



白酒危机再来临： 茅台五粮液的库存 三年才能消化完



10 月 8 日至 10 日，武汉新城国际博览中心全国秋季糖酒会上，和当前白酒行业的低迷相反，酒业论坛场场爆满。白酒行业何时见底？暴利时代是否将再度来临，成为最大话题。

近日，洋河股份发布三季报预告，预计公司净利润变动幅度在 -10% 至 10% 之间，掀开了白酒上市公司业绩不良的预期序幕。“今年业绩上升的酒厂不会超过 5%，下降的企业将超过 70%。”面对诸多厂商的疑问，研究了 20 年中国白酒的专家铁犁的答案是，一线企业的调整，到后年(2015 年)都结束不了。

销售目标已下调。今年初，茅台集团力争实现销售额增长 18%，达到 416 亿元，下调了去年提出的 500 亿元目标，如今更进一步下调，五粮液的销售增长目标下调至 15% 左右。

大众酒的机会

未来 5 年，白酒厂家主流产品商超标价在 150 元左右

“既然高端白酒失去了原动力，那么要满足千万百姓的需求，就要形成 150 元以下零售价产品，带动恢复白酒市场，如安徽、山东、河南的地产酒。”王朝成说。他称，零售价在 150 元以下的白酒产量占整个白酒总产量的 80%~90%。未来 5 年，白酒厂家的主流产品在商超的标价在 150 元左右，将是百姓消费的平均价格。

在“中国酒业的传承与创新”论坛上，中国酒业协会理事长王延才表示，到 8 月底，整个酒类产业的产品销售量、销售额仍然保持着 10% 左右的增长，这说明社会需求量仍在，但产品的消费结构发生了巨大的变化。白酒行业的效益税收下降，利润跟去年同期做比较，利润持平或略微增长。多位经销商反映，销售量确实没有下降，但是利润下降了，销售的主要价位区间在 200 元以及 200 元以下。

白酒产业是一个传统和分散的产业，规模以上生产企业 1200 多家，在 1.8 万家企业中，10 个人以下的小酒厂占了绝大多数。但王朝成认为，在 80~150 元价位段，名酒厂竞争不过地产酒，毕竟大量深入渠道的业务员是地产酒的优势。安徽的宣酒硬是在古井贡、口子窖等家门口低价白酒市场，实现了一年 20 亿元的销售收入。

10 月 7 日，在湘酒论坛上，酒鬼酒股份副总郝刚说，地产酒要想形成板块，只有在省份内绝对强势。湘酒要学河北的酒，老白干酒在衡水一个地级市一年就卖上亿元。

零售价 10 来元的小酒，成为今年不少白酒厂家的新宠。今年，郎酒集团的小酒在很大程度上弥补了业绩下滑的短板。其“歪嘴郎”从年销售收入 2 亿元到销售收入 10 亿元，成为白酒中小酒的第一品牌。“名酒厂接下来要和地方酒打仗。地产酒建立新的厂商联盟，是这次调整最大的机会。”铁犁说。

(证星)

高库存 两三年才能消化完

未来几年，如何把经销商手里的酒真正卖给消费者更关键

曾有四川统计数据，郎酒集团的总库存达 60 亿元。此次糖酒会上，郎酒集团首次披露，到今年 8 月，集团已帮助经销商消化红花郎社会库存 16 亿元，最后三个月，其尚有 14 亿元的库存消化目标。

“首要任务是解决库存。”10 月 5 日，郎酒集团在武汉举行的新品发布会上，郎酒股份公司总经理付饶说。红花郎事业部总经理罗文伟解释，红花郎要去库存化，至少需要两年的时间，一直持续到 2014 年底。其主打产品红花郎，今年成为下滑最严重、库存最大的品种。

“今年我预计红花郎的销售收入在 20 亿元以内，要是只做到 12 亿元更理想。”罗文伟坦承，过去郎酒集团靠增加经销商和库存来提升业绩，未来几年，如何把经销商手里的酒真正卖给消费者更关键。

