

停供国窖 1573

泸州老窖“刮骨疗伤”

由于频频遭受市场调整冲击，国窖 1573 的销量未曾达到年初预想目标的 20%。近日，泸州老窖宣布暂停向市场供应国窖 1573。

受国窖 1573 等品牌滞销的影响，泸州老窖发布业绩预告称，公司预计 1~9 月归属于上市公司股东的净利润为 12.15 亿元至 13.50 亿元，上年同期为 27 亿元，同比下降 50% 至 55%，净利润同比几乎腰斩。

在中高端酒销售下滑的同时，泸州老窖不得不调整产品结构。在刚刚结束的重庆秋季糖酒会上，泸州老窖旗下的博大公司发布了 7 款“泸小二”FOR ME 产品，意在通过小酒市场的发力带动中低端酒的销售，以此应对白酒业深度调整对泸州老窖的冲击。

暂停供货风波

遭受市场调整冲击的泸州老窖频频祭出自己的应对策略。9 月 26 日，泸州老窖总经理向其经销商发布了《关于国窖 1573 经典装停货的通知》：“从即日起，公司各单位全面停止国窖 1573 经典装的供应，公司将根据市场整治情况确认恢复供应时间。”

这意味着从 9 月 27 日起，泸州老窖将停止对国窖 1573 经典装的供货。一位泸州老窖内部人士表示，“这次暂停供货没有时间表，估计是要达到效果后才恢复供货。”而泸州老窖所想要达到的效果是：使市场保持低库存，同时也理顺价格。

停止供货的消息还没有完全扩散，参加秋交会的大部分经销商却沉不住气了，在他们看来“国窖 1573 停止供货，都是被五粮液逼的”。

事实上，今年以来，五粮液已经两次宣布调价。5 月，五粮液宣布核心产品 52 度水晶瓶五粮液的出厂价调整为 609 元/瓶，团购价 659 元/瓶，零售指导价 729 元/瓶。但随后的 7 月，国窖 1573 宣布不再挺价，1573 经典装市场零售价直接从 1589 元/瓶下调为 779 元/瓶，团购价直接从 1289 元/瓶下调为 680 元/瓶。泸州老窖董事长谢明称，大幅调整价格的目的在于促进动销，抢占市场份额。

就在泸州老窖价格腰斩，一定程度刺激销量之后，国庆前夕五粮液再出新招，经销商只要完成任务均可获配比低价货奖励，按 2:1 比例配 509 元/瓶价格的产品，直接将出厂价拉低至 576 元/瓶。

“这一招看似五粮液处于‘被动’，但事实上，我们都清楚，国窖的价格是被五粮液牵着鼻子走。”一位泸州老窖的经销商表示，之前老窖一直挺价在很大程度上是想保住高端地位，同时让品牌力贴近茅台五粮液。但现在选择降价，只会与茅台越来越远。

一位泸州老窖重庆经销商对记者表示，泸州老窖选在国庆前夕停止供货，就是为了



防止经销商打价格战，将国窖 1573 的价格稳住，清理现有的渠道库存。但五粮液一降再降，老窖已经稳不住了，如果说降价是与茅台越来越远，那再死撑下去，就是与经销商越来越远。

“之前老窖逆势提出控价保量的口号，但是没有预计这场寒冬越加严重，逆流而上让老窖寸步难行。不得已，老窖只能采取‘刮骨疗伤’的办法，重回控量保价态势。这将让泸州老窖更显被动。”知名营销专家肖竹青表示。

