

# 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。据统计,2003年至2012年,白酒行业13家上市公司营业收入为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,白酒行业高增长的主要动力来自政商消费,随着政商消费的缩水,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,高端白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,高端白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。目前,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、零售指导价为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峰也表示:“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”的大众消费将成为主流。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)