

佳沃集团成老白干第二大股东

北京商报讯(记者 刘一博 武媛媛)4月21日,河北衡水老白干酒业股份有限公司(以下简称“老白干酒”)发布公告显示,该公司与佳沃集团有限公司(以下简称“佳沃集团”)达成战略合作,老白干酒拟以非公开发行股份及支付现金的方式向佳沃集团及其他股东购买丰联酒业100%股权,作价13.99亿元。

据了解,此次交易对价由老白干酒以现金方式支付对价6.19亿元,以股份方式支付对价7.8亿元,股份发行价格为20.86元/股,发行股份数为37392137股。交易完成后,老白干酒的第一大股东仍为老白干集团(实际控制人为衡水市财政局);佳沃集团持股比例6.29%,将成为老白干酒的第二大股东。

此外,老白干酒同时发布2016年业绩财报显示,该公司去年实现主营业务收入24.38亿元,较2015年增长4.39%;营业利润1.69亿元,较2015年降低1.62%;净利润1.11亿元,较2015年增长47.71%,主要原因为所得税费用减少所致。

2016年老白干酒主营业务收入主要来自于白酒,主要产品为衡水老白干酒、十八坊系列酒,白酒营业收入占主营业务总收入的84.72%。目前,老白干酒主营业务销售仍集中在河北省内市场,在河北省内市场的销售收入占该公司主营业务总收入的70.93%。

值得一提的是,根据老白干酒发展战略显示,该公司计划2017年度实现主营业务收入26.3亿元,营业成本控制在10.7亿元以内,费用不超过13.25亿元,营业总成本控制在23.95亿元以内。

逐客事件拖美联航CEO升迁后腿

北京商报讯(记者 肖玮)一起暴力逐客事件,不仅让美联航市场口碑受损,更影响了该公司CEO的升迁之路。4月23日记者获悉,美国联合航空公司明确表示,2018年公司首席执行官奥斯卡·穆诺茨将不再自动获得董事长头衔。

按原计划,穆诺茨本应在明年美联航母公司,即联合大陆控股公司的年会上获得董事长头衔,但他本人提出更改公司合同,取消了这一任命计划。对此,美联航给出的理由是,“董事会相信,现阶段将CEO与董事长的职责分离,是最合适的结构”,这将“确保CEO能集中关注自身职责”。

本月9日,美联航因一起拒载且暴力拖拽乘客下机事件被推上风口浪尖。事件发生后,美联航和穆诺茨的危机公关也饱受非议。穆诺茨最初的表态甚至暗示乘客也有过错,他本人则站在公司员工一边。但这一表态立即引发众怒,他也不得不多次出面道歉。

无独有偶,在暴力逐客事件发生几天后,一对准新人在登上美联航从休斯敦飞往哥斯达黎加的航班后也被赶下飞机。对此,美联航在事后发表的一份声明中解释,这对准新人多次试图更换到前排更高价位的座位上,但那不是他们购买的座位,而且他们没有按照机组人员的指示返回原来的座位。

事实上,在频发的旅客纠纷以及暴力逐客事件影响下,穆诺茨不仅到手的官职“飞”了,今年获得的薪酬也有可能低于往年。公开资料显示,他在2016年获得的总薪酬为1870万美元,是2015年580万美元的3倍多。其中,约680万美元为奖金。

中葡股份2016年营收降超一成

北京商报讯(记者 刘一博 武媛媛)4月21日,中信国安葡萄酒业股份有限公司发布2016年财报显示,该公司实现营业收入26463.42万元,较上年同期30314.08万元减少3850.66万元,降幅为12.7%;营业成本10314.58万元,较上年同期12426.73万元减少2112.15万元,降幅为17.96%,业绩走低均主要系葡萄酒销售减少所致。

公告显示,中葡股份高档酒庄营业收入较上年同期下降40.1%,成本较同期下降33.65%。下降的主要原因是国内葡萄酒消费近年回归大众,该公司高档成品酒销量减少,高档酒的收入及成本同比下降;原酒营业收入较上年同期下降85.85%,成本较同期下降80.89%。主要是受国外进口酒冲击及国内同行业激烈竞争,葡萄酒行业处于调整期,该公司2016年的原酒销售受影响降幅较大;新疆地区收入较上年同期下降38.75%,成本较同期下降41.53%。下降的主要原因是地方性品牌葡萄酒众多,市场竞争激烈,导致中葡股份新疆地区收入及成本同比下降。

