



## 酱酒“第二巨头”崛起难在哪

一则关于贵州茅台股价突破千元大关的消息，重新引发业界对于白酒板块的关注。事实上，自6月中旬以来，贵州茅台股价在短期内即增长超过百元，与此同时，整个白酒板块的股票价格也纷纷上扬。但这中间，似乎缺少了其他酱香酒的身影，这也让业界燃起了对酱酒板块“第二巨头”崛起的期待。但从目前的情况来看，除了国台酒开启了上市培训，传出上市消息已久的郎酒、习酒并没有更进一步的消息放出。更重要的是，相对于浓香型白酒“群星璀璨”的情形，酱香酒板块至今仍是茅台一家独大。在业内人士看来，尽管“酱酒热”仍在延续，但市场占比较小、除茅台外指标性品牌缺乏，或许成为了酱酒“第二巨头”迟迟未出现的关键点。



### 酱酒“缺位”

贵州茅台股票价格自破千之后，经过小幅震荡，目前已持续停留在千元以上。截至7月2日发稿时止，贵州茅台的股价在1020元左右。贵州茅台在A股市场亮眼的表现，却颇有“独木难成林”之感。时至今日，酱香酒板块依然只有贵州茅台一家上市企业，与浓香型酒企在A股市场活跃的表现形成鲜明对比。

从近期的消息来看，酱酒板块企业尽管多次放出上市的传言，但动作缓慢。时至今日，有具体动作的仅有贵州国台酒业一家。北京商报记者从官方提供的消息了解到，目前国台酒业已提交上市辅导备案材料。作为国台酒上市辅导机构的华西证券，也已成立了国台酒业辅导工作小组，国台酒业也已聘请了会计师事务所、律师事务所的执业人员与华西证券配合辅导工作。业内人士乐观表示，这或许意味着酱香酒板块将迎来第二家上市公司。记者就国台酒上市的动向以及市场布局向企业相关负责人进行询问，截至发稿时，并未获得回应。

然而，更早前被寄予厚望成为酱酒“第二股”的郎酒，除了在公开场合有几次提及企业的IPO计划以外，近期似乎有意对这一话题保持低调；北京商报记者在近日的一场公开活动中也曾就上市问题询问过贵州金沙酒业的相关负责人，对方也对此谨慎回应，并且未给出具体的上市计划；而经历过2012年、2014年两次谋求上市失败的贵州习酒，如今又传出2020年上市的消息，对此，业界表示，习酒刚经历大幅度人事变动，2020年的上市计划能否实现亟待观察。

酱酒在A股市场缺位，一度让人质疑白酒板块对资本市场的吸引力到底有多少。不过，融泽咨询酒类营销专家刘晓威表示，从其他白酒股的表现来看，涨幅高于茅台，说明投资者同样看好白酒板块，仍然有很多公司的成长性和投资收益比茅台更好。

### “酱酒热”存局限

但是，有观点认为，白酒板块受关注是基于市场的整体表现，具体到酱香酒板块，上市缓慢或与当前酱香酒仍居于小众的市场地位分不开。尽管酱酒热潮在延续，酱香型白酒在中国市场的销售情况也不断走高，但从本质上来看，目前的“酱酒热”其实是“茅台

热”，浓香型酒依然在市场中占据主导地位。与此同时，随着贵州茅台这一巨头不断发力酱香系列酒，以及浓香型白酒名企们纷纷布局酱香酒板块，酱香酒企业所要面对的竞争压力不言而喻。

北京商报记者在对北京市场进行调查走访时，也注意到了酱香白酒相对于浓香型白酒规模较小的情形。在双井家乐福、十里河永辉、蒲黄榆物美以及多家较小规模的超市发等大中型商超，除了本土的牛栏山、红星二锅头等产品有较多陈列以外，以五粮液、泸州老窖为代表的川系浓香型白酒在柜台上占据了较大空间。在双井家乐福，店内的服务人员告诉北京商报记者，来店内购买白酒产品的消费者，自己饮用的话，多选择牛栏山二锅头等本土产品，或者来自四川、安徽等白酒大省的浓香型白酒品牌；而有送礼需求的，要么直接询问是否有茅台酒，要么直接咨询五粮液、国窖1573等浓香型大品牌。基于茅台酒普遍存在的缺货情况，浓香型高端白酒在店内的关注度会更高一些。

这样的情况在其他多个商超以及酒行均有出现，事实上，目前北京市场也有多个酱香酒品牌，但除了郎酒有较高的关注度以外，新近崛起的习酒、赖茅等品牌较浓香型白酒品牌在知名度上仍有欠缺。

值得注意的是，除了郎酒以外，在北京市场较有关注度的酱酒产品，无论是赖茅还是习酒，均来自于茅台集团旗下。茅台近年来加大酱香系列酒的发展，使得茅台集团旗下多款产品得以在全国市场迅速铺开。而其他酱香型白酒企业无论是在规模上还是在市场宣传的力度上，均难以匹敌。

### 品牌亟待扩容

不过，上述情况在近年来已有所转变。北京商报记者注意到，除了茅台系的酱酒产品，郎酒、钓鱼台等

其他品牌均加大了市场营销的力度。除了北京市，在全国多地的机场、核心商业区也能够看到相关酱酒品牌投放的大幅广告。

业内人士表示，随着消费者白酒消费日趋理性，产品选择日趋多元化，酱香酒品牌在市场上露出机会增加，意味着酱香酒在逐步渗透原属于浓香型白酒甚至是清香型以及其他香型白酒的市场。

正一堂战略咨询机构董事长杨光也认为，接下来酱香酒将迎来新变化，从茅台新周期走向酱酒新周期。酱酒品牌将得以强力普及，从茅台系列酒到郎酒、国台酒等品牌；而酱酒也将带动行业结构化升级，中国白酒的结构、规模边界将被再次打开，开启崭新的局面。

不过，在白酒市场不断向大品牌、大企业集中的现实情况下，留给诸多酱香酒企业的机会在持续收缩。如何抓住目前的酱酒热潮，迅速将品牌在区域甚至是全国市场进行拓展，占据一定的话语权，成为酱酒企业目前亟待解决的问题。

目前政府层面也在积极推动相关企业的发展，尤其是酱酒大省贵州，已出台政府措施推动酱酒产业发展，不仅助推了当地酱酒企业的发展，还吸引外来资本进入当地酱酒市场。据了解，目前推动优势白酒企业上市已成为政府制定产业振兴方案时考虑的重要方向。据悉，2018年12月，贵州省政府官网发布了《贵州省十大千亿级工业产业振兴行动方案》，方案中便指出，除将茅台打造成为千亿级企业以外，力争在2022年前培育3家50亿元级别的上市公司。随后，国台酒业和贵州习酒先后接受了贵州证监会的调研。业内人士表示，处于酱香酒品牌序列靠前的位置的一众酱香酒品牌，进入到资本市场后，或将配合茅台进一步拉动整个白酒股板块的增长，进而从资本层面推动酱香酒在白酒市场扩容。

北京商报记者 薛晨/文 宋媛媛/漫画