

商业生态将重新构建

白酒行业进入深度调整期

焦点

■本报记者 孙喜保

白酒行业从来就不缺少新闻，尤其在目前整个行业不景气的情况下。

对于中国的白酒行业来说,“这是最好的时代,也是最坏的时代”。2014 年是白酒行业发展非常关键的一年。十年的黄金发展期已经过去,由于产能的持续扩张,利润的严重透支,一度“牛气冲天”的白酒行业将迎来深度调整期。一大批中小企业将不可避免地倒闭,大中型企业也将面临更严重的困难,整个白酒行业的商业生态也会重新构建。

产能过剩集中爆发

最近一段时间,有关茅台镇近三分之一的中小企业面临倒闭、沧州一家酒厂求被收购、五粮液公司拍卖公车等一系列关于白酒行业的新闻不时见诸报端,将整个行业产能过剩背后的深层矛盾暴露出来。

从2003 年开始,中国的白酒行业发展经历了十年的“黄金时代”。2013 年初,行业问题逐渐凸显,到2014 年,行业发展将进入拐点。

有业内人士认为,白酒行业产能规划明显冒进,品牌企业产能扩张速度过快,到2014 年产能集中释放后,白酒行业过剩局面难以避免,特别是中高端白酒产能过剩压力尤大。受此影响,白酒企业不仅产量增速下滑,收入和利润增速将放缓。

实际上,我国白酒行业的产能过剩问题一直存在,但在高利润的掩盖下,始终没有引起行业的足够重视。

根据《中国酿酒产业“十二五”发展规划》,到2015 年,全国白酒总产量将达到960 万千升,比“十一五”末增长8%,年均增长1.5%;销售收入达430 亿元,比“十一五”末增长60%,年均增长10%。

但在“十二五”第二年的2011 年,我国白酒产量就已达1025.6 万千升,同比增长30.70 %,远远超过了“十二五”整个期间的产能规划。

如此惊人的产能扩张此前已经引起社会各界对白酒行业未来产能过剩的担忧。

有经济学家在2012 年就曾算了一笔账:白酒行业至少有30%的产能过剩,如果每年产能下降1%,需要20 多年才能消化目前盲目扩张带来的后果,产能过剩将是未来一段时间不可回避的难题。

而这一问题,在中央限制三公消费背景下,更是日益凸显出来,并引发了白酒行业一系列潜在问题的提前出现,白酒暴利的时代也随之结束。



1月11日,在第二届湖北武汉放心酒展交会上,茅台酒展台打出买二送一的广告。

楚林/东方IC

为求政绩地方推波助澜

中国酿酒工业协会一位负责人称,推动白酒产能过剩的三大因素分别是企业雄心、政府干预、资本“加油”。尤其是地方政府的经济指标、税收、就业增长等压力从根本上推动了酒企的增资和扩张,为产能过剩的出现起到了推波助澜的作用。

公开数据显示,以酱香型白酒来说,“十一五”末贵州省白酒产能 为16 万千升,到“十二五”末要达到80 万千升,其中酱香型白酒占90%,达到70 万千升;四川省提出到“十二五”末,酱香型白酒产能要达到9 万千升至10 万千升;据统计,全国各地“十一五”末酱香型白酒产能约30 万千升,按照规划,到“十二五”末将达到90 万千升到100 万千升。

四川提出白酒的发展战略路径为“推动中国白酒金三角共同发展”,力争川酒2015 年实现2500 亿元产值。而2010 年全国白酒销售收入仅2700 亿元。在贵州,地方政府绘就了“未来十年中国白酒看贵州”的美好蓝图,新增6 至10 个中国驰名商标和一批著名企业。

11 项信息惠民工程将实施

重点解决民生突出问题

据新华社电(记者江国威)记者1月14 日从国家发展和改革委员会获悉,国家决定开展信息惠民国家示范省市创建工作。社会保障信息惠民行动计划、健康医疗信息惠民行动计划、优质教育信息惠民行动计划等11 大信息惠民任务和计划,重点解决社保、医疗、教育、养老、就业、公共安全、食品药品安全、社区服务、家庭服务等九大领域突出问题,促进信息消费,提升基本公共服务水平、加强和创新社会管理、构建和谐社会。