据了解,2016年国内葡萄酒行业继续受国内经济增速下滑影响,行业整体盈利能力继续下行,行业收入、利润增速下滑,至今国内葡萄酒行业整体尚未走出低谷,同时随着中国对外开放水平的提升以及国际经贸交流程度的加深,特别是近年来作为世界葡萄酒重要生产国家澳大利亚、新西兰、智利等国进口葡萄酒零关税的实施,进口葡萄酒严重冲击了国内原酒和成品酒市场。

中邮阅读网“核桃直播”正式上线

北京商报讯(记者 卢扬 邓杏子)4月23日,在世界读书日到来之际,中国邮政集团公司北京市报刊发行局推出的移动直播平台“核桃直播”正式上线,依托中邮阅读网数千家报刊媒体资源,核桃直播的核心产品主要是形式多样的杂志内容解读,并通过音频、视频、直播内容等多种形式在平台上进行政治时事、文学艺术、商业财经等多元文化内容的分享和传播。

作为中国邮政主办的数字媒体发行平台,中邮阅读网借中国邮政报刊发行网络、发行资源的品牌优势运用互联网数字传播技术,主要为广大读者提供电子期刊、电子书及有声书城等在线阅读产品。目前中邮阅读网合作报刊内容达3500余种,文章累计总数量数百万篇,期刊总数量超25万册,每日报刊更新量200种以上。内容涵盖市政、娱乐、商业、健康、游戏等12大类。

移动直播平台经历了2016年的火爆后,其发展态势仍旧不减,预计将从2016年的26亿元规模上涨至2020年的295亿元,占直播市场总规模的近50%。搭上直播风口,核桃直播将在帮助大众用碎片化时间快速吸收杂志精品内容的同时,为广大读者提供数字报刊阅读的延展服务,形成大众可选择的、有自己偏好的各领域知识文化直播内容的关注,实现大众对报刊社产品的订阅、传播和打赏。

除上线直播平台外,为满足旅客群众的读书看报文化需求,中国邮政集团公司北京市报刊发行局也与北京市人民政府北京西站地区管理委员会合作开展“阅读伴您行”公益阅读活动,并上线“北京西站地区数字阅读公益服务平台”,全年可为北京西站近2亿人次的过往旅客免费提供精品报刊线上阅读服务。

张裕进口葡萄酒大战略受阻

张裕集团发布的2016年年报显示,该公司去年营收不仅只是微增,归属于母公司股东的净利润更是出现了下降。值得一提的是,从年报主要控股参股公司业绩数据来看,张裕海外并购中,资金投入最大的西班牙爱欧集团,去年营业收入28133万元,营业利润亏损1624万元,净利润亏损748万元。

曾大力抵制进口葡萄酒的张裕,近几年在消费升级、经济受压的宏观环境下,一改常态,投入大量资金,以参股、并购等方式加码进口葡萄酒业务。同时在2016年多次表示,发展进口葡萄酒是张裕的大策略,但数据证明,如今张裕海外业务整体处于占比低、微盈利的窘境,深受器重的爱欧集团业绩又由盈转亏。业内人士表示,张裕旗下进口葡萄酒业务,消费者对品牌认知度不高、产品价格又不具有竞争优势,张裕进口葡萄酒业务“上不去下不来”,发展进退维谷。

海外酒庄业绩转亏

4月21日,张裕集团发布2016年业绩财报显示,该公司去年营业收入为47.17亿元,同比增长1.46%。归属于母公司股东的净利润为9.82亿元,同比减少4.62%。

张裕主要控股参股公司中,两家子公司业绩出现亏损。其中,辽宁张裕冰酒庄有限公司2016年实现营业收入4374万元,营业利润亏损585万元,净利润亏损590万元;西班牙爱欧集团2016年实现营业收入28133万元,营业利润亏损1624万元,净利润亏损748万元。

