

白酒业集中度提升 多因素支撑强劲增长

中国证券报记者近日从中国酒业协会获悉,今年1月至5月,全国酿酒行业规模以上企业累计完成销售收入3991亿元,同比增长13.98%;累计实现利润827亿元,同比增长39.72%。贵州茅台、五粮液等八大头部白酒企业产量占全国白酒产量的20.67%,营业收入占45.89%,利润占58.18%,白酒行业集中度进一步提升。业内人士表示,整个酒类市场在不断向品牌化、品质化发展。2022年我国酒业保持稳健增长毫无悬念。

●本报记者 高佳晨



视觉中国图片 制图/苏振

数字化加速产业转型升级

数字化加速产业转型升级、消费多元化特征明显等,成为支撑白酒行业增长强劲的原因。“从产品端到渠道再到消费端,数字化正在为白酒全产业链赋能,加速白酒产业转型升级进程。白酒消费特征正在由单一型向多元型转变,新营销场景、新服务体验、新文化表达盛行。”中国酒业协会理事长宋书玉表示。

头部酒企数字化转型的代表,当属茅台新电商平台“i茅台”。自3月31日上线试运行

以来,“i茅台”已运营超过百日,平台注册用户数达到1900万,每日预约申购用户逾280万,日活用户近400万,在平台上销售的茅台酒类产品累计达到1232吨,实现营收46亿元。

“总体来看,中国酒业产业结构、产品结构、市场消费结构均面临变革与调整。其中,白酒产业近几年在消费升级、品质升级大背景下,在名酒引领下,竞合发展理念彰显。名酒产区呈现出产量、销量总体稳定,收入、利润稳定增长的良好局面。”宋书玉表示。

受市场青睐,其消费人群呈现年轻化和理性化趋势。未来,青年消费群体将起到拉动市场的重要作用。”宋书玉表示。

近年来,市场需求、消费升级的红利基本被名酒企业和名酒产区瓜分,中小酒企的发展日益承压。“中小企业应从产能、品质、品牌、市场多个维度深度思考,从人才、酿酒、特色上敢于创新,从模式上要敢于突破。美酒的个性化需求是美酒消费的本源,中小企业尤其要充分认识到这个核心点。创造自我才能拥有未来,同质化没有出路,仿冒侵权更是自我毁灭,应牢牢把握商业模式创新的机会。”宋书玉建议。

白酒行业的产业集中度进一步提升。数据显示,2016年,规模以上的白酒企业数量为1578家;2021年,这一数字下降到965家。可以看出,规模以上企业数量近年来不断减少。

产能逐年向优势产区集中,头部企业市场占有率有率不断提高。2021年,白酒产量占全国白酒行业比重超过1%的省市共17个,比2020年减少1个。贵州茅台、五粮液等八大头部酒企产量占全国白酒产量的20.67%,营业收入占到45.89%,利润占到58.18%。

陈年白酒市场正在不断扩大。“2021年,陈年白酒消费总体增速达65%。陈年白酒备

好,还要有品牌力,而行业的未来便是“强者恒强”。

展望酒类行业2022年的发展,宋书玉表示,今年我国酒业发展保持稳健增长毫无悬念。未来酒业发展会稳中有进,保持稳健增长是大趋势。

目前,我国的白酒消费结构属于存量市场竞争,并不断向头部集中,整个酒类市场也在不断向品牌化、品质化发展。

酒水行业研究者欧阳千里表示,酒水行业长期处于“优质产能稀缺,整体产能过剩”阶段。其中,“优质产能”不仅是指品质

提高产品开发效率

宝立食品以食品调味料的研发、生产和技术服务为主营业务,主要产品包括复合调味料、轻烹解决方案和饮品甜点配料等。

截至2021年12月31日,公司拥有研发技术人员百余人,主要专业领域涉及食品科学与技术、生物工程与技术、营养科学与管理等学科。招股书显示,公司研发费用在2019年、2020年和2021年的金额分别为2893.75万元、3178.01万元和3981.75万元,分别占营业收入的3.89%、3.51%和2.52%。

公司正在规划的信息化中心建设项目将

以来,“i茅台”已运营超过百日,平台注册用户数达到1900万,每日预约申购用户逾280万,日活用户近400万,在平台上销售的茅台酒类产品累计达到1232吨,实现营收46亿元。

“总体来看,中国酒业产业结构、产品结构、市场消费结构均面临变革与调整。其中,白酒产业近几年在消费升级、品质升级大背景下,在名酒引领下,竞合发展理念彰显。名酒产区呈现出产量、销量总体稳定,收入、利润稳定增长的良好局面。”宋书玉表示。