为建立更加便民快捷的一体化社会保障公共服务体系,我国将实施社会保障信息惠民行动计划,加快推进社会保障一卡通,到2015 年社会保障卡持卡人数达到8 亿,推动社会保障卡在人力资源社会保障以及居民健康、惠民待遇发放等公共服务领域的集成应用。

为在全国范围实现公民的合规异地就医费用医保持卡即时结算,我国将建设跨地区医保费用中央和省级结算信息平台,制定跨地区医保联网结算标准规范。先期在15 个省份100 个地市开展跨省医保即时结算试点,服务城乡居民超3 亿人,跨地区医保即时结算模式和协作机制逐步建立,跨地区一体化服务初见成效。

为缓解看病就医难题,便利医疗服务、惠及城乡居民、壮大健康产业,我国将组织实施“健康医疗信息惠民行动计划”,先期在15 个省份、45 所大型医院开展示范,逐步建立居民健康医疗信息跨机构、跨区域共享机制,实现就医一卡通。

为缩小中西部地区学校数字鸿沟,我国将组织实施优质教育信息惠民行动计划,促进教育公平,提高教育质量,加快缩小区域、城乡、校际之间的教育差距,推进优质教育资源共享,深化信息技术在教育教学中的应用。

我国将通过实施就业服务信息惠民行动计划,建立更加方便快捷、覆盖全国的公共就业信息服务平台,建设高校毕业生、农村转移劳动者、就业困难人员数据库,制定就业信息服务标准,鼓励职业中介机构和相关人力资源服务企业广泛参加,推动就业信息全国联网,面向各类劳动者和用人单位开展政策咨询、信息发布、职业指导、就业失业登记和享受政府网上经办服务,创造平等就业机会。

另外,我国还将实施食品药品安全信息惠民行动计划、养老服务信息惠民行动计划、公共安全信息惠民行动计划、社区服务信息惠民行动计划、家庭服务信息惠民行动计划、信息惠民综合试点行动计划。

中国国际经济交流中心信息部部长徐洪认为,上述信息惠民计划有助于破解民生领域公共服务资源短缺失衡、区域城乡差距扩大、均等化普惠化水平不高等老问题,国家通过信息化带动和促进民生领域跨越发展,有助于提供广覆盖、多层次、差异化、高品质公共服务,提升均等化普惠化水平,对改善民生、培育新的经济增长点、构建和谐社会意义重大。

观点

■本报记者 赵昂

“380 亿元天价阿房宫”引起了巨大的舆论关注,今年1月6 日,项目参与方,一家北京市属国企回应称,所谓380 亿元是当地政府的投入。不过,据媒体报道,西安市政府新闻办负责人表示,“没有380 亿元的投资计划。”

颇具玩味的是,且不论380 亿的巨资到底是否存在,单说这家参与项目的企业是一家“城市综合投资控股公司”,其三大主营业务分别是基础设施、房地产和金融服务业,而非文化产业。翻看旧闻,可以查得在去年六月,双方签协议成立阿房宫基金,总规模100 亿元,首期引导资金20 亿元,基金将主要用于投资建设“阿房宫文化旅游产业基地”,首期用地面积1000 亩。

就在项目参与企业回应“天价阿房宫”的当日,陕西省正式成为我国第七个国家级新区。按规划,西咸新区沣东新城将在2020 年拥有67 万人口,成为“现代田园都市”,而阿房宫项目恰恰就是新城的标志性区域。

事实上,在全国各地,均有不少企业和地方政府合作,利用“文化保护、旅游开发”等名义大肆圈地,企业低价拿地,政府获得政绩,通过“假文化、真圈地”模式取得“双赢”。当然,这样模式的背后是天价的投资。

以正在神州大地刮起的“主题公园风”为例,2012 年我国各地新建的主题公园有100 多家,相当数量被冠以“中国迪士尼”,这些位于二三线城市的“山寨迪士尼”占地面积居然比正版的“迪士尼”还大好几倍,而开发企业也多为房地产企业,以“主题公园”为名拿地,进行“旅游地产”开发。类似的“文化圈地”方法还有很多。

