

五粮液混改方案出炉

业内人士看来,此次混改方案仅是第一步,未来不排除有新的混改动作

作为白酒龙头企业的五粮液在停牌 3 个月终于向投资者交出了一份混改图谱。公司拟定增 23 亿元投资信息化建设、营销中心建设和服务型电子商务平台建设三大项目。另外,作为国有企业,五粮液也首次祭出员工持股计划,通过激励机制来实现企业的更好发展,而引入战略投资者,则是五粮液的混改之举。

在业内人士看来,五粮液此次员工持股锁定期为 3 年,而员工、经销商与企业达成利益共同体,对企业的未来发展有利。另外,五粮液电商平台建设终于有了实质性进展,不管是营销中心的搬迁还是信息化的建设,都在表明五粮液这家国有大型企业正在迎来质的改变。

混改方案出炉

10 月 30 日晚间,五粮液公布非公开发行股票预案,发行价格为 23.34 元/股,发行股票数量不超过 1 亿股,本次发行募集资金总额不超过 23.34 亿元,募集资金将用于信息化建设项目、营销中心建设项目、服务型电子商务平台项目。

本次发行对象为国泰君安员工持股 1 号-宜宾五粮液第 1 期员工持股计划定向资产管理计划、国泰君安君享五粮液 1 号集合资产管理计划、泰康资产管理有限责任公司、华安基金管理有限公司、凯联(北京)投资基金管理有限公司拟筹建和管理的私募投资基金。其中,国泰君安资管计划以现金方式认购不超过 2200 万股,君享五粮液 1 号以现金方式认购不超过 1800 万股,泰康资管以现金方式认购不超过 3400 万股,华安基金以现金方式认购不超过 1500 万股,凯联基金拟筹建和管理的私募投资基金以现

金方式认购不超过 1100 万股。

在五粮液看来,信息化与工业化深度融合,国有企业通过信息化加速转型升级、实施“互联网+”战略的大背景下,投资信息化建设项目将把五粮液的信息化水平提升到同行业领先的水平,实现五粮液内部十大运营管理系统(平台)的全面信息化大幅提升企业的管理半径和管理效率。

值得注意的是,此次五粮液将营销中心从宜宾迁址成都建设全国营销中心,而这一举措在公司看来,白酒行业未来几年的重点将围绕管理体制改革、营销体制改革和多元化变革进行,营销中心项目建设是五粮液进行管理体制改革、营销体制改革和多元化变革的重要平台。

另外,此次募集资金投资项目中提到五粮液服务型电子商务平台建设,在五粮液看来,当前的酒类电商很难实现特定场景下收货的及时性,这也是我国的酒类行业电商化程度不高的主要原因。而 O2O 将会更好地按场景消费的特征提供服务,通过充分利用线下实体店的优势,以及线上移动终端空间的无限性特点,实现线上线下融合互补,使得用户获得最佳体验。因此,实施 O2O 的电商模式是有必要的。

对于上述募集资金投资者项目一事,五粮液董秘彭智辅接受记者采访时表示,本次非公开发行股票募集资金投资项目符合国家相关的产业政策以及未来公司整体战略发展方向,具有良好的市场发展前景和效益,有利于企业转型。另外,通过项目建设进一步提高公司运营管理效率、服务质量、综合竞争力水平和加快企业国际化步伐,对公司开拓新的业务板块、丰富公司业务结构及产品品种、寻求新的利润增长点。

未来改革会更深入

白酒行业本应该是市场化程度较高的行业,但在国内规模型企业依然属于国有企业,虽然这一局面在国家倡导的国有企业混合所有制改革的背景下将有所改变,但其混改的难度依然较大。此次五粮液的混改之所以迎来市场的高度关注及掌声,正是因为五粮液迈出的混改步伐对企业及酒行业都是具有重要意义的。

香颂资本执行董事沈萌接受记者采访时表示,五粮液混改方案出台,目的不在于筹集资金,而是以定增的形势将员工、经销商等利益共同体作为另类的战略投资者引入公司框架之内,特别是在国企混合所有制顶层设计发布后,通过混改解决此前企业利益与员工利益、经销商利益不一致的矛盾,同时也将员工和经销商纳入企业发展红利分享机制中,虽然此次定增规模不大,但具有一定的实验与示范效应,为今后其他类似企业设计混合方案提供了新的经验和模式。