值得一提的是,西班牙爱欧集团是目前为止张裕海外并购投资金额最大的酒庄,此次是2015年被收购后的首次业绩披露。在被张裕持股之前,爱欧集团2013年和2014年业绩增长稳定,营业收入分别为3580万欧元和3593万欧元,净利润分别为117万欧元和137万欧元。爱欧集团曾预计净利润2015年实现193万欧元,2016年实现278万欧元,2017年实现301万欧元,2018年实现317万欧元,2019年实现343万欧元。但被张裕持股两年后,爱欧集团2016年净利不增反降,按当前汇率结算亏损101万欧元。

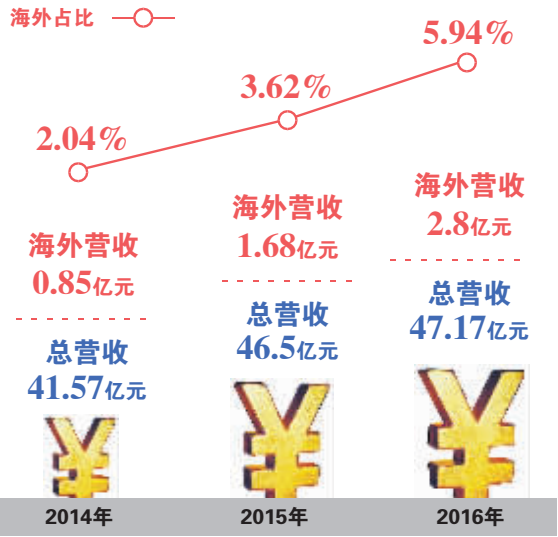
除旗下最大投资海外酒庄发展疲软外,早在2013年开始布局海外酒庄的张裕,时隔三年,国外业务板块整体仍存在体量占比小、盈利能力弱的情况。财报显示,张裕国外业务仅占公司总营收的5.94%,同比微增2.32%。值得一提的是,烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司副总经理李记明曾于2016年表示,张裕争取五年内实现进口酒销售业务占比张裕总销售的30%,但以目前张裕国外业务的体量以及增速来看,有很大的差距。

北京商报记者就此采访张裕北京分公司总经理助理王宏海得知,中国进口葡萄酒市场虽然进口量实现增长,但是销售均价处于下降趋势;由于汇率变动,进口葡萄酒成本增加;国内物流成本升高,造成企业利润下跌;张裕在进口葡萄酒的分销渠道上投入的人力成本比较大等因素,均导致张裕国外业务增速缓慢。

市场遭压转型谋利

作为国内葡萄酒老大,张裕曾在中国葡萄酒市场占据主要地位。消费环境升级下,国内进口葡萄酒市场扩

张裕近几年总营收及海外营收情况一览



容,大量进口葡萄酒品牌借势抢占市场份额。张裕最初对进口葡萄酒的态度并不宽容,但国产葡萄酒难抵进口葡萄酒消费大势,经济下行,市场遇阻的情况下,张裕选择了顺势而为,而爱欧集团是张裕加码海外业务的重要一步。

张裕公司副总经理孙健曾表示,虽然爱欧集团55%的市场在西班牙以外,中国市场占比不足1%,但张裕可以借助庞大的国内销售网络为其开拓中国市场;从产能扩张而言,爱欧集团规模适中,在产量扩张性上有很好的发展空间。

据了解,西班牙在中国进口葡萄酒市场中销量虽然有限,但近几年进口量增幅较快。据中国海关信息网发布2016年进口葡萄酒数据显示,瓶装葡萄酒在去年的进口金额为21.95亿美元,同比2015年增长17.2%。在瓶装葡萄酒原产国中,进口量排名前两位的仍然为法国、澳大利亚,西班牙进口量在2016年超过智利进入三甲行列。

王宏海对此表示,张裕对爱欧集团的发展仍然看好,目前该品牌在南方市场很受消费者追捧。张裕未来将坚守进口葡萄酒策略不动摇,且有合适的海外葡萄酒品牌,张裕也会继续进行收购。

值得一提的是,目前张裕对进口葡萄酒业务的好态度与曾经的嗤之以鼻形成鲜明对比,业绩承压下的张裕最终选择低头转型。

根据海关2016年的进口葡萄酒数据显示,去年进口量达4.83亿升,同比2015年增长约22%;进口金额为21.95亿美元,同比2015年增长16.97%,且有国际权威展会的报告预测,2020年,中国将成为世界第二大葡萄酒消费市场,总销售额达217亿美元。