之所以地方政府和房地产开发企业热衷于从事如此合作,是因为在土地交易市场上,地方政府在将土地卖出高价以谋求更大地方财政收益的同时,也担心土地价格过高导致“有价无市”。以北京市为例,该市在2012 年,因为土地价格过高,只有三分之一的商品房供地被售出。但是,地方政府如果降低土地价格又会引起楼市的震荡,解决的方式就是将土地以另一种方式交给房地产企业,例如以“文化旅游开发”之名,因为“文化旅游开发”可以涵盖包括商品住宅、酒店、商场、写字楼等诸多项目。

而对于房地产企业来说,相对于住宅用地严格的“招拍挂”和在开发建设过程中诸多容积率、配建保障房、配建基础设施等限制条件,“文化地产”不论在拿地还是开发环节都较普通住宅有极大的便利,土地价格低廉,开发和销售时限制更少。在当前行政化手段的房地产调控之下,房地产企业和地方政府在“文化圈地”上一拍即合就不难理解了,从政绩角度来说,“文化地

热点

■本报记者 徐潇

1 月7 日,在美国拉斯维加斯开幕的国际消费电子展(CES)上,全球前10 大汽车厂商中有9 家参与展会,包括奥迪、宝马、福特、奔驰等。当科技巨头谷歌宣布与通用汽车、本田汽车、奥迪汽车、现代汽车四家车企,以及芯片制造商英伟达共同成立“开放汽车联盟”,将Android 系统植入汽车信息娱乐系统后,智能汽车和车联网成为了本届CES 最大的焦点。

千亿市场开启

根据中国物联网校企联盟的定义,车联网是由车辆位置、速度和路线等信息构成的巨大交互网络。车辆可以通过GPS、RFID、传感器、摄像头图像处理等装置完成自身环境和状态信息的采集,再通过互联网技术,将自身的各种信息传输汇聚到中央处理器。由计算机分析、处理车辆的信息,从而计算出不同车辆的最佳路线、及时汇报路况和安排信号灯周期。

数据显示,2012 年我国汽车保有量超过1.2 亿辆,我国当前每年新车销量约2000 万辆。而搭载车联网系统的车型则将从现在的高端车型产品向普通车型普及。根据易观智库预计,到2015 年中国车联网用户的渗透率有望突破10%的临界值。

2013 年6 月,全球移动通信协会GSMA 与市场研究公司SBD 在其联合发布的《车联网预测报告》中预计,到2018 年,全球车联网市场总额将达390 亿欧元,较2012 年(130 亿欧元)增长超过2 倍。该报告认为,车联网将成为一个不亚于移动互联网市场产值的超级蓝海,汽车市场即将迈向“车联网时代”。

车联网作为物联网在汽车行业的重要应用,已被列为国家“十二五”期间的重点项目,我国在智能交通系统上的财政支出从2006 年的182 亿元增长到2010 年的481 亿元,未来5 年投资额度还将有望得到快速增长。业内人士预测,到2015 年这一数字将达到1500 亿元。

IT 巨头争相布局

在2013 年6 月举行的苹果全球开发者大会上,苹果的“iOS in the Car”项目就已经与本田、奔驰、日产、法拉利、雪佛兰等12 家汽车厂商达成合作。“iOS in the Car”可以让iOS 和车载系统直接相连,通过无线协议或USB 电缆将iOS 设备连接到车载中控台,用户可以直接在汽车显示屏上管理地图、信息和音乐。苹果公司预计,搭载iOS 车载多媒体系统的新车将会在2014 年面世。

在苹果对汽车行业步步进军的同时,科技巨头谷歌也在紧紧盯着这块“肥肉”。

事实上,谷歌一直在努力研发无人驾驶汽车,并在汽车领域不断引入前沿科技,而谷歌同苹果在汽车领域的竞争也远不止车载终端。本届CES 上,谷歌除了带来车载Android 系统用户界面,让车主在汽车上也获得与Android 智能手机类似的音乐、导航、应用和服务体验外,由谷歌牵头成立的“开放汽车联盟”才是苹果最大的对手。

