



王利博制图

【高端酒探底之论道】

让高端白酒回归市场和产品价值本位

■ 许意强

高端白酒的增长行情并未结束,结束的只是那些“非主流、非理性”消费市场。

从去年底开始的一场因“三公消费紧缩”导致的中国高端白酒市场的整体下滑趋势,对白酒产业整体的发展造成不小的冲击,特别是在高端白酒市场上,相关企业大多遭遇“腰斩”,很多企业的高端市场拓展已难以为继。

在笔者看来,这并不意味着已“高速发展、持续上涨”的近10年高端白酒市场行情的全面结束。这一轮高端白酒的洗牌,洗去的是对非理性市场和非常大众人群的需求,而让更多的企业开始挖掘存在于大众市场和大众消费者的真正需求。我们更愿意将这一轮市场调整看作是整个白酒产业发

展的一个“去虚火”战略拐点,即“去除高端白酒的虚火和泡沫,回归产品价值本位和需求本位”。

应当清楚地看到,过去10年来中国高端白酒市场的发展,是整个白酒产业的“狂热十年”。在这10年中,高端白酒的价格一路上涨,呈现出“前所未见”的增长速度。与此同时,高端白酒本身的产品品质、价值并未随之出现同比例的增长。

这也直接导致“不求最好,但求最贵”的畸形消费价值观出现。特别是在白酒企业的“历史包装+广告轰炸+特殊渠道”立体化包装之下,很多白酒价格出现了“持续疯狂上涨”后却还会“抢货、断货”情况。

这也加速白酒企业,不追求产品内在品质的提升,而是不断通过外部的“概念包装、渠道炒作、品牌包装”等非理性竞争手段,推高产

品价格,推高企业增长目标。

对于这一状况,白酒企业不应感到高兴,而应该感到担忧。因为造成这一“繁荣景象”背后,不是真正的大众市场消费需求在支撑,而是来自于某些特殊渠道、特殊人群、特殊需求在支撑。而这一购买力和消费力只能支撑白酒产业“一时的扩张与发展”,而无法成为持久推动高端白酒价格上涨、需求上涨。

如今,随着支撑高端白酒市场需求的外部政策和因素的消失,很多白酒企业开始从高端市场转战中低端市场,转而寻找企业业绩的新支撑点。但是,中国的白酒企业再也找不到过去的那种特殊消费人群和特殊政策支撑下的“高价格、快增长”体系。必须要回归到市场和产品价值的本位,从而寻找在大众消费市场上挖掘中高端消费。

这一轮因外力所导致的企业经

营策略调整,让经营重心向市场和产品价值回归,反而会在今后十年甚至更长时间,激发中国消费者对于中高端白酒的需求力和购买力,为中国白酒产业重新构建一条“可持续发展”的中高端白酒新路径。

这才是白酒产业未来发展转型的正道。因为,人们对于高品质生活的追求和向往,是没有止境,更不会停息的。同样,大众市场上对于中、高端白酒的需求,也会保持着相对稳定的增长速度和趋势。

我们还可以看到,外部经济的稳步增长,特别是经济增长方式的变化,普通家庭生活水平的提升和整体消费趋势能力的高端化走势,也会让越来越多的家庭消费、日常消费,具备对中高端白酒的实际需求增长和提升。如何挖掘这些市场的潜在消费需求,显然是当前众多白酒企业所要破解的课题。

【高端酒探底之趋势】

利润下滑引发行业震荡 高端白酒全线受困

■ 本报记者 闻笛

虽然全国范围正值酷暑难耐,但2013年的二季度注定会成为白酒企业十几年来最为寒冷的一季。截至目前,已有4家白酒公司发布了中报业绩预告。其中,三家公司中报业绩同比出现剧降情况,而降幅最大的皇台酒业将出现亏损,白酒行业整体数据惨淡不容乐观,业界内外一致认为,白酒板块迎来了史上最难看中报季。

记者在“2013中国名酒高峰论坛”上获悉,2012年酿酒产业产量同比增幅下降了7.75个百分点,销售收入增幅下降了12.74个百分点,利润增幅下降了5.52个百分点。各种数据和市场表现证明,白酒行业尤其是高端白酒正遭遇着一场严重行业危机。

