

年末白酒掀涨价潮 头部企业业绩确定性更高

□本报记者 潘宇静

12月以来,白酒企业掀起涨价潮。事实上,2019年临近年末,也有多家酒企选择提价控货以疏通渠道。中国证券报记者日前调研发现,酒企提价对于终端市场的影响并不直接。有的白酒去年市场指导价比今年终端市场价每瓶下降近百元。业内人士提醒,终端价格是由消费者决定的,反映的是产品本身的价值。

不过,近期白酒头部企业的批价依旧坚挺,分析人士认为,在高端消费力旺盛以及行业竞争格局优化的背景下,拥有高端产品的酒企将更具竞争力,业绩确定性更高。



新华社图片

年底调价成发展策略

12月22日,酒鬼酒发布调价通知,自2021年1月15日起,42度500ml酒鬼酒战略价上调20元/瓶。泸州老窖的通知显示,12月21日起,46度国窖1573经典装全国统一市场零售价格为1199元/瓶,团购建议价为880元/瓶;46度国窖1573经典装计划内配额价格上调10元/瓶,2021年1月20日起再上调20元/瓶。

进入12月,白酒企业迎来一场密集调价的窗口期。12月16日,水井坊拟对臻酿八号(52度,800ml)建议零售价由478元/瓶调整到498元/瓶,涨价幅度为20元/瓶。水井坊表示,该产品的建议零售价仅供参考,具体销售价格由各商户根据自身实际经营状况自行决定。

此外,牛栏山拟对三牛系列产品在原价格基础上进行调整,包括:400ml、500ml和1.5l装产品上调价格10元/瓶,255ml装产品的价格上调6元/瓶。国台酒业自2021年1月1日起,国台国标酒(500毫升含雅鉴版)供货价上调60元/瓶;国台国标酒(375毫升)供货价上调45元/瓶。舍得酒业自12月1日起,针对公司旗下舍之道系列产品,在全国范围内统一上调10元/瓶终端门店供货价格。

伴随着酒企提价的还有控货政策。国台酒业的公告显示,从2020年12月1日起将不再接受国台国标酒订单,订单接收时间将从2021年1月开始。接近酒企的人士称,节日期间不再接收订单,以保证节后库存的良性。

白酒行业分析人士指出,淡季提价是

白酒企业的常规操作策略,有利于为旺季的到来打下基础,提振公司的业绩。白酒企业的价格占位影响企业的品牌价值,在消费升级的大背景下,酒企直接提价或者选择换代升级产品,是多数酒企选择的行动策略。

事实上,2019年末也出现多家酒企的涨价动作。2019年11月中旬,水井坊对52度水井坊·典藏大师版、52度水井坊·臻酿八号、52度水井坊·臻酿八号禧庆版和52度鸿运装这四款产品的建议零售价进行调整。其中,52度水井坊·典藏大师版建议零售价每瓶上涨60元,提价后建议零售价1039元/瓶;另外三款产品的建议零售价每瓶都上涨20元。酒鬼酒旗下52度500ml内参酒自2020年1月1日起,平台商配额内战略价上调50元/瓶。

“提价”与“终端价”存差距

中国证券报记者日前走访商超时发现,时隔一年多,52度水井坊·臻酿八号终端价不升反降了。2019年底,该产品调价前的价格为458元/瓶,调价后为478元/瓶,目前在北京市场的永辉超市内,该产品的零售价格为380元/瓶。

长期从事白酒调研的行业分析人士称,产品的最终价格是自身内在品质决定的,终端价格正是消费者价值消费回归的体现。

白酒营销专家蔡学飞表示,酒企的价格体系从低到高分出出厂价、团购价和指导价。一般指导价都是价格标签的作用,没有实际销售意义。企业的产品,特别是中高端产品,一般都是按照团购价来进行

