

日系啤酒缘何在华折戟

朝日啤酒近日拟转让所持青岛啤酒股权事宜引发行业对日系啤酒在华现状的探讨。北京商报记者近日走访北京销售场所发现,日系啤酒在商超渠道布局较少,消费者购买率仍较低,餐饮渠道则集中在日料店销售。业内专家指出,从啤酒产品的特点及口感等方面而言,日系啤酒与中国啤酒差异化不明显,竞争优势不强。此外,日系啤酒在中国发展错失了收购的窗口期,逐渐被欧美及中国本土品牌排挤。

在华业务收缩

在被誉为消费量第一的中国啤酒市场,日系啤酒似乎并未获得较好发展。北京商报记者日前走访京城终端销售场所发现,日系啤酒在商超布局较少,家乐福超市(方庄店)仅朝日啤酒有售。在餐饮渠道,日系啤酒集中在日料店销售。

与日系啤酒在商超及餐饮渠道表现相对应的是日系啤酒企业在华业务持续收缩。近日,朝日啤酒拟清仓转让所持青岛啤酒股份。朝日集团CEO泉谷直木称,目前超七成中国啤酒市场已经被3-4家公司牢牢锁住,并且市场增长开始放缓,朝日意识到要进一步扩大市场份额十分困难,因而做出上述决定。事实上,朝日啤酒收缩在华业务并非孤例。2015年,三得利将旗下的三得利(中国)投资有限公司所持有的青岛啤酒与其合资公司的50%股权转让给青岛啤酒。

同为日系啤酒的麒麟在中国市场发展同样不太理想。数据显示,2011-2014年,麒麟在中国市场份额仅为0.15%,发展至2015年也仅占比0.16%。

数据显示,在全球啤酒格局中,百威英博与SAB米勒合并后占比超三成,麒麟、朝日分别占比为2%、1%。对此,啤酒专家方刚指出,日系啤酒本身在世界范围内竞争力不高,在中国市场更缺失竞争空间,基本已经退出中国市场。

缺乏价格优势

北京商记者在调查中发现,日系啤酒销售不畅与价格不菲有直接关系。家乐福超市员工对北京商

报记者表示,进口啤酒中,德国、比利时产品销量较好,价格集中在5-10元,朝日啤酒超爽黑啤售价为14.8元/瓶,消费者购买率较低。此外,日料店中朝日及麒麟每瓶售价集中在30元左右。在东田之村料理店,选择198元/位的自助仅提供青岛和雪花两款啤酒,选择298元/位的自助则额外提供朝日和麒麟两款啤酒。

对此,中国食品产业评论员朱丹蓬在接受北京商报记者时表示,日系啤酒标价高于其他进口啤酒,就消费者角度而言,价格存在虚高现象,一定程度上影响了消费者选择。

事实上,虽然日系啤酒同样觊觎中国市场,但并未实现真正的快速发展。相反,百威英博及嘉士伯则通过攻城略地迅速抢占中国市场。公开资料显示,英博在中国市场集中在东部发展,百威业务集中在东北。2008年英博和百威合并,两家企业合体进入中国啤酒五强。此后,百威英博在中国市场不断进行并购。嘉士伯则通过先后投资拉萨啤酒、新疆啤酒、兰州黄河、宁夏啤酒,最终控股重庆啤酒,控制中国西部啤酒版图。

据悉,相比于百威英博及嘉士伯的直接收购,日系啤酒在华发展集中在投资层面,例如此前朝日集团曾表示,朝日对青岛啤酒的投资完全从财务角度出发。业内也分析认为日系啤酒偏重财务投资,双方没有品牌、渠道的合作,不具备管理权交织,很难借力开拓新市场。

方刚明确指出,日系啤酒在中国发展错失了收购的窗口期,随着百威英博等世界啤酒巨头在中国



市场的加速布局以及国产啤酒品牌的崛起,日系啤酒逐渐被排挤,市场话语权缺乏。此外,从啤酒产品的特点及口感等方面而言,日系啤酒与中国啤酒差异化不明显,竞争优势不强。

高端之路坎坷

据悉,朝日预计将于2018年春季在中国销售新纳入旗下的欧洲老牌啤酒,主要面向上海等大城市的年轻消费群体,渠道则选择高端超市和餐厅。无独有偶,麒麟早在2011年便打出销售“日本品质”的口号,进军中国高端啤酒市场。

百威英博中国区超高端品牌副总裁徐嘉宏曾指出,过去三年进口酒的复合增长率大概超过45%,而百威英博超高端进口酒品类的增速远超过此数字。与此同时,在中国,百威英博、嘉士伯等国际酿酒商押宝高端产品。朱丹蓬指出,在众多品牌押宝高端产品的同时,朝日通过引进欧洲啤酒品牌争夺高端市场,实际上面临竞争更加激烈,同时新品牌缺乏消费者基础。

数据显示,2011-2016年,中国啤酒进口量由0.64亿升增长至6.46亿升。与此同时,以进口啤酒为代表的高端啤酒市场发展迅速、消费趋于大众化,进口啤酒价格呈现逐年下降趋势,平均单价由2011年的1411.3美元/千升下降至2016年的1029.95美元/千升。