酒企利润探底 行业回暖遥遥无期

7月中旬,酒鬼酒发布净利润降幅近九成的中报预告。酒鬼酒预计公司今年上半年归属于上市公司股东的净利润为2800万元至3300万元,比上年同期下滑87%至89%。几乎在同时,沱牌舍得发布业绩预减公告称,预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润同比减少80%。以上年同期沱牌舍得1.86亿元净利润计算,公司今年上半年净利润不到4000万元。以此参照公司今年一季报5700万元的净利可以发现,沱牌舍得今年二季度已现小幅亏损。两家不约而同地将利润下滑的原因归结为,因受市场因素影响,高档产品的销售下滑较快,白酒行业进入调整期。

除酒鬼酒、沱牌舍得外,茅台、五粮液、水井坊、泸州老窖等一线酒企2013年一季度业绩也不容乐观。记者查阅财务报表看到,2013年首季度,贵州茅台净利润同比增速跌至近两年新低——21%,较2012年、2011年单季最低增幅还要低10个百分点;五粮液一季度净利润同比增幅仅为18.91%,但营收增幅却也只有5.41%。水井坊的净利润为11405.44万元,同比下滑36.79%;泸州老窖的净利润为11.43亿元,同比下滑11.64%。目前唯一一家披露中报业绩正增长的是洋河股份,据公司此前在一季报中预计,上半年净利润变化幅度在0%到10%之间。

业界认为,2012年下半年以来,在一系列市场负面因素的冲击下,此前曾经风光无限的白酒企业尤其是一线酒企经营及业绩承受了巨大的压力,一季报时不少酒企负增长的局面在二季度继续“发酵”。经历过一季度的量价齐跌之后,白酒行业在二季度进入艰难去库存时期,在行业“寻底”的过程中,酒企半年报“难看”不难理解。

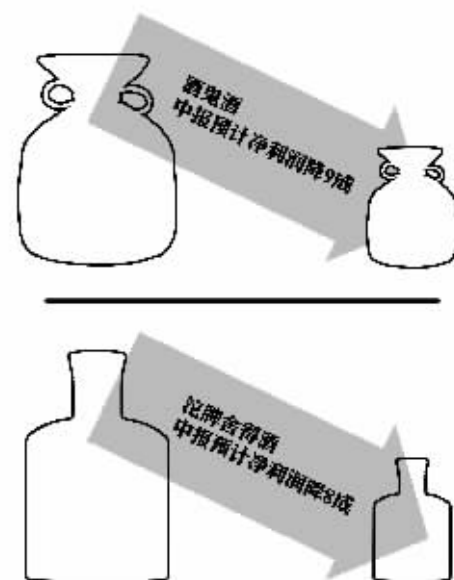
政策因素仅是导火索 盲目扩大产能造恶果

但对于白酒行业是否已经完成此轮探底,也有分析师持不同观点。“此轮白酒行业的调整远未结束”,中国科技产业投资管理有限公司冯超群博士坦言,白酒行业目前仍然面临产能过剩、产品过剩、库存过剩三大问题,不管是降价促销还是腰部发力都将主动促进白酒调整周期的完成。“短期内高档酒放弃控量保价,加大对经销商返利策略将会加速行业探底,但白酒行业未来2年销售很难有大的起色,白酒厂家很难寄望于白酒销量的大幅攀升。”

专家指出,对于中高端白酒市场半年时间内“跳水般”的下滑,政策只是起到了导火索的作用,其背后则是,中国白酒市场经过十多年的发展,早已经处于产能极度过剩的情况,这才是整个行业陷入困境的最主要因素。冯超群指出,过去几年,国内主要的白酒产区酒企,不仅实现了产量的快速增长,同时其对未来产能的规划也是相当激进。

此前有报道称,根据目前主要产区和企业的产能规划速度,按最保守的估计,如果2015年全国白酒产量较2011年(1025.6万千升)增长1倍,即达到约2050万千升,按照1瓶酒500毫升换算,就是410亿瓶白酒,再按照约4亿的白酒消费群体计算,则每人每年需消化约103瓶白酒,也就是不到4天就要喝一瓶,这是一个非常惊人的数据,也几乎不可能做到。

因此,冯超群坦言,市场的猛烈下滑就是白酒业产能过剩的表现,也必然会引起行业内的重组、并购及洗牌、分化,从而重塑市场竞争格局。到时候真正的优质品牌,具备竞争优势的企业才能笑到最后。但在这之前,整个行业必然要经历一个“寒冬”。



王利博制图