不过,目前来看,汽车厂商对手机导航软件的应用仍是保持谨慎的态度,但随着手机导航的精度不断提升,数据的不断丰富,汽车厂商与手机导航厂商的融合将很值得期待。届时,汽车智能市场或将成为各大地图厂商争夺的新领地,从而对国内地图行业的走向和格局产生重大影响。

而智能汽车能否真正上路,还要问问汽车厂商是否愿意放弃已有研发的车载多媒体系统。对汽车厂商来说,这是一个挥之不去的担忧,因为谷歌和苹果一旦入局,汽车厂商自主研发的车载多媒体系统或许会像智能手机大战中诺基亚的塞班系统一样,败于iOS 和Android 系统,成为回忆。

导航精准很关键

为汽车配备智能系统,目的之一是要实现全自动无人驾驶,让人们享受行驶乐趣。而目前汽车智能系统配备的地图是否精准,能否满足无人驾驶的需求仍然是个问号。谷歌的无人驾驶汽车也曾经发生过车祸,考虑到安全问题,导航数据稍有差池就有可能导致事故发生。

其次,双方如何实现深度合作,保证地图数据能够及时在汽车上得以更新。这显然跟以前传统的卖车载导航系统解决方案的方式有巨大区别,如果由地图厂商来给汽车厂商提供智能化的解决方案,就需要后续合作的无缝对接,能够保证智能汽车里的数据始终是最新的最佳的。

在这场车载系统大战之中,未来谁会掌控车载用户界面市场?苹果iOS 系统,还是谷歌Android 系统,又或者是汽车厂家自制系统?2014 年,不出意外,谷歌Android 系统和苹果iOS 系统会将在应用软件(APP)市场的激烈竞争延伸开到汽车领域。

未来每一辆汽车都可以变成一个实时与互联网交互的移动终端

车联网争夺战悄然打响

足无人驾驶的需求仍然是个问号。谷歌的无人驾驶汽车也曾经发生过车祸,考虑到安全问题,导航数据稍有差池就有可能导致事故发生。

其次,双方如何实现深度合作,保证地图数据能够及时在汽车上得以更新。这显然跟以前传统的卖车载导航系统解决方案的方式有巨大区别,如果由地图厂商来给汽车厂商提供智能化的解决方案,就需要后续合作的无缝对接,能够保证智能汽车里的数据始终是最新的最佳的。

不过,目前来看,汽车厂商对手机导航软件的应用仍是保持谨慎的态度,但随着手机导航的精度不断提升,数据的不断丰富,汽车厂商与手机导航厂商的融合将很值得期待。届时,汽车智能市场或将成为各大地图厂商争夺的新领地,从而对国内地图行业的走向和格局产生重大影响。

而智能汽车能否真正上路,还要问问汽车厂商是否愿意放弃已有研发的车载多媒体系统。对汽车厂商来说,这是一个挥之不去的担忧,因为谷歌和苹果一旦入局,汽车厂商自主研发的车载多媒体系统或许会像智能手机大战中诺基亚的塞班系统一样,败于iOS 和Android 系统,成为回忆。

“假文化真圈地”模式需警惕

裹于从事如此合作,是因为在土地交易市场上,地方政府在将土地卖出高价以谋求更大地方财政收益的同时,也担心土地价格过高导致“有价无市”。以北京市为例,该市在2012 年,因为土地价格过高,只有三分之一的商品房供地被售出。但是,地方政府如果降低土地价格又会引起楼市的震荡,解决的方式就是将土地以另一种方式交给房地产企业,例如以“文化旅游开发”之名,因为“文化旅游开发”可以涵盖包括商品住宅、酒店、商场、写字楼等诸多项目。

而相对于房地产企业来说,相对于住宅用地严格的“招拍挂”和在开发建设过程中诸多容积率、配建保障房、配建基础设施等限制条件,“文化地产”不论在拿地还是开发环节都较普通住宅有极大的便利,土地价格低廉,开发和销售时限制更少。在当前行政化手段的房地产调控之下,房地产企业和地方政府在“文化圈地”上一拍即合就不难理解了,从政绩角度来说,“文化地