

情义天下

——苏酒集团 2013 年周口区域公益活动纪实

苏酒集团董事长张雨柏说,“越是发展得好的优秀企业,就越有责任回报社会、造福于民。我们要长期坚持把‘领先领头领一行,报国报民报一方’作为核心企业理念”。多年来,苏酒集团在实现跨越发展的同时,也在为公益慈善事业持续付出,强烈的社会责任感,一次又一次给人留下了深刻印象。

为什么洋河股份(苏酒集团)会在一次次的公益行动中身先士卒,满腔热忱?张雨柏历经多年打造出来的特色鲜明的企业文化,为我们提供了一种充满激情和令人感动的解读。

像雄狮一样,做非常具有战斗力的强者,敢于竞争,勇于创新;像羊一样吃的是草,挤出来的是奶,敢于担当,乐于奉献,最终实现“领先领头领一行,报国报民报一方”的美好夙愿——这是张雨柏一直所倡导和坚持的“狮羊文化”,它成为整个白酒行业乃至国内企业中独具特色的文化风景。

在“狮羊文化”的指引下,作为白酒行业的领军企业,洋河股份(苏酒集团)的公益行为不仅赢得了社会的认可,更创造了独特的“洋河爱心模式”,给予被关爱和帮助对象勇往直前的动力。

和其他企业不同的是,洋河股份(苏酒集团)坚持“从我做起,主动搭台”的公益理念,联手合作伙伴,感召员工和消费者,主动关注需要帮助的群体,将公益事业做深做

透,让爱的分子传递到社会的各个角落。这一模式把洋河员工、商业伙伴、具有共同理念的消费者以及需要帮助的人们联系到了一起。在这一理念的支撑下,洋河股份(苏酒集团)分布在全国各地的分公司(办事处),将点点滴滴的爱心汇集成企业的社会责任,在区域内积极发起捐赠活动。与此同时,在企业的带动下,洋河股份(苏酒集团)的员工将奉献爱心、参与公益活动转变成了自觉行为。

无论是在洋河股份(苏酒集团)所在地江苏宿迁,还是在全国其它各地,无论是在改善医疗、卫生、教育等公共基础设施,还是关心支持学生、儿童、残疾人等弱势群体,都可以看到洋河股份(苏酒集团)公益活动的身影。

2013年,洋河股份(苏酒集团)周口分公司在周口区域举行了多场爱心公益活动:资助周口市人大、政协两会用酒水;组织郸城县首届“双沟珍宝坊杯”集体婚礼;组织淮阳首届集体婚礼;资助郸城县“全民健身月”活动暨第五届职工篮球运动会;资助总政歌剧团文化下基层“歌声飘过五十年”演唱会;炎炎夏日,慰问郸城县公安局交、刑警,并赠送价值10万余元的酒水慰问品;8月1日,对市军分区、408团、市消防支队及各县消防大队进行慰问;资助郸城一高2013届优秀毕业生欢送大会;8月份,联合周口市慈善

总会,针对家庭较为困难的新录取大学生,组织设立“梦想助学基金”,对贫困大学生资助金额15万元;对被高校录取学子赠送“高考大礼包”活动;9月,为在外务工人员组织“月圆之夜”大型音乐会;与市慈善总会共同组织2013年迎国庆“洋河蓝色经典”慈善福彩环河小马拉松比赛;与市邮政局联合主办文化惠民活动。

正如全球知名企业家麦当劳董事长兼首席执行官 Jim Cantalupo 所表达的那样:“社会责任不是一个有始有终的计划,这是一个不变的承诺。”洋河股份(苏酒集团)的社会责任不是出于简单的、功利的公益营销,而是企业的一贯态度,是融入企业文化、植根企业血液的自发行行为。

洋河股份(苏酒集团)稳步发展到今天,一方面拥有很多高素质的员工,另一方面是客户数量庞大,大家结合到一起,就能在对社会有益的事情上发挥影响力,形成良性循环的积极效应。而在此过程中,洋河股份(苏酒集团)也已日益成长为一个有担当的民族标杆企业。

有行业专家认为,像洋河股份(苏酒集团)这样的行业领军企业,主动承担社会责任,对消费者负责,将慈善事业做深做透,为普通人圆梦,不仅影响到整个行业的发展和作为,也终将成为中国民族企业的主流和中坚。

近日,河南宋河酒业公司组织60多名中层以上干部,先后赴焦作怀庆堂制药公司、开封豫港制药公司、鹿邑广仁纺织公司等5家企业实地参观学习,分享吸纳先进管理方略,感触兄弟企业又好又快的发展成就。图为在武陟辅仁怀庆堂制药公司生产车间参观。 李杰 摄



调整未见效,多家白酒上半年预亏

近期,多家白酒上市公司相继发布了今年上半年的业绩预报,净利普遍降幅明显,甚至不乏发出预亏警告者。分析认为,白酒从绝对强势地位跌落至必须主动出击市场,但其面对真正的市场营销时却失去了方向,经历近三年调整后,仍旧没有找到有效的调整策略。

净利润普遍下滑

目前,沱牌舍得发布了2014年半年度业绩预减公告。公告称,预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润为2825万元,同比减少60%到90%,基本每股收益为0.0838元;此前,洋河股份曾预计,上半年净利润为27.9亿元至32.8亿元,同比下降15%以内;而老白干酒预计,前6个月净利润与上年同期相比下降30%左右;今世缘预告下降6%~10%。

