

五粮液试行直分销模式

两“超级大商”成服务运营商

□本报记者 王锦

伴随白酒行业调整的继续,五粮液新的营销模式也“浮出水面”。中国证券报记者日前了解到,五粮液近期在广东率先试行直分销模式,选择广东粤强酒业有限公司作为五粮液广东服务运营商,负责对广东区域特约经销商供货,并确定今年52度新品五粮液每瓶出厂价,即供货价为609元,团购价为659元,市场零售价为729元。

据悉,除了广东之外,在广西,五粮液选择广西翠屏酒业作为五粮液服务运营商。

广东粤强成平台商

根据广东粤强酒业有限公司官网信息,8月8日,由五粮液华南营销中心主办,广东粤强协办的五粮液广东省直分销模式商家合作恳谈会在广州珠江宾馆举行,来自全省各区域的80多家五粮液特约经销商参会。广东粤强一直以来是五粮液系列酒在广东省的主要经销商,销量在五粮液全国经销商中排名前列。

据了解,此次五粮液直分销模式的核心是,广东粤强作为广东地区服务运营商,广东省内协议经销商直接与广东粤强发生贸易关系,不再与五粮液公司直接发生财务关系。五粮液直接与粤强沟通,双方共同制定广东全省的业绩目标、计划政策等,然后由粤强进行全省资源的统一调配。

五粮液副总经理朱中玉表示,平台商下的直分销模式适应市场化发展要求,旨在加强厂家与特约经销商之间的互动,加强厂家与消费者之间的互动。

据悉,在直分销模式下,新进客户、五粮液华南营销中心及粤强签订三方合作协议,新进客户由五粮液和广东粤强共同把关,要求新进客户主抓终端渠道,拥有连锁



新华社图片

超市等终端资源的优先;签订三方协议经销商最低年起订量100箱,按609元的价格执行,若经销商完成年度销量,2015年享有50%增量配额。

此前,五粮液的渠道营销能力并不算强,白酒步入调整期后,五粮液也一直在推行渠道变革。朱中玉称,自去年五粮液1218会议以后,明确梳理核心商家体系,从全国近2000家客户中精心筛选500多家,构建起五粮液的核心商家队伍。今年7月底,五粮液提出促进商家转型,并加快完成核心商家体系下的直分销网络建设。

对直分销模式发展的意义,五粮液华南营销中心主任田常春指出,目前主要存在的问题包括:销售渠道责任不清,商家经营信心不足,渠道商还停留在“贸易”水平阶段;

五粮液直分销模式使商商合作得以实现,进一步实现产品深度分销,提高五粮液市场全面覆盖水平;直分销模式对渠道商走出当前经营困境,实现优化经营非常必要。

田常春还称,新的营销模式,其区别在于不与五粮液公司直接发生财务关系,优点在于少进货,降低资金等风险,与服务商共同分配产品顺价后溢价产生的利润,得以轻装上阵,精心培育各自区域市场,实现“小市场、大发展”的目标。

利于理顺价格体系

朱中玉还表示,(此次试行直分销模式)现在只是一个开始,还需要在接下来1-3年时间完善直分销模式调整,促进平台服务商的转型发展,构建紧密的厂商合作关系。

也有分析人士称,五粮液此次选择的广东粤强和广西翠屏,在区域市场都属于实力较强的“超级大商”,拥有完善的网络、良好的分销商资源、较强的资金实力等,对当地市场的掌控力也强于五粮液。成为平台商后,一方面能够给五粮液提供稳定、强势的下沉渠道,也能够充当区域市场的“蓄水池”功能,利用大商的资金优势,为区域市场储备库存;另一方面,即使此次直分销模式最终难以达到产品的深度分销效果,但对于五粮液产品在区域市场的顺价销售也有正面影响,有利于市场价格体系的理顺,也利于五粮液对区域市场的管理。