销售的,而且终端市场会根据不同的节庆、动销热点进行促销,所以指导价格不能真实反映终端的市场情况。

有经销商认为,白酒企业涨价算是一种挺价行为,保证了经销商的利润空间,也符合年初白酒公司年度运营战略。

此外,白酒企业的提价还有换新的考量。今世缘日前发布通知,2021年1-3月,将对旗下四开国缘价格每月一日起按照10元/瓶的价格上调出厂价。今世缘建议区域市场同步上调终端供货价、产品零售价及团购价。

今世缘表示,从2021年2月起,公司将有序缩减当前在销版四开国缘销售订单,消化渠道库存,为第四代四开国缘换新上市做好衔接准备。

中信证券食品饮料团队首席分析师薛缘认为,目前,多家酒企的核心大单品陆续提价,“涨”声一片,短期有望抢占渠道资源、备战春节旺季,长期来看卡位更高价格带助力其高质量增长。

高端酒业绩确定性高

白酒企业的涨价之所以牵动市场的心,主要原因在于是否有效提振上市公司的业绩。白酒的批价则直接反映消费市场的冷热。

天风证券研报显示,目前飞天茅台批价维持在2830元/瓶左右,终端价近3000元/瓶。八代五粮液批价维持970元/瓶左右,泸州老窖维持840元/瓶。目前,从渠道情况来看,高端白酒渠道均处于历史低库存水平,茅台持续处于供不应求的状态,市场流通价格依然存在上涨空间。

双塔食品董事长杨君敏: 打造全豆开发大平台 建立全产品系列领先优势

□本报记者 康书伟

从粉丝到植物蛋白,再到植物蛋白肉,围绕一颗豌豆,双塔食品逐步推进产业升级,构筑起全豆开发战略的新思维。双塔食品董事长杨君敏日前在接受中国证券报记者专访时表示,公司未来将围绕全豆开发战略,依托全豆开发平台构筑起的全产业链优势,确保在粉丝、蛋白领域的全球领先地位,并将在植物蛋白肉这一全新赛道,树立公司全球领先的地位。

全豆开发构筑竞争力

双塔食品的公司驻地山东省招远市,是龙口粉丝的发源地和主产地,当地从事粉丝生产已经有三百年的历史。粉丝的主要原料是豌豆,从成分来看,豌豆中约50%的成分为豌豆淀粉,豌豆蛋白、膳食纤维各占20%左右。长期以来,粉丝生产企业主要利用豌豆淀粉生产粉丝。

在粉丝生产中,公司形成了在豌豆淀粉领域巨大的优势,“国内80%的龙口粉丝企业都用双塔的淀粉,产品质量好,这为双塔在豌豆深加工领域打下了坚实的基础”,杨君敏表示。

在过去的传统粉丝生产中,除了淀粉用于粉丝生产外,蛋白、膳食纤维等都作为副产品低价对外销售。2012年,豌豆蛋白作为粉丝生产的副产品,开始显现出其经济价值。双塔食品也开始进入豌豆蛋白市场。

杨君敏介绍,近年来,双塔食品每年研发费用保持在5000万元左右,逐渐掌握了酸浆法工艺、干法工艺、新干法工艺三种豌豆蛋白提取技术,豌豆蛋白的纯度可达88%以上,技术水平处于全球领先地位。业内人士介绍,按照蛋白含量,豌豆蛋白分为以下等级:蛋白含量低于80%,属于低档的饲料级蛋白;蛋白含量在80%-85%,属于高档的食用级蛋白;蛋白含量在85%-90%的属于极高品质的蛋白产品。

围绕豌豆深度开发,双塔食品已经构建起了“1+10”的产品体系,除淀粉、粉丝、蛋白外,还包括膳食纤维、白蛋白(蛋白肽)、功能低聚糖、沼气发电、生物天然气、食用菌、有机肥等。

目前,双塔食品在粉丝和豌豆蛋白领域都处于行业龙头地位,粉丝年产量为6万吨。“仍然是供不应求,所有的人都用上,还是满足不了订单需求,包括管理层都有任务,要下车间帮助生产”,杨君敏表示,接下来,公司将进一步提升自动化程度,减少用工数量,进一步提高产量;同时也计划继续扩大产能。