同时,“亏损军团”还在进一步“壮大”。皇台酒业近日发布业绩预告,预计上半年亏损480万元。水井坊则预计,今年上半年及

全年累计净利润仍为亏损,2014年销售收入将受到持续影响。

亏损最为严重的当属已连续6个季度净利润下降的酒鬼酒,其2014年上半年度业绩预告显示,预计上半年公司归属于上市公司股东的净利润为-3900万元至-4900万元,同比下降227%~260%;预计基本每股收益为-0.12元/股至-0.15元/股。

从已公告中报预警的白酒上市公司来看,没有一家净利润呈上升态势。

扎堆转中端,致盈利下降

对于下滑的原因,沱牌舍得公告中解释称,2014年,由于受宏观政策和市场环境的持续影响,公司高档产品销售下滑,导致公司产品毛利率下降。

对于净利润大幅下滑,酒鬼酒已宣布全面收缩战线,目前公司已经撤掉华东中心,将北方中心的人员大量调回湖南,主攻湖南市场。此外,酒鬼酒近期集中推出了定价在300元以下的三大系列新品,希望未来营收

的80%能够来自300元以下的产品。但事实证明,产品结构调整未能拉升业绩,酒鬼酒在公告中表示,因公司销售收入大幅下降,同时因调整产品结构,导致产品整体盈利能力下降。

“白酒行业营收变化不大,但利润一定会下滑,主要是大家都往中端市场转体,一方面目前的确只有中低端市场有销量,企业也没有办法;另一方面,大家一窝蜂往中低端走,又让市场进入红海竞争,投入高单品售价低,毛利率肯定下滑。”九度营销顾问机构总经理马斐称。

中银国际分析师苏铖指出,白酒行业仍在调整期,中高端白酒目前主要是保持价格稳定和适度放量,在价量平衡达到之前,行业难言调整完毕。但他认为,看好下半年白酒的反弹行情。以茅台、五粮液为代表的高端白酒,持续去库存效果显现,中秋旺季之前的低库存不仅增强了经销商的信心,也缩短了厂家的报表反映时间,市场可以对白酒中秋旺季脉冲放量持有一定信心。

(周照)

进口葡萄酒“身份证”问题多

近日,安徽省南陵县消协成功调解了一起红酒无中文标识案,消费者获赔1500元,此事又一次给进口酒类的标签问题敲响警钟。尽管我国早已对进口酒类中文标签有明文规定,但记者了解发现,缺少中文标签、中文标识不规范、中文英文标识不符等问题层出不穷,引发诸多纠纷。

今年4月下旬,南陵县消费者王先生在该县一家超市购买了三瓶进口红酒,回家后发现酒瓶标签上全是英文,没有中文标签和中文说明书。王先生认为,超市未按照《食品安全法》规定销售商品,侵犯了他的合法权益,遂要求超市给予相关赔偿,但超市方拒绝,协商无果后,王先生投诉至消协。后通过消协调解,双方达成了一致意见,王先生退还三瓶进口红酒,供货商向王先生赔偿1500元。

据了解,中文标签是进口葡萄酒的“身份证”,食品标签是向消费者传递有关食品特征和性能的信息,也是依法保护消费者合法权益的重要途径。我国《食品安全法》及其实施条例等法律法规明确规定,进口的预包装食品应当有中文标签。

据工商局执法人员介绍,如果进口酒类没有中文标签,就说明这一商品不是通过正规出入境检验检疫部门进入中国市场的。换言之,如果在我国境内销售的进口酒没有中文标签,很可能涉嫌走私。一经发现,执法部门将依法查扣。

知名葡萄酒专家曾微表示,对于普通消费者而言,辨别原瓶进口葡萄酒,首先要看经销商是否有出入境检验检疫部门的卫生证和海关进境报关单。根据我国法律规定,所有进口食品都要加中文背标,如果酒瓶的背面没有中文背标,有可能是走私进口,质量不能保证。

资深进口葡萄酒经销商林先生提醒,原装进口酒必须有正标和背标,而且背标上要有中文标识。也不要以为有中文标签就万事大吉,一些产品标签上的内容不合规定,一样有问题。欧洲红酒的正标都有酒庄名、产区、级别、酒精度、容积、年份这6个最基本要素,同时中文标签还要加上国内进口商和经销商的信息。

根据规定,进口食品中文标签必须符合我国有关法律、行政法规的规定和食品安全国家标准的要求。以进口葡萄酒为例,其标签须符合《预包装食品标签通则》(GB7718-2004)、《预包装饮料酒标签通则》(GB10344-2005)和葡萄酒标准(GB15037-2006)相关规定。特别是葡萄酒标准中规定,葡萄酒可按照含糖量分为干葡萄酒、半干葡萄酒、半甜葡萄酒和甜葡萄酒,预包装葡萄酒标签应按含糖量标注产品类型(或含糖量)。

据专家介绍,进口葡萄酒的中文标签内容常常包括葡萄酒名称、产区、等级、收成年份、葡萄品种、酒厂名、产酒国名、净含量、酒精浓度等信息,具体的项目会因为不同的产国而有少许差别。只要读懂中文标签,就能对一瓶进口酒的品质概况了然于胸。

需要注意的是,并不是所有葡萄酒酒瓶上都会标示葡萄种类、澳、美等生产国规定,一瓶酒中含某种葡萄75%以上,才能在瓶上标示该品种名称。传统的欧洲葡萄产区则各有不同的规定,如德、法,标签上如果出现某种葡萄品种名称,表示该酒至少有85%是使用该种葡萄所酿制的。

葡萄酒生产国通常都有严格的品质管制,各国的酒等级划分方法不同,通常旧世界的产品,从酒标可以看出它的等级高低。新世界由于没有分级制度,所以没有标出。就传统葡萄酒产地来说,酒标的产区名称是一项重要信息。知道是某产区的酒,就大概知道该酒的特色、口味。

(南方)