

# 白酒告别暴利时代 亲民消费将成主流

从 2001 年至 2014 年,这 13 年中,中国的白酒产业从低谷到尖峰,又从尖峰跌落至深渊,黄金十年戛然而止。白酒行业用 13 年的时间寻找着自己的发展方向,回归消费本质。历史的脉络清晰可见:回归“民酒”路线才是未来白酒行业的出路所在。

## 行业拐点突然到来

无可奈何花落去,事实上,“三公消费”被限,俨如高端白酒的一场“梦魇”,加上 2012 年下半年塑化剂事件和禁酒令的影响,白酒业步入寒冬期,无奈挥别过去的黄金十年。

从过去 10 年来看,以高端消费为核心,在高端白酒供不应求的带动下,全行业的产销也随之不断攀升。数据显示,白酒行业 2012 年产量 1153 万千升,销售收入近 4500 亿元,与 2003 年相比,产量增长 2.5 倍,销售收入增长 7.4 倍,十年来白酒产量和销售收入分别保持了 13%和 23%的年平均增长率。

十年的黄金时期,白酒企业营收完全是一幅高歌猛进的景象。数据统计,2003 年至 2012 年,白酒行业 13 家上市公司营业总收入为 3960.69 亿元,增速呈逐年递增之势,2011 年达到最高峰,为 45.97%。2011 年、2012 年行业净利润增速分别为 60.16%和 54.51%。

而处于拐点中的 2013 年,根据国家统计局数字显示,纵观去年全年,白酒行业以往的超高增长态势已不复存在。去年全年白酒行业规模以上企业完成总产量 1226.20 万吨,同比增长 7.05%,尽管产量增长,但增速已下降到 5 年来的最低水平。

数据还显示,去年我国 1423 家规模以上白酒企业全年累计完成销售收入 5018.01 亿元,同比增长 11.22%,该增速也降至 2009 年以来的最低水平。1423 家企业去年全年实现利税总额 1360 亿元,其中利润 804.87 亿元,比上年同期均有所下降。这其中有 86 家企业亏损,比上年同期增加 16 家企业,累计亏损额 8.31 亿元,比上年增长 1.38 倍。

“中国白酒业已告别暴利时代,在经历了 10 年的高速增长后,白酒业将回归理性。”白酒营销专家白玉峰表示,“过去十年,白酒行业高速增长的主要动力来自政商消费,随着政务消费的缩水,白酒业将会逐步迈入正常的消费领域。回归品质、回归价值成为白酒消费的主旋律。”

## 高端酒价格 坐上过山车

在白酒业的黄金十年,高端酒的价格年年涨几乎成了定

律。以茅台为例,历史资料显示,2003 年 10 月份,茅台将高度茅台酒从 218 元提高到 268 元;第二轮提价是在 2006 年,茅台提价幅度约为 15%,53 度茅台出厂价从 268 元涨至 308 元,低度茅台均价也从 198 元涨至 228 元,年份酒的涨幅更是高达 30%以上。2007 年 1 月上旬,市场上茅台酒的零售价从 328 元涨到 450 元以上。2012 年,贵州茅台 53 度的飞天茅台价格甚至涨到了 2280 元,近 10 年时间,茅台的涨幅超过 945%!

然而受“三公消费”限令影响,从去年开始,高端酒在终端市场就出现了不同程度的降价。今年 1 月,记者调查发现,多款高端白酒都在进行打折促销,价格均比市面上低了 200~500 元不等。如 52 度 500ml 的五粮液仅售 799 元,53 度 500ml 的飞天茅台仅售 1050 元,洋河梦之蓝、国窖 1573 也不同程度下调了价格。

仅仅 4 个月的时间,高端白酒价格调整已从前期的终端市场价格变动进入出厂价调整阶段。日前,五粮液明确了其价格体系调整:核心产品——52 度水晶瓶装五粮液出厂价为 609 元/瓶、团购价为 659 元/瓶、零售指导价 729 元/瓶,五粮液方面称,“此次调整是遵循市场规律的举措。”白酒营销专家肖竹青认为,酒企以降价为手段,是抢占市场份额的一个“符号”。