公司豌豆蛋白产能达到7万吨,占全球总产能的40%左右。尽管蛋白业务在2019年就已经超越粉丝成为公司第一大收入和利润来源,但杨君敏感觉,“公司在蛋白领域的行业优势,今年才真正体现出来”。而从产品角度而言,公司的植物蛋白固体饮料、植物烘焙食品、植物蛋白能量棒等一系列产品都已经开发出来;从技术角度而言,公司不仅具有原料和成品供应能力,而且

还具备产品配方能力,可以辅助下游客户进行产品开发。这也让双塔食品在植物蛋白赛道机遇开始显现的时候,成为行业最具产业链共赢、产品质量、技术和规模优势的供应商。杨君敏表示,公司植物蛋白产品仍将保持每年20%的产能扩张速度,满足下游市场需求。

植物蛋白肉挺进C端市场

长期以来,公司植物蛋白的下游客户包括高档宠物食品、固体饮料、能量棒、植物肉等领域的食品制造商。2019年,以美国Beyond Meat等为代表的植物蛋白肉赛道的异军突起,让植物蛋白获得了新的发展空间。特别是豌豆蛋白具有的非转基因、无过敏原、零胆固醇、低脂肪、分子量小易吸收等明显的优势,让其成为植物蛋白肉的首选原料。据介绍,双塔食品与Beyond Meats的合作关系较早就已建立,当时只是通过中间商向Beyond Meats供货。2019年,双方建立了直接的供货关系。

从原料供应商到终端产品供应商,双塔食品再次实现新的跨越。11月26日,公司在北京召开了新品发布会,一口气发布了O弹蛋白牛肉丸、O弹缤纷蛋白丸、醇香蛋白牛肉饼、馥郁浓香蛋白猪肉饼、香酥蛋白鸡块、黄金蛋白鸡排、香嫩蛋白里脊、鲜香蛋白火腿、鲜香蛋白香肠九款豌豆蛋白植物肉产品。

川财证券分析师欧阳宇剑表示,在消费升级的背景下,高端酒批价持续上行为酒企打开提价空间,价格成为当前酒企增长的主要驱动力。在高端酒茅台、五粮液的价格上涨的带动下,多数厂商选择涨价和渠道挺价来巩固品牌号召力和渠道议价能力。

欧阳宇剑预计白酒行业未来消费量趋于稳定,整体增速或将放缓。未来,价格整体随着消费能力的提升仍具备较大上涨空间。在高端消费力旺盛以及行业竞争格局优化的背景下,拥有高端产品的酒企将更具竞争力,业绩确定性也更高。

三季报显示,19家白酒上市公司经营能力存在较大差距。前三季度,贵州茅台的净利润达到338.27亿元,同比增长11.07%;金种子酒亏损1.05亿元,青青稞酒亏损6431.26万元。从净利润增速来看,前三季度高端白酒普遍保持了两位数的增长速度。酒鬼酒前三季度的净利润同比增长为79.76%,山西汾酒同比增长为43.78%。而顺鑫农业、口子窖、青青稞酒净利润同比下滑幅度则较为明显。

2020年初,多家头部白酒企业都设定了年度发展目标。其中,贵州茅台的目标是实现营业总收入较上年度增长10%左右;五粮液的经营目标是营业总收入同比实现两位数增长;洋河股份的经营目标是营业总收入与去年持平。泸州老窖则表示,公司难以预计准确的量化经营目标,确保行业排位不下降,力争缩小与行业前列企业的差距。

目前,五粮液母公司表示,集团营收突破1100亿元,收入和利润均实现两位数增长。贵州茅台公司则公开表示,茅台集团超额完成了年度目标。

杨君敏说,植物蛋白肉是他给这一新产品的定义,其主要目的是与早就存在的“人造肉”区别开,“现在面筋、腐竹都称为人造肉,但这些产品与真正的植物蛋白肉产品相比,还是有很大差距的”。对于植物蛋白肉这一赛道,杨君敏认为机会已经来了。从公司下游客户反馈来看,需求非常旺盛,多家全球快餐连锁企业都在与公司沟通产品开发或已经成为公司客户。

