

继五粮液大涨价之后洋河股份部分产品中秋后将提价

白酒涨声四起



继五粮液(000858)宣布 9 月 10 日起对酒产品出厂价大幅上调 20%~30%后,洋河股份(002304)9 月 6 日公告,自 9 月 13 日起将“蓝色经典”系

列产品价格平均上调约 10%，“珍宝坊”系列产品以及部分零星产品价格平均上调 5%。白酒企业疯狂涨价潮再起。

提价幅度超出以往
与 2010 年 10 月 15 日“蓝色经典天之蓝”系列产品提价 5%相比,洋河股份此次提价幅度倍增。业内人士指出,五粮液率先拉开了白酒涨价潮序幕,不过这波涨价潮来得更加凶猛。洋河股份解释称系因产品原辅材料价格上涨所致。
业内人士称,此波提价预计能消化一定的成本上涨压力。2011 年中报显示,洋河股份白酒业务毛利率同比下降 0.49%,中高档白酒毛利率下降幅度达 2.14%。此外包括泸州老窖(000568)、山西汾酒(600809)、伊力特(600197)、酒鬼酒(000799)、老白干酒(600559)在内的多数白酒企业上半年毛利率出现下滑。上半年,五粮液酒类产品营业收入同比增长 38.69%,但营业成本同比上升 43.82%,致使毛利率同比下降 1 个百分点至 72.07%。
作为行业龙头,五粮液的提价行为本在行业预期之内,自 2010 年 1 月 16 日宣布提高酒产品出厂价之后,五粮液产品出厂价便一直未有变

化。不过,这次提价幅度之高仍超出市场预期。市场人士认为,随着消费旺季的来临及白酒终端价格同出厂价价差的逐步拉大,或将有更多酒企加入涨价行列。
行业高增长被看好
五粮液和洋河股份均表示,此次提价将对其 2011 年业绩产生积极影响。记者了解到,目前白酒市场批发价格变化迅速,52 度五粮液酒的批发价为 780 元/瓶,53 度茅台的批发价高达 1450 元/瓶,但是高价并未制约消费能力的增长,即使在夏季,一线白酒的量价增长也表现出“淡季不淡”的情形。
长城证券分析师王萍认为,提价和产品结构调整将使得白酒行业毛利率维持上升通道,确定性增长仍是长期看多白酒行业的主要原因。
据统计,自一季度以来,白酒行业上涨 30.02%,跑赢大盘 34.76 个百分点,二季度基金超配食品饮料行业 4.21 个百分点,与一季度相比增长 0.62%。上半年白酒行业共计实现营业收入 386.13 亿元,同比增长

49.96%,利润总额 183.08 亿元,同比增长 59.14%。泸州老窖、古井贡酒、酒鬼酒的高档白酒产品销售收入增速分别达到 50.54%、139.95%和 56.96%。
东兴证券研究报告称,下半年将继续看好白酒行业,消费刚性、需求强劲和利益驱动是最突出的三大根本性因素,从盈利能力上看,下半年通胀势头可能减缓,行业提价环境有望好转,从消费环境上看,下半年节假日众多,预计行业将保持高增长态势。
国信证券研究员黄茂表示,高端白酒核心价位正在快速上移,估计到 2012 年,1000 元将会正式成为高端白酒的分水岭,估计泸州老窖、水井坊、山西汾酒的高端产品也可能跟风提价。
二级市场上,多数白酒类上市公司股价呈现稳步上升趋势。进入三季度,酒鬼酒股价累计涨幅达 25.45%,洋河股份股价累计涨幅达 15.08%,五粮液涨幅达 9.46%,山西汾酒涨幅达 14.45%,而同期上证指数跌幅达 10.26%。(袁艺睿)

五粮液获首届商标创新奖

本报综合消息 9 月 6 日晚,首届中国商标金奖颁奖典礼在成都举行,共颁出 7 个“商标创新奖”、7 个“商标运用奖”和 6 个“商标保护奖”。其中,四川宜宾五粮液集团有限公司和成都工商局分获创新大奖和保护大奖。
国家工商总局与世界知识产权组织(WIPO)协商决定,从 2011 年起,共同在中国开展“中国商标金奖”颁奖活动,以表彰我国在商标注册、运用、保护和管理方面做出突出成绩的单位和个人,充分发挥先进典型的示范效应,提高全社会的商标意识。
颁奖活动将每两年举办一届,由国家工商总局负责组织推荐拟参评者名单,由政府部门、专家学者和社会公众代表等组成评审团进行评审,评审结果经世界知识产权组织审定后进行表彰。(孙琪)

今世缘酒业拟 IPO

本报综合消息 日前,江苏今世缘酒业股份有限公司申请上市环保核查进入公示期,根据公示,今世缘酒业拟首次公开发行(IPO)不超过 5180 万股 A 股,计划募集资金 99047 万元,用于公司现有酿酒过程机械化改造、提高产品研发能力及补充流动资金等。(晓犁)

中石油要卖高端酒

本报综合消息 近日,中石油四川销售公司与四川剑南春签署了战略合作框架协议。根据协议,剑南春旗下的酒类产品将于近期在中石油加油站四川的 300 多家标准便利店进行销售。(杨富)

