

盘点18家上市白酒企业三季报

拳头单品成业绩增速引擎

18家上市白酒企业2015年三季报已全部出炉，记者梳理后发现，除沱牌舍得、迎驾贡酒、金种子酒、青青稞酒、今世缘之外，其他酒企营收均获得增长。其中，洋河股份、古井贡酒、老白干酒业绩增幅明显。业内人士分析，成熟的拳头单品在酒业低迷之际较易细分突围，助推酒企业绩增长。

酒业产品价格细分

记者梳理18家上市白酒企业三季报发现，贵州茅台、泸州老窖、洋河股份、古井贡酒、老白干酒、口子窖、顺鑫农业、酒鬼酒、水井坊、皇台酒业实现了业绩净利双增长，其中，洋河股份、古井贡酒、老白干酒三家业绩增幅明显，分别为11.02%、13.77%、22.78%。

值得关注的是，业绩表现突出的品牌均拥有畅销款，也就是白酒行业称的拳头单品。比如茅台的飞天茅台、洋河的海之蓝、古井贡酒的年份原浆。

对此，白酒营销专家晋育峰表示，酒业产品价格带进一步细分，若酒企拥有在某一价格带的强势单品，在酒业低迷之际较易细分突围，使酒企业绩重新获得增长或保持增长趋势。

川酒业绩压力尚未缓解

记者了解到，上市4家川酒企业表现均不尽如人意，其中沱牌舍得营收下降20.69%。五粮液前三个季度实现营业收入

151.31亿元，同比微增0.42%，但净利润同比下降2.22%。泸州老窖前三个季度营收共50.14亿元，同比增长5.31%，净利润同比增长6.09%。水井坊前三个季度实现营业收入61891.07万元，同比增长122.42%，净利润为7079.76万元。

然而，有业内人士指出，水井坊扭亏为盈并非是主营业务的增长，而是由于长期业绩亏损基数较低；与此同时剥离了长期占用资金的项目。因此水井坊的销售业绩实质上并没取得明显增长。

业内人士指出，白酒行业近年呈现“L”形发展，在经历深度调整期后，还将长期在低谷徘徊。川酒作为国内主要的原酒生产基地，业绩压力仍将持续存在。

白酒行业步入新常态

数据显示，国内约1.8万家白酒企业，近8000亿元市场份额，18家上市酒企的比重很小。蔡学飞表示，白酒企业业绩增长并不一定是来自销售额的实际增长，有一部分是新业务拓展，即来自收购或并购的资本收益。可以明确的是，中国酒企的资本整合速度正在加快，大量资本向名优酒企集中。

晋育峰也指出，随着高端难以持续、低端费用高企，唯一的结局就是利润大幅度下滑、现金流更为紧张，这一状态在2015年之后将更严峻，竞争强度加大，生存环境更加严峻，这是白酒行业的新常态。与此同时，资本将主导下一个周期的产业整合，并改写行业规则。

(据《北京商报》)



郑州酒协启动“中国细酒工程”公益活动

11月4日，郑州酒协在郑州召开“中国细酒工程”公益活动新闻发布会，标志着由其发起的“中国细酒工程”公益活动正式拉开帷幕。据悉，在此前的南京秋季糖酒会高端论坛上，郑州酒协常务副会长张云旺首次以行业组织的名义发声，宣布启动以“开启细酒时代”为主题的“中国细酒工程”公益活动。

近年来，中国白酒塑化剂事件、酒精勾兑门事件、央视调查白酒添加剂事件等一系列安全事件让中国白酒成为“不明不白的液体”，中国白酒需要正名。

那么问题来了，什么是细酒？郑州酒

协为何要“开启细酒时代”？怎么鉴别细酒？

郑州酒协秘书长徐新洲介绍，细酒者，古称精酿细作之好酒，有“细酒肥羊”之说，并有宋代“细酒”铭梅瓶实物为证。纵观中国酒文化历史，千古以来只有“好酒”、“细酒”、“美酒”之说，而没有“名酒”之说。当前，中国酒业正在经历从名酒到民酒、从名酒到细酒，从名酒到美酒的嬗变，正在经历品质回归、本质回归、价值回归、文化回归、审美回归的转化，返璞归真、正本求源的消费意识正在觉醒。中国的白酒行业已到了造良心酒、卖放心酒的时代和引导消费者如何喝酒、喝

好酒的时代，也就是“诚信酿酒明白喝酒”的时代。从名酒战略到细酒战略，将是中国酒业发展的大势所趋。

至于为何要倡导发起“中国细酒工程”公益活动，郑州酒协常务副会长张云旺表示，白酒尤其是传统浓香、酱香型白酒大致分为固态酒、固液态酒和液态酒3种，其中只有固态酒才是真正的纯粮食酿造，不含任何香料、添加剂，而市场上如今到处充斥着的白酒只能称之为酒精“饮料”。郑州酒协发起“细酒工程”的目的就在于倡导厂家酿好酒、酿细酒，还原白酒真实的面目，让老百姓健康喝酒、喝健康酒。

会议现场，郑州酒协副会长徐汴生还讲解了如何鉴别纯粮细酒：一、摇，拿起酒瓶用力摇晃，产生的白色泡沫越慢消失的越是好酒，反之则为添加酒精、香料的勾兑白酒；二、兑，用纯净水与白酒按一比一的比例混合，显示为乳白色液体的为粮食细酒，显示为淡蓝色的为固液态白酒，也就是说含有部分粮食酒，不变色的为勾兑酒；三、感，好酒喝起来舒服，喝完酒好受，简称“好喝、好受”。

徐新洲介绍，为推进“中国细酒工程”公益活动发展，郑州酒协接下来还将发起成立“中国细酒工程”组委会，建立“中国细酒工程”总部基地，启动“中国细酒工程”万里行活动并组织召开中国细酒论坛、中国细酒博览会，“中国细酒工程”现在只是万里长征走出了第一步，还需要全行业、全社会共同付出很多努力。”徐新洲说。

(大河)

220瓶安顺产高仿“茅台酒”现身重庆

亮眼的红色包装，白底上面倾斜地写着商品名，乍一看，和大名鼎鼎的茅台酒差不多，而且还写有“贵州茅台镇”。仔细瞅瞅，这酒却不叫“茅台”，产地也不是“茅台镇”。

近日，重庆查获了这样一批外包装高的“茅台”。记者从重庆市商委获悉，今年前三季度，就查扣涉嫌假冒和侵权酒400余瓶，涉案金额10多万元。

最近，重庆市面出现了这样一批酒：和茅台酒包装十分类似，用时髦的话来说，就是

“高仿”。不过你仔细看，它的名称可不叫“贵州茅台酒”，而是“国酱宴酒”。

在“国酱宴酒”的包装上，写有“贵州茅台镇”字样。不过仔细看生产地，却是贵州省安顺市平坝区夏云镇，和茅台镇不搭边。酒的生产商为“贵州国窖酒业有限公司”，而不是“贵州茅台酒股份有限公司”。

近日，重庆就查获了这样一批酒，数量18件、220瓶，案值5万余元。记者从重庆市商委获悉，该酒生产商拟将该批酒在武隆县代理

销售，刚运到武隆县就被查获。

重庆市商委人士介绍，事发当日，该批酒代理商不能提供《酒类流通备案登记证》、《酒类流通随附单》、《质检报告》等酒类流通必备手续。

武隆县商务局依据《酒类流通管理办法》有关规定对代理商进行罚款处罚，并将该批酒进行了妥善处理。(摘自《重庆时报》)

消费参考