受市场青睐,其消费人群呈现年轻化和理性化趋势。未来,青年消费群体将起到拉动市场的重要作用。”宋书玉表示。

近年来,市场需求、消费升级的红利基本被名酒企业和名酒产区瓜分,中小酒企的发展日益承压。“中小企业应从产能、品质、品牌、市场多个维度深度思考,从人才、酿酒、特色上敢于创新,从模式上要敢于突破。美酒的个性化需求是美酒消费的本源,中小企业尤其要充分认识到这个核心点。创造自我才能拥有未来,同质化没有出路,仿冒侵权更是自我毁灭,应牢牢把握商业模式创新的机会。”宋书玉建议。

好,还要有品牌力,而行业的未来便是“强者恒强”。

展望酒类行业2022年的发展,宋书玉表示,今年我国酒业发展保持稳健增长毫无悬念。未来酒业发展会稳中有进,保持稳健增长是大趋势。

目前,我国的白酒消费结构属于存量市场竞争,并不断向头部集中,整个酒类市场也在不断向品牌化、品质化发展。

酒水行业研究者欧阳千里表示,酒水行业长期处于“优质产能稀缺,整体产能过剩”阶段。其中,“优质产能”不仅是指品质

提高产品开发效率

宝立食品以食品调味料的研发、生产和技术服务为主营业务,主要产品包括复合调味料、轻烹解决方案和饮品甜点配料等。

截至2021年12月31日,公司拥有研发技术人员百余人,主要专业领域涉及食品科学与技术、生物工程与技术、营养科学与管理等学科。招股书显示,公司研发费用在2019年、2020年和2021年的金额分别为2893.75万元、3178.01万元和3981.75万元,分别占营业收入的3.89%、3.51%和2.52%。

公司正在规划的信息化中心建设项目将

构建以产品研发项目业务流程为驱动,以物料和BOM等产品数据为主线的产品研发管理平台,及时准确地提供数据支持。通过对研发经验的积累与总结,形成企业核心数据库,大大提高产品开发效率、降低开发成本,缩短开发周期。

宝立食品招股书表示,公司与国内外各大餐饮连锁企业及食品工业企业建立了长期稳定的合作关系,包括百胜中国、麦当劳、德克

第十七届中国国际酒业博览会开幕

●本报记者 高佳晨

7月15日,第十七届中国国际酒业博览会在四川泸州开幕。本次酒博会设置国际精品馆、中国白酒精品馆等5大专业展馆和1个数字经济区,展览面积约8万平方米,共计45个国家和地区的1200余名政商代表和1100余家优质企业参展参会,展览展示产品涵盖酒业全产业链。本届酒博会邀请阿根廷作为主宾国,活动将持续至7月17日。

“1+3”办展模式

泸州市政府相关负责人表示,本届酒博会采用1个主会场、3个分会场的“1+3”办展模式。泸州国际会展中心的主会场设置国际精品馆、中国白酒精品馆、国内综合馆、国际综合馆暨“一带一路”国家馆、酒类技术装备馆5大专业展馆和1个数字经济区,展览面积共8万平方米,共计45个国家和地区的1200余名政商代表和1100余家优质企业参展参会。

本次酒博会还采取“酒博+”模式,融入第31届合江荔枝节、第六届四川(泸州)美食节、啤酒嘉年华等活动,营造集美酒、美食、美景于一体的消费体验新场景,为参会者打造一场专业性更强、互动性更好、参与度更高的展会,并将全力打造酒博会新IP。

酒博会场馆搭建负责人周伟告诉中国证券报记者,今年酒博会的场馆搭建,设计上更有创意,色彩运用更具美感,呈现的视觉效果更好。据介绍,本次酒博会主会场场

馆变化最大的要数D馆和E馆,今年新搭建的展馆集中在D馆内,汇聚了国内上百家白酒企业。由于疫情影响,很多大型展会取消或者延期举行,而这次高规格的酒博会举行,正好给全国乃至全球的酒企提供了展示和交换的舞台。

企业合力铸品牌

7月15日上午,中国绍兴黄酒馆开馆仪式随着酒博会的开幕同步举行。本次酒博会专门设置了绍兴黄酒展区,并设立“中国绍兴黄酒馆”,馆内展示了绍兴21家黄酒企业的精品,包括古越龙山的“只此青玉”、会稽山的“兰亭”、塔牌的“本酒”、女儿红的“桂花林藏”等高端产品。据了解,本次参展的21家黄酒企业产量占行业产量的90%,销售额占94%,利润占96%。