同时据张裕近年财报显示,张裕2013年、2014年国

Company research

2016净利大降 张家界文化项目寻出路

北京商报讯(记者 钱瑜 实习记者 王胜男)4月22日,张家界旅游集团股份有限公司(以下简称“张家界”)发布2016年度报告显示,2016年1-12月张家界实现购票接待715.23万人,较上年同期减少10.15%;全年实现营业收入5.92亿元,较上年同期减少12.25%;全年实现净利润(归属于母公司所有者)6115.59万元,较上年同期1.14亿元减少5324.01万元,降幅为46.54%。

张家界称,较上年同期收入和利润减少的原因主要是竞争对手天子山索道于2016年2月恢复运行分流杨家界索道客源,市场恢复到以前的竞争状态,以及森林公园门票站停车场改建导致部分旅行社调整了进山线路,使得乘坐杨家界索道上山的客人相应减少,导致杨家界索道营业收入大幅下滑。年报显示,杨家界索道2016年实现营收7738.96万元,较上年同期减少5927.82万元,降幅为43.37%。另外,张家界的天峰湖景区、十里画廊观光电车以及子公司张家界中国旅行社的营收都有不同程度小幅下降。

此外,张家界称净利下降的另一原因是2016年募投项目大唐古城项目开始建设,新增了大量土地使用权摊销及借款利息费用。实际上,“大唐古城”是张家界2016年最大手笔的动作。年报显示,2016年4月,张家界投资新设了全资子公司张家界大唐古城发展有限公司(以下简称“大唐古城公司”),注册资本为1亿元。大唐古城公司即是张家界投资建设大唐古城项目的实施主体,这被认为是张家界拓宽文化旅游产品和创造新利润增长点的尝试。

据了解,大唐古城项目在2016年6月正式开工建设,拟在张家界城市中心重现明清时期的场景,预计2018年接待游客。项目总用地面积约240亩、水城300亩,总投资约20亿元。其中通过非公开发行股票募集的近12亿元在2016年11月23日已经获得证监会审核通过,剩余资金则由张家界自有资金、银行贷款等方式进行筹集。

同时,张家界于1月9日发布的公告显示,大唐古城公司拟建设一台名为《遇见大唐》的大型室内情景剧,总投资约1.2亿元。张家界表示,此次建设

国产大飞机C919首飞读秒

北京商报讯(记者 肖玮)随着一项项测试的顺利过关,国产大飞机起飞也进入倒计时读秒。4月23日,C919国产大型客机101架机在浦东机场成功进行高速滑行抬前轮试验。这是该客机第四次高速滑行试验,也是第一次在高速滑行中抬起前轮的试验,这意味着国产大飞机首飞在即。

业内专家介绍,一架飞机起飞升空,一般分为起飞滑跑、抬轮离地、初始上升三个阶段。抬轮离地的关键在于速度上抬前轮抬起的高度。虽然只是前轮抬起这样一个简单动作,但其中学问不小、难度不低,尤其是对于第一架国产大型客机来说,是首飞前必须稳稳迈过的一道关卡。

据悉,从目前试验现场情况看,C919大型客机第一次抬起前轮,速度、时机和高度均合适、正常。“从当前准备情况看,飞机和试飞员的状态都比较出

色,各方面表现稳定正常。”中国商飞相关负责人介绍,目前C919大型客机已经通过放飞评审,高滑相关试验全部完成后,将择机首飞。

公开资料显示,C919大型客机是我国拥有自主知识产权的中短程商用干线飞机,C919首飞更是我国航空史上里程碑的事件。据不完全统计,该机型已获得全球23家用户的570架订单。行业分析机构预测,到2030年,全球对C919所属的160座级单通道喷气客机的需求量约为14500架,而我国预计需求量约为2650架。

截至去年底,C919订单数达到570架。按照中国商飞的评估,C919的市场空间超过1000亿美元(约合人民币6500亿元)。除了飞机销售之外,大飞机的制造,也对金属材料、冶金加工、数控机床、动力控制等上下游产业形成强带动作用。

