

总第33期 今日4版 周三出版(双周刊)

新闻热线 64101973

主编 刘一博 执行主编 关子辰



酒业周刊订阅号

D1-D4

2016.11.23

酒业热点

竞购南非米勒旗下子公司

# 华润啤酒漂洋过海寻觅业绩突破口

北京商报记者获悉，包括华润在内的五家竞购者进入了南非米勒旗下中欧啤酒品牌的第二轮竞标，这些被售品牌是百威英博上月合并南非米勒后，不得不剥离的部分资产，从而通过了政府的反垄断审批。据了解，华润啤酒目前在中国市场占有率排名第一，拥有雪花啤酒品牌。然而不少分析人士认为，随着中国啤酒市场的高端化发展和大宗商品价格的走低，华润啤酒将继续在中国市场保持优势，不过其短板在于缺乏强势的全球品牌，此举将弥补全球化品牌不足的劣势，而华润集团此次有意收购海外品牌正是借机布局全球化市场的一步。

## 欲收购南非米勒子公司

11月10日，有消息称，在买下南非米勒后，百威英博又开始计划出售南非米勒旗下一批啤酒品牌，这些品牌包括捷克的Pilsner Urquell以及波兰的Tyskie和Lech三个欧洲啤酒品牌。据报道，在南非米勒旗下中欧啤酒品牌的第二轮竞标中，包括华润集团在内的五家竞购者参与了竞标，共出价超过50亿欧元。

据知情人士透露，此次进入第二轮的竞标者包括日本朝日啤酒集团公司、私募股权投资公司贝恩资本与Advent International(为联合竞标)、创建于捷克但目前位于荷兰的金融投资集团PPF Group、华润集团以及由加拿大退休基金PSP Investments支持的位于苏黎世的Jacobs Holding AG。对此，北京商报记者致电华润方面相关负责人，该负责人表示目前不方便接受采访。

实际上，百威英博上月合并南非米勒之后，为通过政府的反垄断审批，不得不剥离部分资产，出售南非米勒所持有的雪花啤酒49%股权便是反垄断举措之一。

今年3月，华润啤酒宣布以16亿美元收购萨博米勒持有的49%华润雪花啤酒股权，从而全资拥有了雪花这一国内销量最高的单一啤酒品牌。

中国品牌研究院食品饮料行业研究员朱丹蓬表示，华润集团想要并购国外的啤酒品牌有两方面考虑的原因，除了经济因素之外不乏有政治因素的考量。像东欧



这种相对发达国家稍落后的地区，对于央企出海并购，从经济层面考虑显然是比较合适的，此外这些国家也拥有较大的啤酒市场。

## 布局海外意摆脱业绩瓶颈

业内人士表示，当前国内啤酒市场下行，众多国内啤酒企业业绩均出现下滑，而行业“天花板”也让啤酒企业开始谋求海外布局。

据国家统计局此前发布的数据显示，截至今年8月，中国啤酒产量已连续25个月实现负增长。同时，我国年人均啤酒消费量已接近日韩水平，行业销量见顶。2015年国内啤酒产销量4715.72万千升，同比下降5.06%。国内啤酒行业增长停滞，也反映在国内啤酒企业的业绩上。

据青岛啤酒以及燕京啤酒2016年上半年报显示，营业收入和净利润分别出现了下滑。而像西北地区龙头啤酒企业兰州黄河，2016年上半年净利润下降119.12%，亏损3000多万元。

朱丹蓬表示，由于中国人均啤酒的销量已经接近世界人均啤酒的销量，中国啤



酒市场可谓遇到了“天花板”，作为国内销量第一的啤酒企业想要突破“天花板”肯定要寻找海外出口，选择东欧不失为“一石二鸟”的考虑。

据国家统计局公布的数据显示，目前华润雪花啤酒国内市场占比约为24.77%，在中国市场占有率排名第一。

此外，华润啤酒由于在过去一段时间内剥离亏损的非啤酒业务，此后专注啤酒板块，力图将啤酒板块做强。

据华润啤酒公布的2015年业绩报告显示，华润啤酒报告期内录得亏损扩大至39.95亿港元，营业额达1331.03亿港元，按年下跌21.18%。截至2015年8月31日，仅零售业务便亏损33.31亿港元，相反啤酒板块业务表现良好，期内实现净利润8.31亿港元，同比增长13.84%。此后，华润啤酒便将非啤酒业务进行剥离，之后虽然净利有所增加但营业额却因为业务减少而大幅下降。据华润啤酒2016年上半年报显示，营业收入已降至152.13亿元人民币。

