

酒亦有道

控权上游 拉低成本

酒类电商集体加码进口红酒

国内酒类直供电商平台1919与另两家公司成立壹玖壹玖环球采购有限公司,力图进口名酒的采购业务。无独有偶,一直与1919长期厮杀的酒仙网也于11月29日发布公告宣布将与其他投资人合资设立投资公司,以投资总额不超过8300万元人民币,收购一家法国波尔多地区葡萄酒酒庄,并进行管理及经营。业内人士表示,目前白酒行业竞争激烈,互联网环境下传统酒企也开始自建品牌电商布局线上渠道,从而导致国内第三方酒类电商平台市场份额遭到抢占。第三方酒类电商在压力之下,纷纷开始瞄准极具发展潜力的海外葡萄酒市场,投入大量资金抓紧上游控制权,欲打通整个产业链谋取新的利润增长点。

酒类电商深耕进口红酒市场

国内一线酒类电商直供平台壹玖壹玖于12月1日发布对外投资公告,1919拟与江苏苏北商业集团有限公司、山东南菲酒业有限公司共同出资设立控股子公司壹玖壹玖环球采购有限公司,同时,苏北集团将为壹玖壹玖环球采购公司提供20亿元的流动资金,苏北集团副总裁邹巧云出任壹玖壹玖环球采购公司CEO,主持壹玖壹玖环球采购公司相关工作。

1919 CEO杨陵江对此表示,壹玖壹玖环球采购公司将依托20亿元流动资金加码海外业务,主要用于经营进口酒(烈酒、葡萄酒、啤酒等)的采购和酒庄运作,加强1919进口酒采购能力,增强进口酒的优势。

无独有偶,在1919对外公告前一天,其竞争对手酒仙网也对外宣布,公司拟以自有资金不超过1000万元人民币,与其他投资人合资设立投资公司,旨在以投资总额不超过8300万元人民币,收购一家法国波尔多地区葡萄酒酒庄,并进行管理及经营。

其实早在2013年买酒网全面扩张了公司进口红酒采购团队,除了原有的上海采购中心和香港国际采购中心,又新成立了北方采购中心、南方采购中心,加码海外葡萄酒市场,进一步提升红酒产品及供应链



管理。而中酒网也在今年4月与美国著名葡萄酒生产商及贸易商TWG签约合作,同时表达出中酒网未来拓展海外市场的布局意向。

行业盈利承压海外市场牟利

国内酒类电商纷纷谋变,而企业动作都不约而同指向海外葡萄酒采购,业内人士认为,国内酒类电商在激烈的市场竞争中,公司发展空间和盈利能力遭遇挑战,涉足海外葡萄酒市场是顺应市场也是形势所迫。

目前,虽然国内酒企对酒类电商的开放程度在增加,但是酒企始终对酒类电商保持警惕。酒类电商在一定程度上受到酒企制约,如果酒企单方面宣布产品限购、产品停供均会对酒类电商的利益造成影响。国内酒企的开放程度还无法跟上中国酒类电商的发展步伐。同时,国内酒企也开始顺应“互联网+”经济趋势自建线上渠道,通过与流量主导的综合类电商平台战略合作抢占线上销售份额,对酒类电商市场施压。

同时整个葡萄酒市场格局在发生变化,进口葡萄酒市场近几年发展迅猛。据相关数据显示,中国2015年进口葡萄酒约5.5亿升,比2014年增长44%;进口额约为18亿欧元,增长60.7%。中国2015年葡萄酒消费量达16亿升,比上年增长3.2%。2016年一季度进口葡萄酒继续保持高速增长态势,数量同比增长35.33%,金额同比增长45.34%。中国成为全球葡萄酒贸易的消费引擎。而葡萄酒作为中国酒类电商的重要板块,加码海

外葡萄酒市场,控导上游货源,是酒类电商实现发展的必然手段。

打通产业链谋取利润突破口

“中国酒类电商目前单纯依靠B2B、B2C、O2O等商业模式无法解决产品问题,上游厂家始终占有强势地位。酒类电商只有自己掌握上下游,打通产业链,才能进一步实现企业发展。”酒业营销专家蔡学飞说道。国内酒类电商如果掌握上游厂家核心产品甚至拥有自有品牌,则意味着占有上游控制权和主动权,从而拉低成本支出,稳定产品高毛利率,带动企业利润增长。

国内酒类电商如果拥有自有进口葡萄酒品牌,借助海外渠道资源出口自有产品可以为公司实现品牌包装,提高品牌价值从而达到出口转内销的目的。“墙外开花墙内红”,中国消费者的葡萄酒消费观念更趋向于品牌消费,如果酒类电商自有葡萄酒品牌能够在海外市场流通,那么葡萄酒产品可以从“墙外”打回来,占有一定的市场和销量优势。

1919和酒仙网等酒类电商布局海外市场策略一旦成功,酒类电商除了拥有自己的产品,也可以发展自己的经销商,建造自己的销售体系,平台资源和品牌价值都会获得巨大的提升。蔡学飞指出,目前酒类行业强势酒企都开始自建电商,所以国内酒类电商在下游体系基本稳定的基础上,加码布局上游,打通产业链实现“一体化”,是酒类电商在市场盈利高压下的一种必然发展趋势。北京商报记者 关子辰 武媛媛