形似雄鸡引吭高歌——

黄陶鬶

☆规格:通高 29.2 厘米
☆年代:山东龙山文化
☆质地类型:陶器
☆功用类型:酒具
☆收藏地:山东省博物馆
此鬶 1960 年出土于山东省潍坊市姚官庄遗址,夹细砂黄陶,冲天长流,粗长颈,三个大袋足,后袋足与前两个袋足距离较远,且较前两个袋足更肥大,颈与后袋足之间附一个麻状鬲手,足上饰两周凸弦纹,三周弦纹之间有四圈小泥饼。通体施黄色陶衣,器物造型雄伟生动,遒劲有力,很像一只雄鸡在引吭高歌,是一件相当完美的陶塑艺术品。
是山东龙山文化的典型器之一,起源于大汶口文化中期,盛行于大汶口文化晚期和龙山文化阶段。是一种造型精巧的器物,有实足和袋足之别,实足鬶一般由流、腹和三个圆锥状实足组成,袋足鬶则以三个大袋足为腹。鬶的质地分夹砂和泥质两种。夹砂陶鬶一般较粗糙,出土时器底多有烟熏痕迹,有的器腹内还有灰黑色的残渣,当为残存的酒渣。这类夹砂是专门用来煮酒温酒的泥质陶鬶,质地细腻,制作也精致。龙山文化晚期出现的平底鬶就是由泥质三足鬶发展而来,后世的酒注子、酒执壶等注酒器也可溯源于此。

(白文)



琼浆邀君醉 玉液透瓶香

双沟青花瓷在我市异军突起

□记者 付永奇

本报讯 作为中国八大文化名酒之一、有着“苏酒掌门人”之称的双沟酒业近日在我市隆重推出系列促销活动。参与该活动的有“双沟青花瓷”系列高端白酒,包括青花日月盅、大青花、小青花等。双沟青花瓷酒周口代理商张涛表示,作为老名酒,双沟青花瓷计划凭借深厚的文化底蕴、新

颖别致的促销优惠活动进一步深入周口市场,进军政务、商务、婚宴用酒这一广阔领域。
据了解,双沟青花瓷酒是特意采用景德镇名陶瓷厂定造的精美青花瓷来包装,其品格古典高雅、厚实圆润、端庄圣洁,融唐风宋韵,装古今风流。可谓“琼浆邀君醉,玉液透瓶香”。其系列品牌的特色:口感古色古香,酒体丰满,入口清爽,回味悠长,色清

透明,窖香浓郁,绵甜柔和,饮后具有舌不干、头不痛等特点,深具中国酒文化的韵味。
张经理还说,周口酒类市场白酒品牌多达数百种,高、中、低档一应俱全。她相信双沟青花瓷系列酒凭着过硬的品质、适中的价格、典雅的包装及寓意深刻的酒文化内涵,很快会被周口中高端消费者认可,而餐饮市场也将掀起一股品饮双沟青花瓷酒的热潮。

○我与酒的故事○

独 酌

现代人很忙,忙事业,忙生计,忙应酬,忙各种各样的事情,难得闲暇时在酒中放松一下。
紧张的工作之余或劳累了一天,我喜欢独酌。有人说,独自喝酒没有气氛,我却不这样认为。
高朋满座固然热闹,美酒佳肴固然味美,美人立侍固然怡情,但我还是喜欢独酌。因为独酌没有宾主尊卑的排位计较,没有感情难却的劝酒祝辞,没有阿谀奉承的恭维言语。
独酌把那些煞费苦心的应酬都省略了,一壶酒,一碟菜,一个人就可以自斟自饮,慢慢坐喝,悠然啜饮了,爱怎么喝就怎么喝,喝的是一份自由自在的轻松和率性。一手把酒,一手持箸,思接千载,心骛八极,什么都可以想,什么都可以不想,煞是快乐和自由。
独酌虽没有觥筹交错的喧闹,却有一份独处时的淡然和坦荡。独酌虽没有满桌的山珍海味、却有一份家常小菜的滋味。
独酌拒绝卑躬和迎合,拒绝嘈杂和纷扰,拒绝喧嚣和浮华。独酌是一种小憩和放松,是一种自由和率真,是一种淡定和从容。独

酌,就如旅行家独自旅行自得山水之乐一般,喝的完全是一种清幽的氛围和平淡的心境。
独酌,喝的是薄酒,品的是生活滋味,感的是人情冷暖,悟的是人生哲理。
陶渊明的独酌,不是寂寞,而是一种境界;李太白的独酌,不是孤独,而是一种诗意;曹雪芹的独酌,不是惆怅,而是一种思考。欧阳修的那句“醉翁之意不在酒”,也许可以道出独酌者的些许情趣。(王伟)

“我与酒的故事”征文启事

为引导读者建立正确的酒类消费观念,本报举行“我与酒的故事”有奖征文,欢迎读者朋友将生活中遇到的有趣的酒故事、健康饮酒的心得体会、酒类消费与酒文化、与酒有关的趣事轶事等,付诸笔端,与大家分享。
1.征文内容及体裁:

凡个人亲身经历的与酒有关的事与情,无论大小,皆可提笔为文,发给我们。字数在 800 字以内,散文、诗歌、杂文、故事均可。
2.征文方式:
电子文档请发送至电子邮箱:zkrb2578@126.com,来信请寄:周口日报社酒水餐饮部 付永奇收。

咨询电话:8599376
3.征文评选:
本报对来稿进行评定并择优在报纸上予以发表,凡文章见报作者及优秀作品作者均可持报社发放的奖品卡到万姓缘领取价值 100 元酒品一提。
领奖电话:13838638696

“我与酒的故事”征文由河南万姓缘酒业协办
万姓缘酒业地址:周口市大庆路北段 电话:8588999