广东粤强董事长王富强表示,试行“分类、分销”的管理模式能够实现渠道有效整合,充分发挥渠道优势,实现产品快速周转、运输,减轻特约经销商的经营压力;同时共同打造区域市场,在仓储、物流、市场、价格、销售等方面全方位形成协同效应。

盛初(北京)营销咨询有限公司董事长王朝成认为,在当前的环境下,扶持大商的模式是成立的。这样的做法首先将有效地保证价格体系的稳定性,其次通过规模来积累总利润。五粮液目前控制高端酒价格下滑的方法主要是在每个区域内,重视并扶植大商,给大商家保底,让其做分销和流通。

目前五粮液尚未公布半年报。根据此前消息,2014年上半年,五粮液集团实现销售收入334.52亿元,同比下降3.3%;实现利润总额58.82亿元,同比下降29%。

方正证券指出,在行业调整的冲击下,五粮液自去年下半年开始了一系列营销策略的调整,经销商结构和产品结构逐步理顺,终端降价后,消费需求稳定,公司份额扩张,市场逐渐恢复;今年在需求的带动下,公司发货回归增长,并购模式开始推进,公司将通过战略调整率先走出危机,回归正常轨道。

际华集团中期净利润增长25.8%

设立米兰办事处拓展海外市场

□本报记者 张玉洁

际华集团8月18日晚间发布半年报。上半年公司实现净利润5.27亿元,同比增长25.8%;营业收入同比下降15.29%。

调整业务结构

上半年,际华集团营业收入为134.99亿元,同比下降15.29%。主要原因是受外部环境影响,公司调整产品结构,缩减了低附加值产品的销售规模。报告期内,公司继续巩固基础制造业优势地位,民品收入利润率不断增长,产品结构持续优化,结构调整稳步推进,产业转型进入实质性操作阶段。

公司总经理李学成对中国证券报记者表示,上半年公司营收下降主要是公司优化产业结构,对低毛利率业务主动调整所致。报告期内,公司调整了贸易及其他业务比

重。该板块2013年毛利率仅为0.91%。目前公司军品业务市场占有率为70%以上,处于行业龙头地位,市场份额稳定。通过在集团内推行集中采购,显著降低了产品成本。

分析师表示,军品领域际华集团行业龙头地位稳固,集团通过多种方式提高效率和降低成本,产品毛利率有望得到提升。

此外,中报亦披露了际华园目的地中心项目的进展。该项目计划建设奥特莱斯购物中心,根据不同群体的消费习惯,引入不同运动项目构筑组合业态,是公司转向现代服务业,寻找新利润增长点的重要发展方向。中报显示,公司将在重庆、长春两地率先启动项目建设。际华目的地中心项目是公司未来发展的主要组成部分,标志着公司产业结构转型进入实质性操作阶段。其中,重庆项目一期预计将于2015年年中正式开业。

推进国际化战略

公司同日发布公告,同意成立扬中际华目的地中心实业有限公司,作为“际华扬中目的地中心项目”的投资建设主体,注册资本6800万元,其中公司占80%股权,公司全资子公司际华集团南京有限公司占10%股权,合作方江苏苏佳鼎投资管理有限公司占10%股权。扬中际华目的地中心实业有限公司拟购置项目一期500亩建设用地。这是际华集团际华目的地中心项目继长春、重庆项目后的又一拓展。

此外,际华集团将于近期在意大利米兰设立办事处,以进一步推进国际化战略,拓展海外市场。际华目的地中心项目是公司未来发展的重要组成部分,标志着公司产业结构转型进入实质性操作阶段。米兰办事处将负责管控集团国际合作项目,并代表集团与境外实体、机构及合作伙伴进行沟通与协调。

近年来,意大利市场已成为际华集团迈步全球的重要战略平台,际华集团旗下NT Majocchi, JV International Srl, JH CTC公司先后在意大利成立,瞄准军品和高端市场。米兰作为意大利第二大城市,不仅是全球知名的商业、金融和时尚中心,也是际华众多国际合作伙伴的落地城市,及时掌握行业信息,确保高效沟通是际华选址米兰的重要原因。