·一句话新闻·

泸州老窖对违规经销商罚款50万

12月3日,泸州老窖发布文件,对违规招商宣传、误导消费者的经销单位处罚违约金50万元,并停货3个月,同时,泸州老窖官方还公布第二批团购商名单,数量达50家。

株洲千金药业明年将推出女性果酒

株洲千金药业近日发布公告称,已收到千金玫瑰果酒业报送的营业执照,该款酒是定位中高端女性的果酒消费品,预计将在明年6月之前推出。

茅台股价再创历史新高

随着三季报的出炉,贵州茅台今年前三季度营收、净利均增长,在这样的业绩下,贵州茅台的股价也由10月初的300元/股一路上涨到12月初的320元/股,并且在11月29日短暂站上330元的历史高位。

举牌方董事否掉莫高股份定增预案

11月29日,莫高股份宣布终止筹划本次非公开发行股票事项,因举牌方董事投下反对票,由控股股东提出的定增预案在董事会上未获通过,这也意味着公司控股股东甘肃省农垦集团有限责任公司对抗举牌者的行动暂告失败。

联想佳沃公布“英图计划”业绩

近日,联想佳沃公布了“英图计划”实行一年来的业绩,联想佳沃与它的合作伙伴们已开出了102家专卖店,其中91.8%的门店达到了盈亏平衡。

网酒网被曝年底裁员

11月24日,有媒体曝出,从11月初开始,网酒网内部就流传大裁员的消息,目前,从总监级别到营销部门、技术岗等都成为被裁的对象,其中,整合营销部门的全体员工被裁,而UED部门从之前的五人缩减到一人。

青青稞酒宣称五大单品涨价约10%

11月21日,青海互助青青稞酒股份有限公司下发了部分产品价格调整的告知函,对金标出口型天佑德、银标出口型天佑德、10版出口型天佑德、08版四星天佑德以及红盒四星天佑德5款产品的零售价格进行调整,这意味着在经销商环节变相涨价幅度约10%左右。

顺鑫农业剥离非核心资产惹争议

近日,顺鑫农业宣布转让石门批发市场,消息一传出便引起市场争议,据顺鑫农业公告的石门批发市场《2016年1-8月财务报表审计报告》的数据显示,截至2016年8月31日,石门批发市场的营业收入为1.3亿元,净利润为3907万元。

中粮集团重划酒业板块

近日,中粮集团对旗下的几家酒业公司进行了调整,将长城葡萄酒、中粮名庄荟进口酒、酒鬼酒、黄酒等业务在管理架构上划归为中粮酒业这一平台。

澳酒类零售巨头将入华掘金

近日,有消息称,澳大利亚知名酒类零售连锁店丹·墨菲正准备进入中国开店。据悉,丹·墨菲在澳洲有200多家实体店,部分单店年销售额达到1000万澳元。

洲际好年与品尚汇引发口水战

11月28日,洲际好年与品尚汇两家葡萄酒公司关于谁是蒙特斯的中国内地代理商及文件造假等相关法律问题爆发口水战,引起葡萄酒圈的震动。

要闻纵览

今年前10月进口啤酒增长17.02%

据中国食品土畜进出口商会酒类进出口商分会发布的2016年1-10月酒类商品进口统计数据显示,进口酒类市场继续上行,其中,葡萄酒和啤酒稳中见涨,烈酒则小幅回落。啤酒进口量为5.5亿升,同比增长17.02%;葡萄酒进口量为5.06亿升,同比增长15.51%;烈酒进口量则为4562万升,同比下降3.4%,同时进口额方面也出现小幅下降。

安徽试点白酒质量安全追溯体系

近日,安徽省通过建立白酒生产企业质量安全追溯体系,实现白酒质量安全顺向可追踪、逆向可溯源、风险可管控,发生质量安全问题时产品可召回、原因可查清、责任可追究等问题监管。据悉,建立体系之后,食药监部门只要检查白酒企业生产销售记录,便可对安徽产白酒进行追溯,逆可知白酒是何时何地来自于哪个酒厂,同时可知该酒具体发往什么市场。

澳洲葡萄园遭遇冰雹收成堪忧

近日,澳大利亚南部部分地区和维多利亚州西部遭遇了冰雹袭击,当地农业受灾情况极为严重,预估损失超过1.15亿澳元(约6亿元人民币)。此次灾害被当地居民认为是自上世纪70年代以来最恶劣的冰雹,其中酿酒葡萄损失1238公顷。据澳洲鲜食葡萄协会粗略计算,鲜食葡萄损失在200万-250万箱,占总产量的15%。此外,还有一些葡萄园今季收成被毁了3/4,预计将影响明年收成。

禁止向未成年人售酒被提案江苏人大

11月28日,酝酿已久的《江苏省预防未成年人犯罪条例(草案)》首次提请省人大常委会审议。该《草案》指出,任何单位和个人不得向未成年人提供或者出售烟酒,销售烟酒的经营应当在显著位置设置禁止向未成年人出售烟酒的警示标志,并注明工商行政部门和市场监督管理部门的举报电话。

栏目主持:关子辰

栏目主持:关子辰