泓国养酒共推出五款产品,50-150元之间的定价锁定了大众消费区间。无独有偶,泸州老窖公司推出的产品定价也是在100-200元之间的中档酒。

宜宾贵泓酒业有限公司董事长李明聪在接受媒体采访时表示:“五粮液贵泓国养酒的推出,旨在推动和扩容中国健康酒业的大市场,因为健康白酒是大众消费的真实需求。”

据业内人士透露,健康养生酒归为其他酒领域,其2015年销售收入约300多亿元,增长18%,利税共计46亿元,上缴税金增加16%。

行业专家指出,2015年养生酒领域规模企业共计196家,亏损仅8家。2015年其他酒增长速度最快,亏损企业数最小。这说明了人们对大健康内涵的认识在不断加深,健康养生酒的概念正在不断深入人心。

“健康”实为概念擦边球

北京商记者在糖酒会的展会现场发现,健康酒、养生酒、保健酒等强调白酒功能性的产品层出不穷。除了上述知名酒企外,地方白酒企业也都纷纷在健康酒方面发力。然而,现场许多的企业对于健康酒到底对身体有哪些益处却不能说出个所以然。

据了解,之前洋河股份推出微



分子酒,北京商报记者登录洋河官网发现,其宣称微分子酒具有三大特点:分子量小、微量成分多、健康元素多,但分子量、微量成分和健康元素具体内容语焉不详,也无明确的实验数据支撑。

一位不愿透露姓名的养生酒从业者坦言,白酒做健康酒,更多的是操作概念、现在白酒行业依然处于市场低迷期,企业希望通过造概念、博眼球的方式在市场上杀出一条血路。至于其功效性到底如何企业很难给出个准确的说法。

白酒营销专家肖竹青认为,许多消费者对于健康白酒并没有深入的认识,只是希望可以喝酒的同时达到养生的效果。然而,健康白酒非保健品,属于普通食品。普通食品则不能宣称具有保健及疾病预防功能,因此健康白酒有关降“三高”等功能宣传实际上违背了相关法律,涉嫌欺诈消费者。对于酒企而言,应在原料、酿造工艺、科技手段等方面进行深耕,而不能停留在一味的造概念上。

保健酒市场格局难破

据《中国养生酒发展白皮书》预测,未来,中国养生酒市场将呈现四大品类、五大细分方向和四个世界。规模

均超百亿的企业视为第一世界,规模超过5亿-30亿元的企业视为第二世界,规模在5000万-3亿元的区域特产企业为第三世界,其他则是目前5000余家中不思求变的保健酒企。

对此业内人士称,从企业规模而言,国内保健酒市场潜力巨大,这也是众多白酒企业扎堆进入的根本原因。但值得关注的是,虽然规模大,但是目前国内保健酒市场并未形成成熟格局,企业如此快速涌入对行业而言不是好现象,对于企业而言也存在风险。

酒类电商作为行业内反应速度较快的流通环节,对于进入健康白酒却持观望态度。酒仙网董事长郝鸿峰坦言:“消费者对于健康的越发重视,的确让给健康白酒提供了机会。但从目前保健酒市场格局而言,现在进入风险性较大。所以酒仙网目前不会选择做养生酒、健康酒的定制。”

与此同时,一位业内资深人士认为,养生酒行业全国性品牌与区域性品牌共存的局面,使得行业竞争相对单一。

劲酒一枝独秀的局面很难被打破,白酒大佬在知名度上有优势,可并不代表消费者会买单。

北京本报记者 刘一博

要闻纵览

春季糖酒会成交总额230.2亿元

据不完全统计,本届糖酒会商品成交总额为230.2亿元,比去年同期的226.67亿元微增1.6%。其中,酒类成交总额为118.7亿元,食品饮料类成交总额为87.1亿元,调味品类成交总额为13.9亿元,食品机械及包装类成交总额为10.5亿元。

本届糖酒会展出面积12.8万平方米,展商总数2836家。与往届糖酒会相比,今年葡萄酒参展面积超过了白酒展区,成为最大的参展品类,且参展企业涵盖全球40多个国家,另有20多个国家组团展示葡萄酒,参展葡萄酒品超千款。

习水县或设立白酒产业发展基金

记者获悉,2015年贵州习水县现有白酒企业30家,其中规模白酒企业17家,主要布局在赤水河沿线的习酒、土城一带。2015年完成白酒产量5.8万千升,同比增长22%;

产值55.3亿元,同比增长27.8%;销售收入20亿元,同比增长12%。习水县方面表示,拟设立白酒产业发展基金,全力打造习水酱香新品牌。

酒博会签约总额达503亿元

3月19日-21日,2016中国国际酒业博览会在泸州举办,记者获悉,本届酒博会共有来自25个国家和地区的112家境外参展企业,共计1620个产品参展,境外展商的展区面积同比增长49%,企业数量同比增长46%。