际华集团还与米其林生活方式,意大利FABI, Memphis Belle, Massimo Rebecchi, Conte of Florance 和 Silvian Heach等公司签订了合作协议或意向;与意大利房地产领域专业咨询服务公司GA (Arcotecnica Group S.p.A)就国内“际华园——目的地中心”的运营建设达成了合作关系。米兰也是该项目引进全球知名品牌、招聘专业管理人才的重要战略地域。

成本高企需求不振 大豆加工行业陷亏损颓势

□本报记者 常仙鹤

上半年,由于大豆成本高企,下游养殖行业亏损和消费不景气等因素影响,国内大豆加工行业面临严峻形势。虽然压榨毛利自5月初开始有所改善,但目前仍处于全面亏损状态。8月18日晚间,国内大豆压榨行业唯一的上市公司东凌粮油公布2014年中期业绩报告,公司实现营业收入60.58亿元,同比增23.76%;净利润则为-3.41亿元。不过,二季度业绩相比一季度已有所好转。为了抵消业务过于集中的风险,相关企业也在谋划业务多元化转型。

大豆压榨受“两头挤压”

上半年,大豆压榨行业受到上游成本高企和下游产成品价格倒挂的双重挤压,出现大面积严重亏损。据卓创统计,压榨企业平均亏损空间在-253元/吨,环比去年下半年亏损空间扩大2.96倍,同比去年同期亏损空

间扩大2.95倍。中科院资源科学研究中心的数据显示,仅5月份大豆压榨全行业亏损额就在30亿元左右,益海集团、邦基和来宝的亏损额均超过2亿元,而2014年上半年亏损额估算在70亿元左右。

从二季度的情况看,大豆期货价格先升后跌,在5月22日最高达到1536.75美分/吨,并在高位震荡。随后出现调整回落,但期间仍处于高位,使大豆采购成本维持在高水平。另一方面,产成品(豆粕和豆油)的价格由于期间可供应量大幅度增加而受压。国家粮油信息中心统计显示,在2014年上半年我国大豆累积到货量高达3422万吨,同比去年的2752.3万吨多进了669.7万吨,增加了24.3%,造成大豆加工下游产品的供应量大幅增长,价格受压。在供过于求的压力下豆粕和豆油的价格下跌明显,华南豆粕和豆油均价从4月初每吨3850元和6900元下跌到6月底的每吨3810元和6450元,期间价格分别每吨下跌40元和450元,这对大豆加工厂来说期间的产品收益相当于每吨减少115元。

而在下游市场需求方面,2014年上半年对豆粕需求影响最大的养猪业出现深度亏损。从搜猪网跟踪的情况来看,截至6月底时,养猪业每头猪亏损仍处于100-200元之间,养殖户为了减少亏损,采取了宰杀母猪和减少投栏等措施,因而降低对大豆加工产品豆粕的需求;同时,国家抑制三公消费和经济不景气,令餐饮业开支出现明显下降,减少肉类、油脂等产品的消费。

相关企业谋多元化转型

压榨行业赚钱效应的缺失使得本已产能过剩的国内大豆压榨产业陷入绝境,而未来复苏前景仍然待解。

对于下半年,东凌粮油预计,整个压榨行业的产成品需求将会进一步改善。我国下半年节假日比较多,9月中秋节、10月国庆节长假、12月圣诞新年、明年一月农历新年等节日将会带动餐饮业的消费,将有助于肉类、油脂等产品的消费。事实上,按往年经验,每年的下半年都是饲料行业的旺季,也是各种油脂产品(豆油、棕榈油、调和油)需求增加的季节。下半年大豆加工厂的豆粕、豆油需求将会出现明显的增长。另一方面,大豆的库存由于需求增加在第三季度呈现去库存化的过程,这将有助于稳定第三季度产成品价格。