老字号马凯餐厅回归鼓楼

北京商报讯(记者 钱瑜 薛晨)4月21日,北京市西城区商务委发布《老字号餐饮振兴发展计划》,与此同时还宣布了湘菜“老字号”马凯餐厅正在复建中,并将于今年“十一”重回鼓楼。

此次重新复建的马凯餐厅将恢复建店初期毗邻火神庙与钟鼓楼的地理位置,整体经营面积达到3000多平方米,比较原址扩建了1000多平方米。北京华天饮食集团总经理贾飞跃公开表示,马凯餐厅作为旗下品牌,将在西城区政府的支持下做好餐饮老字号的恢复重建工作,让老字号餐厅以新面貌呈现在消费者面前。

贾飞跃还同时透露,除了马凯餐厅之外,庆丰包子铺、华天延吉、护国寺小吃等一批餐饮老字号品牌的连锁发展也在华天饮食集团近期的拓展计划之内。

北京市西城区商务委主任袁利介

内业务营收分别同比下降-23.16%、-4.33%;2015年国内业务营收同比增长10.06%,国外业务营收同比增长98.52%;2016年国内业务营收同比下降2.32%,国外业务营收同比增长2.32%。虽然张裕国外业务基数小且增长态势跌宕,但张裕近几年国内业务始终呈现疲软态势,加码海外市场成为企业谋利的必然手段。

优势不足发展放緩

事实上,早在2013年,张裕便收购法国干邑富郎多酒庄,2015年初成立了五大葡萄酒事业部,分别对应位于法国、西班牙、意大利、澳洲和美洲五大葡萄酒主产地的对外投资主体。同年9月以2625万欧元收购西班牙爱欧集团75%的股权。同年11月,旗下全资子公司法国法国控股简式股份公司收购卡斯黛乐酒庄公司持有的蜜合花农业公司90%股权,出资333万欧元。2016年10月,张裕推出包含西班牙爱欧公爵、法国蜜合花、澳洲富邑集团纷赋酒庄鹰赋葡萄酒、意大利最大的起泡酒品牌多来利、智利魔狮在内的进口酒五大单品策略。

张裕公司总经理周洪江同时立下决心,要将张裕每一款进口酒大单品,推进中国市场的前三名。可见张裕对发展进口葡萄酒市场信心高涨。但时隔三年,张裕加码海外业务动作频频,但业绩表现始终难亮眼,中国食品产业评论员朱丹蓬对此表示,张裕想要在进口葡萄酒市场获得结果,需要长期“待产”。

就品牌而言,张裕旗下爱欧集团在进口葡萄酒市场中处于“不上不下”的尴尬地位,基于产地认知度和竞争力,西班牙红酒难与法国、澳洲齐名,在消费市场上更多是在比拼性价比,产品不易做高端市场;同时基于运营资本投入,产品做中低端市场,利润空间有限。

公开资料显示,爱欧集团的毛利率仅在27%左右,净利率更是低到3.8%,而张裕公司的毛利率在67%左右,净利润也在26.4%。北京商报记者从京东、天猫购物网站上获悉,张裕官方旗舰店仅售爱欧公爵德比梦干红葡萄酒一款产品,单瓶售价为每瓶49元,价格虽然亲民,但月销量仅7例,销售表现惨淡。

据悉,中国进口葡萄酒市场早在十年前就已经开始发展,张裕并不是第一个吃螃蟹的人。在中国消费者青睐国外红酒的大背景下,张裕“借海出船”收购外国酒庄对企业核心竞争力一定程度上实现提升。2017年,张裕提出将继续实施以葡萄酒为主、多酒种全面发展的战略;集中发展自产中高档葡萄酒和白兰地,并加大进口酒营销力度。

“经过十年的发展,进口葡萄酒市场已经成为红海,但张裕对进口葡萄酒品牌的导入时间很短,且肩负着企业庞大的组织架构,管理以及营销成本要比单一的业务投入高很多。张裕进口产品价格因此不具有竞争优势,想要实现强势增长就需要品牌优势。然而,做好一个品牌无法一蹴而就,需要时间沉淀。此时,张裕产品价格和品牌优势不成比例。近几年内,张裕进口葡萄酒业务很难实现强势发展。”朱丹蓬说道。

北京商报记者 刘一博 武媛媛/文 宋媛媛/制表