



凉茶行业调查

加多宝自辩“倒闭论” 未阻终端恐慌

内外部调整求转型

被各类负面舆论裹挟多日的加多宝决定于11月15日对外释放信号，即用自己最擅长的冠名节目方式来告诉外界“活得好好的”。不过，对于经营加多宝多年的经销商以及零售商而言，这样的动作只是一时的镇定剂，虽然加多宝产品供应链并未受到传言影响，但是加多宝凉茶的销量下滑及营销费用的减少，让这些身处产业链终端的人们感觉信心不足。

供应链尚未受影响

张华(化名)是加多宝陕西省某市级经销商，从商标纷争前的王老吉一直到现在金罐加多宝，即便经历了换名、换包装、换广告语等一系列动荡，张华却一直没有放弃对加多宝的代理，因为在他看来，代理加多宝依然有赚头，不过让张华没有想到的是，加多宝最近再陷停产裁员风波，这回张华确实有点慌了。

张华听到的信息更多来自新闻报道。近日，加多宝被传受母公司停止注资及销量下滑的影响，加多宝正在大幅裁员，关停工厂，资金链紧张带来的还有欠款、物流公司等上下游合作伙伴。面对一系列传闻，加多宝屡次对外声辩“无稽之谈”，但作用微乎其微，舆论风波把加多宝被动地带入了日落西山的境地。

实际上，多年与加多宝打交道的张华很容易分辨传言真假。“目前加多宝供应充足，货品存量也很充裕，停产传闻更多的是谣言。”对于裁员消息，张华也表示理解。“确实有人员的流动，但是在我看来这是正常现象，这也说明不了任何问题。”

北京某超市商品部相关负责人也向北京商报记者表达了同样的看法。“加多宝的货品供应确实没有出现断档的情况，企业运作和我们终端的合作一切正常。”

张华进而介绍，抛开其他因素，代理



加多宝政策比以前更加优惠，现在也不失为代理加多宝的一个好时机。“加多宝公司政策也变化了，经销商代垫比以前少得多了，代垫部分随货能搭回来。”张华所说的代垫，通俗理解就是经销商替厂家支付有关费用，这些费用包括市场销售费用，如促销费、临时促销员工资、小额广告、活动费用等。在快消品行业，代垫费用通常以货品的形式呈现。“以前我们需要100箱代垫40箱的产品给下级经销商，之后才能向加多宝方面报销，现在这部分代垫提前在付款时就能随货回来，这无疑减轻了我们很大的资金压力。”

对于张华透露的信息，有不具名行业人士向北京商报记者分析道：“经销商政策趋好也能够侧面反映出加多宝想留住经销商的心情，毕竟在经销商端，王老吉构成的竞争压力并不小。去年就有消息称，加多宝更换金罐时，王老吉笼络了更多原加多宝经销商。”

终端费用确认下降

供货充足、政策利好，传言风波并未影响张华对于加多宝经营现状的怀疑，不过张华依然不安，这个不安则来自于对未来销量的怀疑。“现在加多宝的销量已经大不如前，这是事实。”张华介绍，在他所在的城市加多宝曾经创造了一年销售40万-50万箱的好成绩，但是从目前的销量看，一年销量最多20万箱。

另有北京市大型超市的反馈亦是如此。“加多宝的销量和费用都在下滑。”该

人士所说的费用指的是营销费用，这向来也是加多宝立足市场的根本。此前有传闻称，作为加多宝的核心零售渠道之一，物美集团以往每售出1000箱加多宝都能拿到2000元的奖励，而现在这些奖励被取消。由于销量的下滑，物美也减少了对加多宝的采购。此外更有消息称，今年春节期间，加多宝营销费用也将同比减少10%。

对此传闻，加多宝方面对外公开回应，加多宝要投入更多费用到一线市场。本周二加多宝还将与浙江卫视签署合作，冠名该卫视2017年跨年演唱会。在行业人士看来，加多宝正在用这样的实际行动来对外释放积极信号，以破各类传言。不过，张华却依然表示担心。

“饮料行业本身就是营销驱动型市场，以加多宝为例，1万箱加多宝的各类营销费用就能达到65万元。这是一笔非常大的投入，而恰恰加多宝不论是从更换商标、更换包装开始，一直是重金相随，可是现在的销量已经支撑不了高昂的广告和营销投入了。销量下滑，营销费用就自然减下来了。”张华并未透露加多宝营销费用减少的具体数额，但是在他看来，每年20万箱的销量，没有必要再用大额的费用来作为支撑。

上述超市商品部经理的担心则更多的集中在春节和来年的销量。作为一个饮料细分品类，凉茶所占据的市场份额本身就很小，虽然加多宝方面一直在努力制造积极向上的运营氛围，但是热闹表象下暗藏的销量下滑已是不争的事实。“最担心

的是一年不如一年，对加多宝明年的市场表现确实难树立信心。”该人士称。

销量滑坡下的变局

对于销量的担忧情绪正在经销商和终端商群体里蔓延，有行业人士也指出，虽然加多宝方面极力声辩，但是仔细观察也能够发觉加多宝谋变的信号。

一个信号是加多宝多家自有工厂线已经投产，同时加多宝也结束了与汇源等代工企业之间的合作。这意味着加多宝从一家轻资产企业转变为重资产公司。“这样的转变或许有两方面的考虑，第一是一时辉煌时的决定，在凉茶最鼎盛时期开疆拓土，不乏盲目扩张的想法；第二种可能是为未来可能发生的变化提前布局，拥有了自己的生产线，也好为其他产品系列的开发和生产做准备。不过重资产意味着包袱更重，如今的加多宝能否扛得动、扛多久仍然不好说。”上述不具名人士坦言。

另一个信号则是加多宝与北京国企——北京控股集团之间的牵手。今年6月，双方高调签署战略合作框架协议，双方的合作将在以下几个方面展开：首先，双方在体育建设及商业化运作方面展开深入合作，共同推动“通州文化体育产业园区”项目建设；其次，双方在房地产商业开发领域展开深入合作；第三，利用双方各自所属企业现有“燕京啤酒”、“九龙斋饮料”、“昆仑山矿泉水”、“加多宝饮料”等品牌产品的影响力和号召力，在食品饮料行业的科技研发、市场营销等领域实现资源整合和共享；第四，发挥北控集团作为国企的优势，在践行“一带一路”国家战略中承担若干重大项目；第五，加多宝对北控集团所属的“北控足球俱乐部”表示强烈的投资意向，愿意通过注资方式收购“北控足球俱乐部”的相应股权，并在此基础上通过合作，实现“超越”的战略目标。

值得注意的是，合作内容早已超出饮料行业的范畴，在体育、产业园等多维度展开。这在行业人士看来，加多宝已经萌生了多元化布局的想法。最近又有传闻称，加多宝正在筹划在港上市，北控也将扮演重要角色。虽然加多宝方面向北京商报记者否认了该消息，但是行业人士指出，资本市场的布局是加多宝在与王老吉对抗时最需要的。

上述行业人士表示，加多宝早已意识到了行业风云变幻，所以才有了上述布局，未来加多宝可能不再会是一家以凉茶为中心的企业，但是形单影只的加多宝能否变身成功则关系到这个品牌和企业的生死存亡。

北京商报记者 阿茹汗/文
宋媛媛/制图