据统计,2021年绍兴黄酒产业累计销售收入55.37亿元,占全国黄酒的43.54%,相较上一年占比增加了8.18个百分点;2021年全国黄酒利润总额16.74亿元,绍兴黄酒利润总额8.16亿元,占比48.74%,相较上一年占比增加了8.78个百分点。

已经连续举办了十多届的酒博会,“磁吸效应”正在显现。

在去年的第十六届中国国际酒业博览会上,现场零售成交额突破4500万元,同比增长12.5%,采购商订货额超225亿元,线上交易额超2500万元。

依托酒博会等开放平台促进构建“双循环”新发展格局及消费提质升级,也让四川省和“酒城”泸州的酒业发展迎来新突破。

士、汉堡王、达美乐、圣农食品、泰森中国和正大食品等。

未来,公司将继续拓展和丰富销售模式和营销网络。一方面,公司计划从丰富的产品体系中遴选性价比、市场接受度广的成熟产品,将市场覆盖面由一二三线城市进一步下沉拓展至县乡镇领域,以增加产品的市场广度和客户群体数量。另一方面,公司也计划全面优化经销商体系,与优质的商超、互联网等领域经销商展开深度合作,既将原有优质产品进行全渠道推广,又可结合全面的市场反馈和大数据分析,更为快速、准确地把握市场风向,开发适合各种渠道和消费场景的多品类产品。

目前,公司产品覆盖类别包括裹粉、面包糠、腌料、撒粉、调味酱、沙拉酱、果酱、调理包、果蔬罐头、烘焙预拌粉和即食餐饮等十余个细分品类,每年向客户提供千余种单品。此外,公司浙江嘉兴生产基地预计全部建成后将大幅提升公司的各类产品产能,并为公司提供HPP冷酱系列、HPP饮料系列、HPP速冻即食果蔬系列等新品类的产品,有利于公司进一步拓展市场空间。

随着经济发展和食品消费观念的升级,公司计划进一步加强面向中式餐饮市场,针对终端消费者轻烹使用以及配套于现制茶饮等新品类休闲餐饮模式的产品开发,以使公司产品能够广泛融入包括餐饮聚会、日常生活、休闲娱乐等已知或潜在的应用场景。

紫金矿业竞买西藏珠峰 控股股东所持部分股份

●本报记者 于蒙蒙

西藏珠峰控股股东塔城国际所持的部分股份拍卖事项终于落槌。西藏珠峰7月15日晚公告称,经查询司法拍卖平台的进展公告并向塔城国际询问,竞买人紫金矿业投资(上海)有限公司(简称“紫金投资”)以每股单价28.6元,总价共4.58亿元,竞买成交1600万股。竞买人顾斌和王也均以每股单价27.61元,总价皆为2.21亿元,双双竞买800万股。

值得注意的是,本次竞买方之一的紫金投资为紫金矿业全资子公司。紫金矿业近年来对于锂矿产生浓厚兴趣,去年10月以来先后收购阿根廷3Q锂盐湖项目、西藏拉果错盐湖项目、湖南省道县湘源锂多金属矿,累计耗资超百亿元。

紫金矿业频繁布局锂矿

西藏珠峰表示,截至公告披露日,因拍卖股份尚未完成过户等手续,塔城国际仍持有西藏珠峰股份2.45亿股无限售流通股,占公司总股本的26.78%。后续如完成过户,塔城国际持有的公司股份将变成2.13亿股,占公司总股本的23.28%。相关股份完成过户不会导致公司控股股东和实际控制人发生变化。

紫金矿业参与本次股权竞拍并不让人意外,其在早前便大举布局锂矿。2021年10月,紫金矿业50亿元收购阿根廷3Q锂盐湖项目;2022年4月,紫金矿业49亿元收购西藏拉果错盐湖项目。此外,2022年1月,紫金矿业还与刚果(金)国家矿业开发公司合资进行当地锂矿勘查,后入股该矿15%股份。

而在6月29日晚间,紫金矿业公告称,公司拟出资约18亿元收购湖南厚道矿业有限公司71.14%股权。厚道矿业持有湖南道县湘源锂多金属矿100%股权。根据厚道矿业2016年提交的《湖南省道县湘源矿区锡钨多金属矿资源储量核实报告》,该矿拥有氧化锂资源87万吨,折合216万吨碳酸锂当量。