渠道阵痛加剧

泸州老窖的“刮骨疗伤”业界咂舌不已的同时，也让经销商阵营看到了老窖公司对渠道“动刀”的决心。

“国窖 1573 是泸州老窖的主力产品，在 7 月份降价之前销售不到五粮液的 10%，而

降价之后销量有了明显起色，差不多占到五粮液 60% 左右，但动销有所改善的同时，其价格体系也产生了很大的紊乱。”泸州老窖一位成都的经销商表示。

销量的增长，并不意味着净利润的增长。高端产品价格的腰斩，让老窖公司产品毛利率下滑。泸州老窖公司预计 1~9 月净利润将同比下滑 50% 到 55%，而相关白酒企业年中报数据显示，泸州老窖是四川四家白酒上市公司中，平均毛利率最低的公司，整体毛利率为 48.2%，但却是中高档酒中毛利率最高的，中高端产品的毛利率为 89.08%，而沱牌舍得和水井坊仅为 61.06% 和 66.25%，此番拳头产品国窖 1573 暂停供货，显然对于公司净利润的影响甚大。

国泰君安的调研表示，泸州老窖第三季度高档酒将在上半年下滑 67% 的基础上

扩大，主要原因是 9 月 23 日五粮液对完成任务的经销商配以低价货奖励，对泸州老窖形成冲击，后者选择了控量稳价应对。目前国窖 1573 一批价回落至约 520/瓶~550/瓶元，老窖期待通过半年时间清理渠道库存。

据泸州老窖内部人士透露，泸州老窖希望通过中低端酒的发力来扩大整个泸州老窖的市场占有率，不能短时间内计较高端酒一城一池的得失。为此，泸州老窖公司引导经销商成立了混合所有制的特曲、窖龄酒公司以增强渠道动力。

“低端酒仍保持稳健增长，实现了一定程度的抢占市场份额，上半年低端酒占总收入比已达 62%，预计未来仍将平稳增长，提升份额。”国泰君安的调研显示，国窖 1573 等高档酒在控量后，期待经过下半年渠道去库存，从 2015 年第一季度起，1573 的出货量恢复增长。

转向布局小酒

或许在低端酒市场尝到甜头，不忍陷入高端酒价格战的泸州老窖此次再度发力低端酒市场。

10 月 9 日，泸州老窖在重庆糖酒会新推 7 款“泸小二”FOR ME 产品，这也是继去年 10 月份推出小酒品牌“泸小二”之后对其产品的一次全面升级。

“80、90 后作为白酒未来的消费人群，正在成为下一个 10 年中国酒业发展的主要驱动力。”泸州老窖销售公司副总经理、博大公司总经理李小刚透露，作为泸州老窖博大酒业未来几年的战略之一，今后泸州老窖将从产品理念、市场定位、价位等方面关注年轻消费群体，因此“泸小二”FOR ME 产品在酒体风格上做了调整，在产品外观上进行色彩丰富，以满足消费群体个性化审美需求。

但据记者了解，“泸小二”目前在泸州老窖的市场格局中占比依然不大，前景也依然有待观察。泸州老窖表示，“泸小二”是公司低端酒的重点产品之一，但目前销售额较小，公司将会持续推广。而目前泸州老窖的主营业务仍是国窖 1573 和泸州老窖系列酒的生产和销售。

“不可否认的是，泸州老窖将根据市场情况进一步调整产品结构。”谢明表示：“泸州老窖前几年就已经开始在转型调整了，我们实施了‘双轮驱动’战略，用产业和资本两条腿走路，并实施‘双品牌’战略，就是我们的 1573 和特曲品牌。另外，还实施了‘多品牌’运作，泸州老窖不仅有 1573 和特曲系列，还有像头曲、二曲、养生酒等一系列的品牌。‘双品牌’和‘多品牌’共同支撑起了泸州老窖的整个品牌‘金字塔’，而这一结构，将随着市场变化进一步完善。”

(据《中国经营报》)

中国酒协文化委员会成立

10 月 18 日，由山西汾酒集团承办的中国酒业协会文化委员会成立大会在太原市举行，来自全国各地的行业名企代表、经销商以及文化专家学者 300 余人出席了会议。会议期间，一款全新亮相的汾酒纪念酒成为了各方媒体关注的焦点。