而在稍早之前,泸州老窖或已“低调”调整了 1573 的价格体系。5 月 10 日,国泰君安一份研报称,渠道调研显示,公司从 4 月 1 日起下调柒泉公司国窖 1573 的出货价至 680 元(含保证金),终端价则回落至 800 元以内。

“五粮液降价会导致连锁反应,会直接挤压国窖 1573、剑南春、洋河梦之蓝、西凤酒高端国典凤香等的市场份额。”肖竹青称,“如今各大酒厂已将抢夺市场份额当作第一要务,输掉市场份额,很可能就会退出白酒的主流舞台。”

不过肖竹青也表示,高端白酒还是有相当大的市场潜力,不管在什么情况下,中国人对高端白酒的需求是不可缺少的。未来高端白酒行业将由政务消费主导转变为商务消费主导,消费者将更加注重高端白酒的性价比。“如四大名酒之一的西凤,积极创新营销渠道,国典凤香高端酒主攻商务消费,将喝酒大户发展成为卖酒客户,通过缩短渠道层级,较为成功地实现了从政务消费向商务消费的转型。”

## 产能过剩集中爆发

业内人士表示,2013 年还只是白酒行业调整的元年,未来白酒行业的发展趋势将进入最艰难时期,面临更深层次的调整,白酒产能过剩是白酒不得不面对的难题。

根据《中国酿酒产业“十二五”发展规划》,到 2015 年,全行业将实现酿酒总产量 8120 万千升,其中白酒行业预计产量将达到 960 万千升,销售收入达到 4300 亿元。但在“十二五”开局年的 2011 年,中国的白酒产量就高达 1025.6 万千升,提前完成了既定产量额。也就是说,在 2011 年,中国的白酒产量已经提前 4 年超额完成了 2015 年的规划目标。中国酒类流通协会副会长、秘书长刘员表示,从总量上看,白酒行业产能过剩、供大于求的状况已经非常突出。

肖竹青表示了对白酒产能过剩的担忧。他说,“黄金十年白酒行业的高增长、高赢利成了疯狂的代名词,酒厂、投行纷纷投资扩建白酒产能,但前几年白酒业的高增长、高赢利掩盖了白酒的产能过剩,众多的白酒产量被转移到经销商手中,白酒产业库存严重。”

同时,出于 GDP、税收及社会就业增长考虑,地方政府成了白酒产量飞速增长的最大推手。白酒行业资深经理人晋育锋也表示:“过去几年,在高增长背景下,包括茅台镇、四川宜宾、泸州、湖北等几个重要的白酒产区盲目投资,这些产能都会在 2014 年集中释放,新的大周期即将来临。”

“白酒行业产能规划明显冒进,品牌企业产能扩张速度极快,到 2014 年,白酒产能集中释放后,白酒行业过剩局面难以避免,特别是中高端白酒产能过剩压力尤大。受此影响,白酒企业不仅产量增速下滑,收入和利润增速仍将放缓,亏损面继续增大。”白玉峰告诉记者。

## 竞争将进入肉搏战

白酒行业未来前景如何呢?

刘员表示,前几年由于行业的泡沫,不少酒企包括地方政府,都对酒厂寄予了很大的希望,不惜大量扩大产能,目前白酒产能远远超过了市场需求。这种产能释放到市场以后,必然会对市场造成更大的压力,白酒行业低谷不是马上就能过去的,可能还需要 3 年、5 年的调整。

众多酒企开始放低姿态,将目光瞄向平民消费的中低端市场,下调价格,开发新产品,并加速全国化的布局。

白玉峰表示,高端白酒销量下降,中档白酒竞争激烈,中国白酒已告别暴利时代,将回归理性,“亲民”的大众消费将成主流。白酒业想要做好大众消费,降价并非一劳永逸的办法。白酒大众消费时代除了价格,白酒的口感、舒适度、包装、营销以及能否符合消费者的心理需求等,都是白酒厂商需要思考的问题。肖竹青表示,未来白酒将进入性价比时期,消费者将更加注重体验式消费。同时,白酒行业进入“大鱼吃小鱼,小鱼吃虾米”的阶段,白酒行业并购大潮持续进行,行业集中度将进一步提高。

(京华)