朱丹蓬认为，华润啤酒剥离非主营业务，目的正是为了整合啤酒业务，意图和

百威等啤酒巨头进行抗争。

## 内忧外患 市场不容乐观

虽然华润啤酒看似要宏图大展，然而想要借机抢夺海外市场也并非易事，一方面国际啤酒市场不景气，另一方面国内啤酒巨头不断创新力图抢夺内地市场份额。

在今年10月刚刚结束的世界啤酒收购案中，百威英博收购了南非米勒公司，两者合力将占据全球份额的1/3。然而，在最新公布的百威英博2016年三季报中，业绩的表现似乎并不尽如人意，百威英博全球总销量为1210.27万千升，同比减少0.9%；归属上市公司股东净利润为5.57亿美元，同比减少59.49%。此外，另一外资啤酒巨头嘉士伯在中国市场上不断关闭旗下重庆啤酒业务，试图断腕止损。北京商报记者了解到，从2015年起，重庆啤酒在华关闭至少8家工厂。

业内人士认为，由于国内啤酒正在向高端化发展，也均在向高端化以及年轻化方向布局，以试图获得更多的市场份额。

据悉，青岛啤酒便在“双11”前针对年轻人群推出了高端啤酒“皮尔森”，以应对当前消费升级的需求。珠江啤酒此前还推出了雪堡精酿系列啤酒，并受到了市场的好评。而国内啤酒企业的不断创新也反映在业绩上。

据珠江啤酒2016年三季报显示，营业收入为29.11亿元，同比增加1.32%；净利润为1.09亿元，同比增加46.19%。

业内人士分析指出，在国内外市场竞争加剧的背景下，华润啤酒未来想要保持市场竞争优势，必将拓展海外品牌，进行全球化市场布局，但“前有堵截，后有追兵”的状况也给华润啤酒海外布局增加了诸多难度。

此外，日本啤酒企业朝日此前被曝出欲参与南非米勒旗下东欧啤酒业务的竞标，亦让华润啤酒国际市场的并购风起，未来华润啤酒能否开启全球化策略模式仍存变数。

北京商报记者 关子辰/文 贾丛丛/漫画

一个酒评

## 区域酒企走出去到底有多难

刘一博

随着国内白酒市场微回暖，除了一线强势品牌出现业绩上升之外，一些区域强势酒企的业绩也开始出现明显上升趋势，从19家上市酒企的三季报便可看到端倪。

从古井贡酒、迎驾贡酒、洋河等酒企的业绩都可以看出，省内的业绩一直是支撑酒企业绩的重要市场。然而走出省内一直是区域强势品牌的重要策略之一，从众多企业的省外步伐看来，这并非是件易事。值得关注的是，以前区域白酒品牌的竞争压力多来自省内的其他酒企，但是随着白酒市场进一步下沉，一二

线白酒企业开始分食三四线白酒市场，这给区域酒企带来了更大的压力。

一面是来自省内企业酒企的长久竞争，另一面是全国性酒企市场下沉，进一步挤压省内市场份额，在内忧外患之下，迫使区域酒企不得不谋划走出省外，从而获得更宽广的市场空间。

去年，古井贡酒借并购黄鹤楼布局湖北市场，被业内传为区域白酒企业走向省外的一个典型案例。

依笔者看来，区域酒企走出省外首先可以考虑没

有较强势白酒品牌的地区，这些地区当地品牌渗透并不全面，有一定的市场空间。除此之外，面对省外市场不要贪心走一线市场，而是可以考虑从乡镇市场为切入点，以农村包围城市的打法，最终突破核心市场。

一直以来，大家都在关注区域白酒企业如何走出省外，笔者想问，区域白酒企业的省内市场真的已经完全饱和了吗？区域白酒企业在突围省外的同时，也应该在省内市场布局更加精细化，从而做到省内、省外一起开花的局面。