紫金矿业董事长陈景河曾公开表示,公司将开拓布局锂资源,未来计划收购一些项目与矿山资产,并打通从上游到材料的全产业链。

1600万股

西藏珠峰7月15日晚公告称,经查询司法拍卖平台的进展公告并向塔城国际询问,竞买人紫金矿业投资(上海)有限公司以每股单价28.6元,总价共4.58亿元,竞买成交1600万股。

大股东股权多次被拍卖

中国证券报记者梳理发现,塔城国际的股权冻结始于2019年下半年。西藏珠峰2019年8月29日披露,根据上海金融法院出具的协助执行通知书,安信信托申请将塔城国际持有的公司9800万股无限售流通股及孳息进行冻结,冻结期限三年,自2019年8月27日至2022年8月26日。彼时,塔城国际持有西藏珠峰40.32%股权。

塔城国际的持股此后多次遭遇冻结,并被拍卖。2021年7月30日和2021年11月5日,西藏珠峰曾先后两次发布控股股东所持公司股份被司法处置拍卖完成股份过户的公告,涉及股份数量分别为1663.2万股和1461.9万股,处置合计金额分别为3.35亿元和13.46亿元。

部分拍卖并不顺利。四川省成都市中级人民法院于2022年3月28日至29日,在阿里司法拍卖公开处置塔城国际所持西藏珠峰的4200万股(占公司股票总股本的4.59%)。但该交易因无竞买人出价,本次拍卖流拍。

握有优质盐湖资源

西藏珠峰以有色金属矿山采选生产为主业,不过目前市场更关心的则是公司正在推进实施的盐湖提锂项目开发。

西藏珠峰通过控股的珠峰香港正在实施位于阿根廷的锂钾公司名下安赫莱斯卤水锂矿锂盐产品开发的扩产项目,该盐湖采矿权的资源储量为204.9万吨碳酸锂当量,探明+控制的储量为163.7万吨,含锂浓度和镁锂比都有较高的领先优势。

正是受益于这一资源储备,在去年锂资源趋紧的背景下,西藏珠峰去年3月1日至9月1日股价涨幅高达383%。

去年9月27日,西藏珠峰董事会通过非公开发行股票预案,计划募集资金80亿元,重点投资阿根廷锂钾公司年产5万吨碳酸锂盐湖提锂项目和塔中矿业年产600万吨采选改扩建项目。

西藏珠峰预计项目将于今年年底前进入试生产,2023年上半年实现设计产能。如进展顺利,2023年全年预计将产出3万-4万吨碳酸锂当量的锂盐产品。按照市场研究机构的预测,在2025年之前碳酸锂市场仍将保持较大程度的紧平衡状态,产品价格将高位盘整,公司释放的产能预计实现较为可观的收入和利润回报。

宝立食品:深耕主业自主研发 探索引领潮流风味

●本报记者 王可 见习记者 魏昭宇

7月15日,上海宝立食品科技股份有限公司在上交所主板正式挂牌上市。公司股价当天报收14.47元/股,当日涨幅为43.98%,总市值约为57.88亿元。

宝立食品上市仪式在上海市松江区举行,并通过“中国证券报·中证网”全程直播。宝立食品董事长马驹在上市仪式上表示,宝立食品创新发展二十余年,一直致力于为餐饮企业、食品工业企业与家庭消费者提供高品质全方位的风味及产品解决方案,已成长为行业领先的风味及产品解决方案服务商。

提高产品开发效率

宝立食品以食品调味料的研发、生产和技术服务为主营业务,主要产品包括复合调味料、轻烹解决方案和饮品甜点配料等。

截至2021年12月31日,公司拥有研发技术人员百余人,主要专业领域涉及食品科学与技术、生物工程与技术、营养科学与管理等学科。招股书显示,公司研发费用在2019年、2020年和2021年的金额分别为2893.75万元、3178.01万元和3981.75万元,分别占营业收入的3.89%、3.51%和2.52%。

公司正在规划的信息化中心建设项目将



公司供图

构建以产品研发项目业务流程为驱动,以物料和BOM等产品数据为主线的产品研发管理平台,及时准确地提供数据支持。通过对研发经验的积累与总结,形成企业核心数据库,大大提高产品开发效率、降低开发成本,缩短开发周期。

快速准确把握市场风向

宝立食品招股书表示,公司与国内外各大餐饮连锁企业及食品工业企业建立了长期稳定的合作关系,包括百胜中国、麦当劳、德克