

# 差距尽显 白酒行业鏖战正酣

伴随2019年一季度和2018年年报的陆续发布,18家上市白酒企业(除牛栏山外)的业绩也随之出炉。北京商报记者注意到,2019年一季度,在18家上市白酒企业中,只有3家营收增幅下滑,其余白酒企业均实现了不同程度的增长。根据数据统计得出,该季度18家白酒企业共实现营业收入760.77亿元,与2018年全年业绩相比,营收占比达到2018年全年的36.47%。业内人士指出,在行业发展较为平稳的态势下,白酒企业普遍实现了营收“走高”,但值得注意的是,随着行业集中度的提升,酒企之间的差距也在进一步拉大。未来,企业的增长态势能否持续仍有待观察。

## 业绩、“蓄水池”呈逆差

北京商报记者梳理18家上市酒企财报数据时发现,大部分酒企2019年一季度营收、净利双增长。其中,“茅、五、洋”仍是白酒行业中流砥柱,就一季度业绩来看,上述3家企业营收总额为501.24亿元,占据整个行业过半收入。

值得一提的是,从平均增速来看,2019年一季度18家上市白酒企业中,共有15家保持正增长,3家出现负增长。其中,有包括茅台、五粮液、泸州老窖、古井贡酒、今世缘等10家企业,营收、净利润均保持了20%以上的增长速度。青青稞酒则成为唯一一家营收、净利润双降的企业,营收下跌了-23.05%,净利润下滑了41.84%。

另外,不同于2019年一季度大部分白酒企业业绩的快速上涨,在2018年年报中,白酒企业的预收款增幅却呈现出“五五”式下滑。在18家白酒企业中,水井坊、茅台、金种子酒、老白干酒、金徽酒、泸州老窖、伊力特、\*ST皇台的“蓄水池”增幅均呈现下降趋势,且“两极化”严重,增幅最高达到近200%;下滑最大的也超过了50%。

## 市场分化加速

近两年,随着消费升级的推进,白酒行业集中度进一步提升,市场开始逐渐向头部及名优白酒企业靠拢。

业内人士普遍认为,目前,行业寡头格局态势逐渐稳定,中国白酒行业正迎来全国化白酒区域下沉以及区域白酒走向全国化布局的阶段。市场开始向优质产能、优质品牌集中,而面对日益加剧的市场竞争,中小白酒企业的发展前景和市场空间进一步被挤压。

在资深白酒营销专家晋育锋看来,在白酒行业经历了深度调整期之后,高端白酒成为盈利的主要部分,越来越多的企业开始进行产品结构体系调整,通过提价、聚焦大单品等手段占位高端白酒市场。2019年,一线企业及区域头部品牌将仍维持稳中有进的态势发展,不过可能增幅会有所下降,中小型区域品牌、省级品牌和地方品牌未来的竞争态势并不理想,突围前景堪忧。

## 销售费用持续高企

在亮丽的业绩背后不难发现,各白酒企业的销售费用也进一步提高。北京商报记者梳理发现,2018

年,白酒行业整体销售费用呈现增长趋势,其中古井贡酒、水井坊、酒鬼酒、舍得酒业、青青稞酒、老白干酒、泸州老窖等酒企的销售费用占营收比例都较高,均超过了25%。

对此,北京商报记者从多家企业处得知,销售费用的增长主要是由于当前市场趋暖,为进一步拓宽市场,各大白酒企业均增加了白酒产品的营销推广力度。因此,销售费用一再攀升。

酒类营销专家蔡学飞则认为,在高速增长业绩背后,销售费用的高企或将给白酒企业的长期发展带来一定风险。“费用大幅增长一方面说明白酒企业的营收增长,很大程度上是依靠市场资源投放带来的,另一方面也说明企业步入挤压式增长,市场竞争强度进一步加剧,酒企的营销大战结果难料。”

另有业内分析师强调,高企的成本往往会成为现阶段部分白酒企业进行产品调价的理由之一。然而在竞争过程中,行业始终存在价格天花板,反观众多区域品牌,尚未形成具有高品牌溢价的全国性品牌,此时盲目提高销售费用只会进一步缩小这些企业的发展空间,前进更为步履维艰。

北京商报记者 刘一博 许伟

· 酒业热词 ·

## 业绩

### 嘉士伯一季度总销量上升6.6%

2019年一季度,嘉士伯公司总销量290万千升,同比增长6.6%。其中啤酒销量243万千升,同比增长4.7%;实现净营收138.87亿丹麦克朗(约合140.31亿元人民币),同比增长9.31%。