红花郎在郎酒集团销售收入占比在 40% 以上。2010 年，郎酒集团销售超 50 亿元大关，红花郎贡献 30 亿元；2011 年，郎酒集团首度破百，红花郎销售过半；去年，郎酒集团销售收入 110 亿元，红花郎拔得头筹。从年销售收入不到 5 亿元到进入百亿俱乐部，郎酒集团用了不到 10 年。今年秋季糖酒会上，郎酒集团却首次宣布放缓速度。

郎酒集团还面临解决价格体系混乱问题。目前郎酒厂家采取给经销商打包政策支持的方式，以补酒来补贴经销商，折算成价值，经销商手里的红花郎成本价降到 200 多元，才基本不倒挂。郎酒销售人员称，对红花郎，厂家支持的实物价值约占销售价值的 40%。郎酒集团称，“到 2015 年春节，经销商库存消化完了，开始接受升级换代产品。届时名酒价格会涨起来。”

一线企业的调整，到后年都结束不了

投资需求率先退出市场，茅台的投资价值丧失

《新食品》杂志前总编辑、《酒业总裁参考》顾问秦柯认为，目前，白酒行业的调整才刚刚开始。

“过去 10 年，中国白酒量价齐升。高端白酒贡献了行业 50% 以上的净利润，白酒上市公司中，几家大企业就占高端白酒净利润的 60%，主要靠价格拉动。”盛初咨询董事长王朝成说。

茅台的零售价从 5 元到 10 元用了 10 年，从 10 元到 100 元用了 10 年，从 100 元到 300 元用了 10 年，从 300 元到 1000 元用了 2 年，1000 元到 2000 元只用了 1 年。消费的畸形带来了价值的高估，高端酒的需求被人为放大，囤酒成为一种消费选择。十年前的需求缺口，带来了今天白酒产能的剧增。茅台和五粮液提出 1000 亿元的目标，地方酒提出 100 亿元的目标。铁犁说，目前光名酒厂的新建产能加起来上百平方公里，相当于新加坡国土面积的 1/5。

茅台提出“十二五”将提前实现产量 4 万吨的目标。“茅台的产能达 2 万吨就能满足消费，扩产到 4 万吨卖给谁？”有茅台经销商对记者说。

2012 年中秋，成了高端白酒的供需拐点。投资需求率先退出市场，茅台的投资价值丧失。存货抛售后，需求进一步减少，渠道开始压货，茅台、郎酒、丰谷的渠道过多压货，市场库存加大，批发价下降，导致经销商大量抛货，最后高端白酒的价格呈螺旋式下降。

“1989 年，限制公款消费引发白酒危机，1998 年亚洲金融危机带来白酒危机。今年，三公消费限制，宏观经济减速、产能过剩三大因素再次导致白酒危机。”

铁犁说，这次危机比哪一次的时间都长，调整更深刻。今年业绩上升的酒厂不会超过 5%，下降的企业将超过 70%。高端惨淡，意味着全行业的终端销售利润下降 60% 以上。

以高端酒为主要产品结构的企业受伤最重。年报显示，水井坊的下滑幅度居川酒 6 朵金花之首。铁犁指出，白酒产业的调整意味着价值重构，厂商利益要调整，厂商关系要调整，企业的经济效益也要调整。

王朝成指出，2011 年，一瓶茅台出厂价 619 元，卖到 1600 元、1800 元，一瓶酒赚 1000 元的流通环节暴利不会再出现。铁犁认为，茅台酒的零售价卖到 1000 元~1500 元是理想价格，合理价位在 1000~1200 元，不排除零售价跌到 800 元。

比 1998 年白酒危机更严重的是，五粮液的零售价已出现倒挂。此次秋季糖酒会上，五粮液提出经销商要死守渠道调货价 659 元，这已比五粮液的出厂价还低，否则将视为放弃经销权。现在，国窖 1573 的出厂价定在 999 元，比茅台的出厂价还高，市场接受程度小。泸州老窖股份销售的一种高端定制酒，甚至可以 1 折销售。

“一线企业的调整，到后年都结束不了。”铁犁说。业内人士分析，从 2012 年上半年开始的白酒调整，从市场不利传导给厂家，再到厂家主动调整策略减产尚需时日；白酒名酒企业以国有企业为主，不会主动调整未来市场预期，因为要满足政府要求的各项经营指标。