目前相关企业开始谋划多元化转型。中粮集团通过多元化转型,打造全产业链粮油食品企业,并在上半年联手厚朴基金按照混合所有制形式,共同持有Nidera和来宝农业各51%的股权,进军国际农业产业链。

为了抵消业绩过于集中大豆压榨的依赖,东凌粮油也表示,将加快发展大豆加工相关高附加值的产品,比如中包装油脂类的产品,包括豆油、棕榈油、调和油等;发展小包装油脂类品牌产品和加大投资特种油生产等。

*ST大荒集中精力发展种植业

□本报记者 马越 尹哲辉

8月18日,在*ST大荒举办的“投资者走进北大荒交流活动”上,公司总经理贺天元表示,公司将集中精力发展好种植业,通过实施一系列举措,力争成为中国安全食品标志性企业,不断提升公司农产品定价能力和盈利能力。

*ST大荒是我国目前规模最大、现代化水

平最高的农业类股份有限公司和商品粮生产基地。但近年来,公司及下属企业经营管理出现了严重问题,致使公司2012年、2013年连续两年亏损,进而导致公司股票被*ST。

据介绍,*ST大荒拥有1158万亩耕地和100余万亩荒地,全程机械化率98.36%,农业科技成果转化率83%,农业科技贡献率68%,分别高出全国平均水平49.20个百分点和25个百分

点,具有明显的规模、资源、技术、管理优势。

围绕种植业发展,2012年底以来,公司推进工贸企业改革,逐个消灭亏损源,取得了扎实成果。目前公司已成功剥离了亏损严重的北大荒米业公司,与京港选煤公司就洗良河化肥厂进行合资合作达成协议,实施资产出租、出售等方式,遏制了鑫亚公司、龙垦麦芽公司、北大荒希杰公司等亏损源头,盘活

深国商拟定增31亿元

深国商8月18日晚间公告称,公司拟向深圳市皇庭金融控股有限公司、深圳市皇庭投资管理有限公司、苏州和瑞九鼎投资中心(有限合伙)及霍孝谦、陈巧玲五名特定对象发行股票。

深国商此次非公开发行股票募集资金总额不超过人民币31亿元,其中皇庭投资以其所持有的皇庭文化100%股权转让本次非公开发行的股票,预计评估值不超过11亿元;向皇庭金融控股、和瑞九鼎、霍孝谦、陈巧玲募集资金合计不超过20亿元,扣除发行费用后的募集资金净额中约17亿元将用于偿还借款,其余募集资金将全部用于补充公司流动资金。

深国商表示,近几年公司核心地产项目皇庭广场的建设资金来源主要为依靠金融机构借款、大股东借款以及外部借款而来,流动资金紧张。融资渠道的单一使得公司的资产负债率持续处于相对较高水平,2011年至2014年6月各期期末分别为125.17%、120.19%和55.55%和58.23%。截至2014年7月31日,公司各类借款合计28.82亿元。目前,公司资产负债率相对较高,资产负债结构不尽合理,在一定程度上削弱了公司的抗风险能力,制约了公司的融资能力。本次募集资金运用后,以2014年6月30日公司财务数据模拟测算,合并资产负债率将从58.23%降至31.23%,偿债能力得到大幅提高。以此次非公开发行募集资金约17亿元用于偿还各类借款,按其实际借款年利率测算,公司每年可以节约财务费用约1.76亿元。(马庆圆)

*ST天威上半年净利润2.57亿元

*ST天威8月18日晚间披露半年报。公司上半年实现营业收入22.14亿元,同比增长0.57%;归属于上市公司股东的净利润2.57亿元,上年同期为-10.92亿元。公司上半年扭亏为盈,预计三季报也将实现扭亏为盈。

由于在新能源板块的持续亏损,公司在去年年末通过与大股东天威集团进行资产置换和并购,剥离大量新能源资产后,重新聚焦输变电主业。今年以来,公司进一步巩固了在变压器市场的优势地位,上半年输变电产品毛利率同比增加6.17个百分点,累计新增订单较去年同期增长7.15%。同时,公司积极开拓海外市场,进一步巩固了北美市场并在非洲市场实现订货的历史性突破。