全国人大代表、汾酒集团董事长李秋喜致了欢迎辞，中国酒业协会理事长王延才作了主旨讲话，中国酒业协会副理事长兼秘书长王琦介绍了成立文化委员会的一些相关背景及筹备情况。泸州老窖集团董事局主席谢明，山西省政协原副主席、晋商文化研究专家张正明等代表行业与文化界作了精彩发言。

中国酒业协会理事长王延才与汾酒集团董事长李秋喜为文化委员会成立揭牌。会议选举公布了文化委员会主任、副主任、秘书长、副秘书长、顾问等名单，并审议通过了《中国酒业协会文化委员会实施细则与工作

方案》。与会代表一致认为，要集合行业的智慧和力量，使古老传承、优美厚重的中国酒文化，重新绽放光彩，以文化引领酒业的未来发展。

会议指出，中国酒业协会文化委员会的成立，旨在建立有保障的文化组织体，重点从三方面开展工作：一、学术研究。我国酒文化虽然历史悠久，传承至今，但欠缺完整的理论体系和史册整理。学术研究专业委员会的成立将致力于改变这种现状，力求集合多方面力量，推动我国酒文化建立完整的知识框架和史料体系，形成能代表我国酒文化文明的文献资料和研究成果。二、品牌传播。联合产业中有责任感的企业、企业家，整合品质优秀影响广泛的营销与传媒力量，不遗余力地策划开展一系列项目活动，使行业乃至整个社会能够通过一个丰富权威的平台，通过一系列精彩多元的文化活动，逐渐形成对中华酒文明严谨、深刻的认知，形成对中华

酒文明自豪、尊重的理解。三、国际交流。搭建跨国界的合作交流平台，以产业文明和产品文化为主题组织产业代表与其他国家的酿酒产业机构进行交流，通过策划文化展览、产业论坛、文化商旅等交流活动，打造一批具有品牌价值的可持续发展的产业公益项目或经济项目，与国际酒业形成互动合作关系，将中国优秀的酿造品牌推入一个崭新的产业发展阶段。

会议上，汾酒集团为大会定制开发的“中国酒业协会文化委员会成立大会纪念酒——限量版特制原浆汾酒”亮相。该纪念酒选用汾酒专供高粱，由国家级非物质文化遗产——杏花村汾酒酿造技艺传承人依传统工艺，经汾酒博物馆仿古生产酿造，选用贮存多年的优质原浆酒勾调而成。精度 66 度，容量 1500 毫升。酒瓶采用汾酒在 1915 年巴拿马万国博览会获得甲等大奖章的瓶型，商标使用 90 年前注册的“高粱穗”汾酒

商标。整体包装设计传统典雅，体现了中国传统文化的简洁大方与端庄大气，彰显了汾酒深厚的文化底蕴，具有很高的收藏价值。

业内人士纷纷表示此次文化委员会成立大会由文化积淀甚深的汾酒集团承办，将为白酒行业带来积极效应。汾酒是中国白酒产业的奠基者之一，是传承中国白酒文化的火炬手，是中国白酒酿造技艺的教科书，是见证中国白酒发展历史的活化石，一贯引领着中国白酒产业的前进方向。汾酒集团拥有“汾”、“竹叶青”、“杏花村”三大中国驰名商标，是全国“AAAA”级工业旅游示范点和国家级酒文化学术活动基地。杏花村汾酒老作坊遗址是全国重点文物保护单位，并列入世界文化遗产预备名录。杏花村汾酒酿造技艺是首批国家级非物质文化遗产，已进入申报世界文化遗产预备名录。

会议期间，还举办了“酒·道——中国酒文化的传承、弘扬和创新”论坛，就酒文化的未来发展构想等议题作了广泛交流。与会人员还去汾酒集团参观了世界文化遗产预备名录——汾酒老作坊、汾酒博物馆、杏花村汾酒集团酒业集中发展区。

(新华)