### 名品世家一季度营收1.98亿

4月30日,名品世家发布2019年一季度报告,报告期内公司实现营收1.98亿元,同比增长16.06%;实现净利778.13万元,同比增长18.75%。

## 策略

### 徽酒集团全资收购茅台镇茅源酒业

日前,徽酒集团股份有限公司正式全资收购贵州省仁怀市茅台镇茅源酒业有限公司。据报道,收购茅源酒业是徽酒集团加入中国白酒金三角集聚地的第一步。

### 梦之蓝手工班、梦之蓝M9停止开票

据报道,梦之蓝手工班、梦之蓝M9两支产品的上半年配额已经全部用完。在中秋节前,洋河对两款产品将不再增加任何的市场配额供给,全面停止开票。

## 数据

### 四川省一季度白酒产量同比增9.6%

2019年3月,四川省白酒产量37万千升,同比增长8.5%;2019年1-3月,四川省白酒产量97.2万千升,同比增长9.6%。

### 一季度瓶装进口葡萄酒量跌22.3%

据相关数据显示,2019年3月进口瓶装葡萄酒总量约为38106.9千升,与去年同期相比降低36.12%,总金额约为1.89亿美元,与去年同期降低40.09%。2019年1-3月瓶装葡萄酒总量为约156029.7千升,与去年同期相比降低22.3%。

## 人事

### 郎酒宣布多项人事变动

5月6日,郎酒股份公司发布人事任免通知:陈建伟兼任青花郎事业部总经理;胡红转任郎酒销售公司副总经理;王刚任郎酒厂公司总经理助理兼二郎基地总经理;汪健任郎酒厂公司总经理助理兼泸州基地总经理。

北京商报综合报道

# 投资市场红火 葡萄酒拍卖再创新高

北京商报讯(记者 刘一博 许伟)近日,2019年珍稀佳酿——特别呈献Penfolds奔富历年经典系列”在香港富苏比以高达0.33亿港元的总成交价成交。除此之外,Penfolds奔富葛兰许1.5公升装1979至2014年垂直年份全系列远超估价,以39.68万港元成交,打破香港苏富比的拍卖纪录。

近年来,随着国内葡萄酒消费需求的攀升,葡萄酒进口量直线上升。且国外风行的葡萄酒拍卖也开始在内地拍卖行中出现,成交价格也不断上涨。此前,在北京、广东等地的葡萄酒专场拍卖成交率也在不断上升,葡萄酒投资大军正快速增长。据了解,目前投资葡萄酒的主要渠道有购买葡萄酒生产商的股权、收购酒庄、通过专业投资公司配置葡萄酒投资组合等几种方式。

对此,业内人士指出,Penfolds奔富旗下产品在终端市场快速发展的同时,也开始瞄准这个领域发力。北京商报记者发现,事实上,相较于20多年前的葡萄酒投资市场的萧条冷门,近几年来,行业实现了较快的发展。不过,目前葡萄酒投资还是主要集中在国际品牌上,并且多为富裕阶层投资者。一般而言,用来投资的葡萄酒通常是较为昂贵而罕见的,具备收藏价值,且能够使投资者获得一定的回报,不过也不排除一些个人消费需求等因素。因此,此类竞品在二级市场里会有较大的上升空间。

值得一提的是,当前的葡萄酒投资虽然逐渐呈现上升趋势发展,但由于目前国际上对葡萄酒投资尚未



有一个完善的管理机制,同时,也不在证券监督机构的管辖范围内,市场规范化仍有很长的一段路要走。

据了解,Penfolds奔富一直以来即针对此类葡萄酒玩家推出极具收藏价值的限量款葡萄酒及周边产品。2012年品牌即推出全球限量仅12瓶的珍稀臻品佳酿——安瓿2004年卡丽娜42区赤霞珠葡萄酒。

中国食品产业分析师朱丹蓬对北京商报记者解释称,当前国内葡萄酒投资基本上还是在跟随着国际市场在进行。其实中国的葡萄酒投资者接触葡萄酒投资时间很早,从上世纪90年代开始就已经出现了一批进行葡萄酒投资、拍卖、收藏、沙龙的玩家。截至目前,主要还是聚焦在国际知名品牌上,基本没有国内葡萄酒品牌的投资,这也是国内葡萄酒投资市场发展很遗憾的一点。