这条赛道上,双塔食品的全产业链优势明显。“无论是规模,还是技术、品质、成本,都有很大优势。从成本来看,公司的产品成本可以比竞争对手低20%”。杨君敏说,这对于双塔食品的客户而言,是不容忽视的一个因素。

低成本的优势来自于公司全豆开发战略。“大部分蛋白提取企业,对于大量的淀粉无法解决,只能以便宜的价格出售,从而抬高了蛋白的成本。而我们生产出粉丝进行销售,分摊了植物蛋白的成本”,公司相关人士介绍。同时,强大的淀粉处理能力、消化能力又可以支持公司继续扩大植物蛋白产能,巩固其规模优势。

从产品方面来看,与传统的植物蛋白肉主要面向欧美市场不同,双塔食品中西兼顾。一方面,双塔食品可以为海外餐饮连锁企业供应汉堡植物蛋白肉饼、鸡块等产品,另一方面,双塔食品也面向国内消费者,结合中国传统菜系和居民家庭消费场景,开发出植物蛋白肉为原料的饺子馅、丸子、猪肉饼、牛肉饼等产品,丰富了产品体系。

中国一重集团: 产业扶贫消融“贫困之冰”

□本报记者 宋维东

产业是脱贫之基、强县之本、致富之源,产业扶贫是打赢脱贫攻坚战的关键一招。中国一重集团在扶贫工作中,变“输血式”扶贫为“造血式”扶贫,充分发挥自身在重型装备领域的优势地位,强力推动产业扶贫,大力发展农机装备制造等产业,在安徽泗县打造了产业扶贫的“一重样本”。

“造血式”扶贫

泗县是国家级扶贫开发重点县,也是安徽省23个贫困革命老区县之一。2015年,泗县被中组部确定为中国一重集团的定点扶贫县。

也就是从那时起,中国一重集团子公司一重集团(黑龙江)集团有限公司党委书记张忠圆离开工作地黑龙江省齐齐哈尔市,远赴2000公里之外的安徽省宿州市泗县挂职,开启了充满挑战的扶贫之路。张忠圆的工作经历也是中国一重集团近年来扶贫工作的缩影。

从最开始担任泗县大庄镇东风村第一书记起,张忠圆就离家串户,实地了解当地情况,认真分析贫困原因,理清脱贫思路,制定脱贫措施。

因当地地下水水质好,甘甜爽口。张忠圆就积极协调,在多方检测后,他们发现这儿此前打的一眼深水井的水可以净化生产优质矿泉水。张忠圆向公司汇报相关情况,中国一重集团随即出资帮助东风村建设了水厂。

该水厂吸纳当地贫困村民入厂工作,主要生产销售桶装、瓶装纯净水,并逐渐发展成为村集体经济的重要收入来源之一。它更远的意义是,东风村真正办起了属于自己的新产业,走出了产业发展的第一步。

此后,在中国一重集团的帮扶下,东风村又先后建起了温室大棚、薄壳山核桃基地等产业扶贫项目,逐步实现了“村有支柱产业、户有致富门路、人有一技之长”的目标。预计到2022年末,东风村薄壳山核桃产量将达到35吨-40吨。扶贫项目不仅提高了村民收入水平,更重要的是大家与外界真正地联系了起来。产业的兴起正在改变小村闭塞的生态。

因在扶贫工作中的出色表现,张忠圆被提拔为泗县委常委、副县长。更高的职位也需要他付出更多精力,以更开阔的思路开展扶贫工作。

贫困之冰,非一日之寒;破冰之功,非一春之暖。泗县属于农业大县,装备制造业十分薄弱,基本没有完整规模的机械加工企业。张忠圆所工作的中国一重集团在我国重型机械制造领域占据重要地位,是我国装备制造业的“长子”,具有独特的装备制造技术和人才设备优势。