朱丹蓬指出,中国进口啤酒市场体量逐渐增大,利润逐渐变薄,高端市场领域竞争态势更加激烈,在此背景下,本身实力不足的日系啤酒恐难以借助高端新品获得发展。

北京日报记者 刘一博 李永梅

要闻纵览

今年前三季度香槟全球出货1.88亿瓶

近日,根据法国香槟酒行业委员会的最新数据显示,今年1-9月,香槟酒全球出货量达1.88亿瓶,较2016年同比上涨1.9%。其中,由于出口市场持续稳健,香槟酒庄的出货量约合1.41亿瓶,较2016年同期增长3%;特别是除欧盟外的其他国家,涨幅高达12.1%。

云南葡萄酒与烈酒流通行业协会成立

云南省葡萄酒与烈酒流通行业协会近日在昆明成立,同时与春晚传媒新媒体达成全面战略合作,共同推动葡萄酒文化、消费知识普及和市场产品规范。云南省葡萄酒与烈酒流通行业协会聚集该省最主要的葡萄酒与烈酒经销企业,其会员达80余个,对市场中主要的葡萄酒与烈酒品牌进行覆盖。

16家徽酒企业联合签署自律宣言

安徽16家酒企日前共同签署《安徽省白酒知名企业反不正当竞争联席自律宣言》。古井集团董事长梁金辉倡议与会单位以新《反不正当竞争法》的修订实施为契机,加大对白酒生产厂家不正当竞争行为的教育和引导;加大对混淆行为的查处、没收、处罚力度;在查处打击上,做到组织化、常态化和精准化。

政府12月下调三种进口酒进口税率

日前,中国国务院关税税则委员会发布通知指出,自12月1日起,以暂定税率方式降低部分消费品进口关税。此次调整涉及酒类消费品三项,分别为:装入2升及以下容器的味美思酒及其他加植物或香料的用鲜葡萄酿造的酒、蒸馏葡萄酒制得的烈性酒及威士忌酒。

栏目主持:武媛媛

·酒业热词·

涨价

剑南春水晶剑系列产品涨价

10月8日,四川汇金商贸有限公司下发调价通知,因市场形势的发展需要,该公司对水晶剑南春市场政策进行调整。首先对战略单品进行涨价:52度水晶剑建议成交价上涨至439元、46度水晶剑建议成交价上涨至409元、38度水晶剑建议成交价上涨至389元;其次对政策体系进行调整:随量折扣减少25元/瓶(以订单为准);最后提出合同控量要求:对各客户可执行合同总数进行控量。

高炉家和谐年份酒终端提价20-30元

10月8日,安徽高炉酒类销售有限公司在合肥市场发布的《涨价通知函》显示,随着原材料价格不断上涨及人力资源成本的增加,自12月1日起,该公司针对高炉家核心系列产品进行涨价。其中,1×4高炉家和谐年份5年终端指导价统一上调20元/件;1×4高炉家和谐年份6年终端指导价上调30元/件。

沱牌舍得品味舍得终端价上涨20元

12月2日,四川沱牌舍得营销有限公司发布涨价通知,自2018年1月16日起,对品味舍得酒执行新的价格体系。此次调整涵盖经销商价、经销商售价以及主要流通指导价。其中,52度品味舍得酒经销商价格每瓶上涨20元,团购价格达到488元/瓶,商超餐饮零售指导价达到568元/瓶;38度以及42度品味舍得酒团购价格上涨至458元/瓶,商超餐饮零售指导价达到518元/瓶。

资本

金种子酒非公开发行股票获批

12月7日,安徽金种子发布公告指出,该公司收到安徽省人民政府国有资产监督管理委员会出具的《省国资委关于安徽金种子酒业股份有限公司非公开发行股票有关事项的批复》,同意金种子非公开发行A股股票方案;本次非公开发行股票完成后,公司总股本不超过666930002股,其中金种子集团持有178257084股,占总股本的比例不低于26.73%。

五粮液集团将控股宜宾纸业

12月5日,宜宾纸业股份有限公司对外宣布,其控股股东宜宾市国有资产经营有限公司拟将其直接持有的39776583万股宜宾纸业股份无偿划转至五粮液集团,占宜宾纸业总股本的37.77%。本次无偿划转已获国务院国资委审议通过,划转完成后,总股本不变,五粮液集团持有5669.18万股股份,占总股本的53.84%。

策略

泸州老窖透露特曲三大产品规划

12月7日,泸州老窖怀旧酒类营销有限公司召开泸州老窖特曲60版2018年营销工作会议,会上透露了泸州老窖特曲品牌体系以及特曲60版在2018年的具体运作方式。在泸州老窖特曲品牌体系方面,明确泸州老窖特曲60版为泸州老窖品牌旗帜产品,占据400-500元价格带;特曲晶彩版与纪念版占据300-400元价格带;老字号特曲则抢占200-300元价格带。

百威英博亚太区产能最大啤酒厂竣工

12月6日,全球领先的啤酒酿造商百威英博在亚太地区产能最大的啤酒工厂正式竣工投产。该工厂位于福建省莆田市,满负荷可以每年生产150万吨啤酒,包括百威、雪津等啤酒品牌。百威英博亚太区总裁吉祥指出,福建是百威英博最重要的市场之一,该啤酒工厂的建立对实现百威英博在东南地区乃至中国市场的战略布局具有重要意义。 栏目主持:武媛媛