同样,在资深白酒专家铁犁看来,五粮液此次混改的战略是清晰的也是务实的,对公司的长远发展是有利的。“白酒是快速消费品,本应该是市场化的行业,五粮液在市场化方面迈出积极的一步具有重要的意义。”

铁犁接受记者采访时表示,酒类电子商务的发展只是时间问题,未来 10 年中,酒类电商的份额会从目前的 2%提

升到 15%~20%,茅台、五粮液这些领袖型企业而言,未来电子商务的销售额占总销售额会有更大的比重,价值取向是对的。

根据铁犁的研判,明年年底,白酒产业调整将结束,作为领袖企业的五粮液会进入一个新的发展周期,而其此时在股权结构上的变化,引入投资者,内部员工持股,调动管理团队的积极性,对公司未来业绩改变起到重要的意义。

而纵观国内的白酒企业,在股权机制上做的较早的企业如今都收获不小。比如洋河股份在 10 年前通过管理层持股,提高管理层的决策效率,洋河经过 10 年发展,从当年的小企业如今发展成为市值 942 亿元(10 月 30 日)的企业。

铁犁表示,五粮液此次高管、员工持股为公司突破释放一个积极的信号,不过由于持股不到 2%的比例,短期内可以看作是公司战略步骤下面的一个改变,但不是根本转变,五粮液要想有更大的转变仍需要进一步深化改革。

对于五粮液混改一事,彭智辅则表示,此次员工及经销商持股是公司混改的第一步,未来公司的改革会更加深入,力度也会更大。

(据《证券日报》)

进口起泡酒渐受关注

随着酒水消费进入旺季,很多商家纷纷举办各种促销活动。近来市场上,除了传统的白酒和干红、干白外,起泡葡萄酒受到很多商家和消费者的关注。一些进口起泡葡萄酒包装个性,价格实惠,更是受到女性消费者的喜爱。

进口起泡酒受青睐

起泡葡萄酒,一般被大家称为起泡酒。以前很多人认为进口酒水产品有些“高大上”,和传统葡萄酒相比,购买起泡酒的人相对较少。不过,近期市场上这种情况正在悄然发生改变,很多年轻人对进口起泡酒不再感到陌生,因为这种酒包装非常漂亮,口感相对一般的葡萄酒少了些酸涩,再加上水果口味,很容易让人接受。不难发现,前几年起泡酒在专卖店才能出现,近几年在超市、烟酒店就很常见了。

现在不少大中城市的超市中还常有起泡酒的促销。比如有一款原产于西班牙的起泡酒卖 110 元一瓶,商家还制作了宣传版面,介绍该款产品选用了西班牙的著名葡萄品种莫斯卡托酿造而成,加上现代酿酒技术,谜一般的蓝色气泡,能让消费者感受到正统的西班牙风情。

绚丽的包装,独特的异域风情,起泡酒吸引了很多消费者的关注。一位超市的负责人说:“与红葡萄酒相比,起泡酒入口清爽、酒精度低,冷藏后口感更佳,适宜朋友聚会时饮用,且包装较为时尚,很多女性朋

友非常喜欢。几年前,这种酒在超市销售的种类很少,如今各种品牌已经有十几款,在情人节或圣诞节等节日,起泡酒还会作为主打的促销商品销售。”

价格亲民推动销量

除了包装和口感,起泡酒之所以能够受到越来越多人的喜欢,价格亲民是主要原因。超市销售的多是每瓶 100 多元至 300 元的产品,这个价位容易被消费者接受。值得注意的是,从今年夏天开始,进口起泡酒的市场价格与往年相比有所下降,每瓶价格不足百元的产品种类越来越多。

业内分析人士认为,和传统白酒相比,起泡酒不算是酒水消费中的刚性需求,起泡酒降价是此类产品销售量上升的重要因素。

还有业内人士表示,与去年相比,今年进口酒商品价格有所下降,尤其是进口起泡酒较为明显,再加上电商的不断冲击,线上线下都有特价起泡酒供消费者选购。一家葡萄酒酒庄负责人认为,起泡酒价格下降的原因,主要是起泡酒的消费需求日益提升,进口商进货量也随之扩大,从而降低了采购价格。该业内人士还表示,起泡酒因为迥异的特质,相对于一般葡萄酒的储存方法不一样。因为起泡酒会源源不断地产生气泡,打开后保存的最好办法是用专门的起泡酒瓶塞来封存,这种瓶塞网上都有销售,价格也不贵。(据《中国食品报》)