中国一重集团党委书记、董事长刘明忠表示,在脱贫攻坚工作中,要在用好援助资金、提升综合效益的基础上,充分发挥公司资源优势,变“输血”为“造血”,才能实现真正意义上的脱贫。

为此,中国一重集团与泗县进一步强化项目协作,在农机装备制造和电商扶贫等方面寻找更多契合点,着力发展并壮大农机装备制造和汽车零部件产业,将“产业扶贫”作为一项重要抓手,培育特色产业集群。

经过各方共同努力,泗县于2018年成功摘掉贫困县的“帽子”。在脱贫的同时,也得益于中国一重集团“造血式扶贫”的帮扶,泗县县域经济不断壮大,经济机体更加健康。

在10月举行的2020年全国脱贫攻坚奖表彰大会上暨先进事迹报告会上,宿州市委常委、泗县委书记张志强在作事迹报告时介绍到,2014年泗县85%的村集体经济收入为“零”;到2019年,泗县集体经营性收入50万元以上的村超过10%。今年上半年,全县农民人均可支配收入同比增长6.3%。

持续帮扶巩固

在泗县成功脱贫摘帽后,中国一重集团仍然持续关注泗县经济社会发展,将精准扶贫工作向纵深推进。

2019年上半年,张忠圆积极联系并协调中国一重集团派人到泗县考察机械加工项目。此后,中国一重集团向泗县捐赠一批大中型机械加工设备,并以此为基础,逐步带动并提升泗县机械加工制造能力,并将其作为产业扶贫的重要项目之一。

2019年和2020年,中国一重集团先后向泗县投入了磨床、龙门刨床、龙门铣床、立式车床、普通车床、插床、钻床、焊接机械手等机械加工设备,补齐该县装备制造短板,逐步形成配套加工能力。

中国一重集团还针对泗县农机销售和秸秆综合利用存在的问题,经过与该县沟通协调,于4月27日在泗县成立了一重集团(黑龙江)农业机械发展有限公司安徽省分公司,搭建农机销售平台,开展农机作业平台应用以及秸秆综合利用业务。该分公司税收归属泗县当地。

目前,泗县正进一步拉长农机产业链条,不断壮大农机装备制造规模,打造农机产业集群区域品牌,发展高端农机装备制造企业,建设农机农资物流园,打造农机装备集聚基地。农机制造业已成为支撑泗县经济发展新的增长极。

扩大脱贫攻坚成果

这些年来,中国一重集团充分发挥中央企业责任,与定点扶贫县共同努力,完成了既定目标任务。

今年,泗县获得了“2020年全国脱贫攻坚组织创新奖”,中国一重集团子公司中国第一重型机械股份公司荣获“黑龙江省2019年全省脱贫攻坚组织创新奖”,中国一重集团荣获安徽省宿州市2019年度社会扶贫先进单位称号和2020年定点扶贫县“脱贫攻坚奉献奖”。

对于接下来的工作,刘明忠表示,要以更大气力巩固并扩大脱贫成果,强力推进返贫致贫问题动态清零。同时,进一步深化产业扶贫,利用与定点扶贫县建立的战略合作关系,积极推动当地产业发展,推进产业项目快速落实落地,把扶贫工作推向纵深。

根据工作计划,2021年,中国一重集团将继续投入帮扶资金,帮助泗县当地培训基层干部和技术人员,购买农产品及销售农产品;在泗县建设农民技术培训基地,提高当地技能人才培训能力;继续做好千亩核桃基地建设,探索引进薄壳核桃深加工企业,把原材料优势转化成经济优势,不断提高经济效益。

此外,继续发挥好中国一重集团自身优势,对接当地基础产业,不断加大对农机业务的投入力度,与公司业务板块资源相结合,确保泗县农机业务持续开展。