公司预计1-9月累计净利润实现扭亏为盈。在实施资产置换、完善输变电产业链的基础上,公司优化产品结构,大力推进降本增效,提升输变电产业的整体盈利能力;同时,处置参股公司天威英利股权本期确认投资收益同比增加。(欧阳春香)

中弘股份手游项目具备上线条件

中弘股份8月18日晚间发布公告称,公司为手游研发设立的杭州弘葵网络有限公司已经取得了浙江省文化厅颁发的网络文化经营许可证。取得该许可证后,弘葵公司开发的游戏可以合法运营并在游戏内发行虚拟货币。

目前,弘葵公司开发的三款游戏(欢乐德国扑克游戏、推金币游戏、神印王座游戏,暂定名)已开发完成,具备上线运行条件,弘葵公司正在进行最后的测试和运营策划工作。

此前由公司和游戏开发资深人士唐杭生签署协议共同运营手游业务,并获得弘葵公司30%股权作为期权激励。不过,公司18日称,由于唐杭生团队全部人员组建完成时间较晚,未能在合作协议约定的期限内完成相应游戏产品的开发,唐杭生团队已经失去了对弘葵公司30%股权作为期权激励行权的权利。

在转型旅游地产后,中弘股份不断在内容方面布局。今年7月2日公司公告,拟与上影文化公司合作开发上影安吉项目。(姚轩杰)

中国医药上半年营收增长近两成

中国医药披露的2014半年度报告显示,公司上半年实现营业收入87.40亿元,同比增长19.15%;实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润2.8亿元,同比增长1.7%。

公司介绍,上半年公司完成了重大资产重组方案的实施工作,对组织架构进行了重新梳理及匹配设计,进一步合理归集业务板块,提高组织运作效率及管理的规范性,提高整体运行效率。

公司医药工业板块经营情况良好。特别是天方药业经营业绩大幅回升,管理工作逐步走上正轨。除个别企业亏损外,整体呈现持续发展的良好态势。

医药商业板块经营业绩有所提升,整体保持快速发展的良好势头。该板块不断加快网络扩张步伐,经营规模及市场影响力进一步提升;同时大力开展经营品种多元化工作。(陈静)

中国玻纤中期净利润增长60%

中国玻纤2014半年报显示,公司上半年实现主营业务收入27.8亿元,同比增长10%;归属于上市公司股东的净利润1.3亿元,同比增长61%。

中国玻纤介绍,上半年以来玻纤行业呈现恢复性增长的趋势,公司强化结构调整,突出资源整合;强化市场营销,突出全球布局,确保了上半年生产经营各项工作的顺利有序开展。

桐乡生产基地年产12万吨玻纤池窑拉丝生产线技改项目已于2014年5月顺利完成冷修改造,冷修改造的顺利完成使公司继续保持了目前世界上技术装备最先进、工艺布局最合理、能耗最低、效率最高的玻纤生产线记录,并在超大型单体池窑冷修上迈出历史性一步,为今后的超大型池窑冷修积累了宝贵的经验。(陈静)

加速轻型商用车扭亏

东风汽车拟出售CV03

东风汽车8月19日公告,公司全资子公司常州东风汽车有限公司生产的微客产品CV03自上市以来一直处于亏损状态,公司有意将该微客商品出售,具体商品出售及资产处置方案正在商讨之中。

常州东风汽车有限公司注册资本1.2亿元,主要从事轻型商用汽车及零部件的制造、加工、销售,其生产的CV03产品为七座微型客车。据了解,轻型商用车扭亏是东风汽车2014年的重要任务:一是提升轻型商用车盈利能力,最终实现其盈利;二是快速扩张已经盈利的乘用车业务,提升公司的整体盈利能力。(欧阳春香)