

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，惟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，自古以来只有“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仿的“茅台”。记者从重庆市商委获悉，今年前三个季度，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》)