据不完全统计,应邀

参会的各类参展商、采购商、经销商和品牌运营等专业客商近2万人。共签约项目266个,签约总额503.7亿元,其中酒类采购项目231个,签约金额126.6亿元,占签约总额比例超过1/4,招商引资项目35个,签约金额377.1亿元。

去年进口葡萄酒量价齐升

据公开数据显示,2015年我国进口葡萄酒总量达5.54亿升,较上一年增长44.2%;进口总额为20.32美元,较上一年增长34%。

除此之外,国产葡萄

酒行业增速及利润也在10%以上。据海关数据显示,今年以来,进口葡萄酒数据继续高增长,1月瓶装葡萄酒进口同比增长高达34.7%。

北京本报记者 朱欣悦

·名企动态·



会稽山去年营收利润双增

3月28日,会稽山发布公告称,公司去年全年实现营业收入91489.21万元,比上年同期增加6.49%;利润总额15777.97万元,比上年同期增加5.47%;归属于母公司所有者的净利润11368.85万元,比上年同期增加3.41%。截至报告期末,公司总资产24.3亿元,比上年同期增长11.4%;归属于母公司所有者权益15.03亿元,比上年同期增长4.82%。对此,会稽山认为,营收增长的主要系公司积极调整经营策略,聚焦核心市场,拓展潜力市场,并积极顺应市场的发展趋势,通过提升普通黄酒和中端黄酒产品的销量,进一步巩固和扩大了大众消费群体,有效抵御了市场波动的风险,较好地提升了会稽山黄酒产品的营销份额。

今世缘2015年营收微增1.05%

3月28日,今世缘公布了2015年年报。据公告指出,公司实现营收24.25亿元,同比增长1.05%;实现净利润6.85亿元,同比增长6.14%。

年报显示,2016年,白酒行业仍然面临严峻的形势。公司在总结2015年经营情况的基础上,紧扣“十三五”规划,坚持“做强主业 转型发展”的指导思想,结合公司现状,预计2016年公司营业收入27亿元。到2020年,主要经济指标比2015年翻一番,多元化业务的营收及利润初具规模。此外,据公告披露,目前销售以其省内市场为主。2013年、2014年和2015年在江苏省实现的主营业务收入分别占公司当年主营业务收入的94.29%、94.71%和94.32%。

丽鹏股份2015年营收猛增93.4%

丽鹏股份3月16日发布年度报告,公告显示,报告期内,公司实现营业收入13.57亿元,同比增长93.4%;实现净利润1.21亿元,同比增长286.93%,每股收益0.37元,拟向全体股东每10股派发现金红利0.5元(含税),以资本公积金向全体股东每10股转增12股。

丽鹏股份对此表示,净利润增加较大的主要原因是公司收购重庆华宇园林有限公司,增加园林绿化业务所致。



五粮液苏宁达成战略合作

成都春季糖酒会期间,五粮液与苏宁签署战略合作协议,宣布将在互联网零售、渠道整合、产品包销定制等方面展开深入合作,共同推进白酒行业的互联网转型和产业合作的升级。

据了解,未来在苏宁销售的五粮液产品可实现源头直采,由五粮液仓储基地直达苏宁物流仓库,有效减少中间流通环节,保证正品行货能够第一时间直达消费者手中。

此外,苏宁自营的五粮液官方旗舰店也在苏宁易购同步上线,苏宁还将进一步向五粮液开放资源,联合开展五粮液品牌日活动。不仅如此,双方还计划依托五粮液深厚的品牌号召力以及苏宁强大的渠道零售能力,在未来共同打造由苏宁渠道独家代理经销的产品。

另据了解,此次双方合作,苏宁将进一步向五粮液开放大数据资源,使五粮液可以对产品结构和铺货计划进行优化调整,提升供应链管理的效率。



泸州老窖举办经销商营销会

3月22日,泸州老窖在泸州奥体中心召开2015-2016年度经销商表彰暨营销会议,有2000余名经销商参与此会。据悉,泸州老窖宣布销售收入实现大幅增长,其中“国窖1573”销量翻番,窖龄酒也在恢复中,特曲开启高速增长,2016年全国各区域销售整体有望实现59%的同比增幅。此外,有超过130家经销商及个人在厂商互动、品牌建设、市场拓展、消费者培育等方面受到了荣誉表彰。

汾酒集团在成都召开经销商会议

汾酒集团在春糖期间,在成都召开汾酒经销商大会。据悉,汾酒集团在会上透露,集团规模达132亿元,完成了既定目标,汾酒销售公司收入同比增长10.11%,利润实现翻番。为了实现“十三五”末集团营业收入和资产规模均超过200亿元的经营目标,汾酒提出“树立七个意识”、“处理好五个关系”的要求,并部署了今年的四项核心工作。

北京本报记者 朱欣悦