

企事录

华润啤酒收购喜力中国区全部业务



东方IC 供图

事件:8月3日,中国最大的啤酒生产商华润啤酒与欧洲最大的啤酒制造商喜力宣布合作并公开了合作细节。喜力将持有华润集团(啤酒)有限公司40%的股权,支付对价243.5亿港元。同时,华润集团(啤酒)有限公司也将以约4.64亿欧元的总现金对价购买喜力集团约0.9%的股权。

点评:喜力是欧洲第一、全球第二的啤酒集团,但在中国市场,喜力啤酒的市场份额不到1%。近年来,百威旗下以科罗娜为代表的高端啤酒品牌一直压制着喜力在中国的扩张。华润在中国本土的渠道竞争力,会成为喜力啤酒在中国扩张的助力。

另一方面,华润也需要借助喜力的品牌影响力实施产品高端化战略。近年来,中国中高端啤酒的销量不断增加,华润虽然推出了中高端品牌线,但雪花Snow仍然是其整体销售额中占比最大的品牌。未来,华润若想在细分高端市场发力,喜力产品无疑将成为其中的主角。从这个角度看,这将是一次双方都乐见且高度优势互补的合作。

重钢上半年实现盈利7亿元

事件:近日,重庆钢铁股份有限公司(下称“重钢股份”)发布公告表示,经财务部门初步测算,预计2018年1-6月实现归属于上市公司股东的净利润为7.6亿元,归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润7.6亿元。去年底,伴随破产重整的完成,四源合(上海)钢铁产业股权投资基金中心取代重庆市国资委,成为重钢股份背后的实际控制人,这是一支由中国宝武钢铁集团有限公司联合美国WL罗斯公司、中美绿色基金、招商局金融集团共同组建的钢铁产业基金,重钢股份的性质也从一家地方国企转变为全新的混合所有制企业。

点评:引入新的投资者的重钢股份,被认为带有宝武集团的背景,后者则能在诸多方面为重钢股份的发展提供支撑和支持,但重钢之所以能涅槃重生,更重要的是进行了市场化的运作。

以重钢的传统业务之一中厚板为例,过去多年,重钢股份的中厚板主要发向船用板材市场,但由于与船用板材主要消费市场沿海地区距离遥远,再加之船用板材近年来需求下降,重钢中厚板销量不尽如人意。如今,公司将应用方向更多地转向结构用钢和桥梁用钢,并主要供应川渝市场,避免了因运费原因在其他地区处于不利的竞争地位,业绩自然明显上升。

根据重钢股份的公告,7.6亿元的预盈主要来自提升产量、强化产品盈利能力分析、优化品种结构,以及系统降本和技术降本措施,这意味着根据市场需求调整后,重钢的主营业务已经开始释放效益。

邻家北京门店全部关闭

事件:8月2日凌晨,一份被曝光的“告知函”显示,邻里家(北京)商贸有限公司向供应商发出通知,公司背后唯一的出资方因故受到警方调查,导致公司银行账户被冻结。

8月1号晚上起,陆续有消费者反映经常去的邻家便利店突然暂停营业。几乎在一夜之间,邻家在北京的168家门店已全部关停。从门店贴出的告示看,停业理由有“内部整顿”“线路维修”“盘点清货”等,或直接写明“暂停营业”。

点评:邻家一度被认为是可以与7-Eleven、全家等品牌相抗衡的本土品牌,但一夜之间却出现关店困境。根据中国连锁经营协会发布的《2018中国便利店报告》显示,便利店的运营成本正在快速上升,主要原因是租金和人工成本,其中房租成本上升18%,水电成本上升6.9%,人工成本上升12%。

业内人士表示,一家便利店若要盈利每日营业额至少需5000元-6000元,但很多便利店都难以达到这一数额,因此不少处于亏损状态。邻家的关店困境有其偶然性,但也提醒整个便利店行业,在高速扩张和大规模融资的同时,一定要注意风险。毕竟,便利店作为低毛利行业,要经营好并不容易,急功近利的投入反而会引发败局。

(本报记者 方大丰)

中国快递企业竞逐航空物流市场

据新华社电(记者何欣荣)印着企业标志的货车、满地跑的电动三轮车,是很多人对国内快递企业的印象。近期,多家快递公司出台方案,重金投向航空物流市场。通过让快件上飞机,不断提高快递服务的中高端供给能力。

来自圆通集团的信息显示,该公司已与浙江省嘉兴市政府签署战略合作协议,计划投资73亿元,在嘉兴机场建设全球航空物流枢纽。项目计划在2018年内动工,2021年投入使用,届时将成为其速递及航空的全球运营基地。其航空业务负责人苏秀锋表示,目前超过四成的国内、国际快递量集中在长三角区域,从嘉兴机场飞行三小时可覆盖国内核心城市群。

此前,中通快递也宣布与土耳其航空、太平洋航空成立合资公司,提供包括揽收、运输、快运和最后一公里配送等服务。

对于航空运力的使用,顺丰控股走在国内快递公司前列。今年7月1日,顺丰航空的第45架全货机正式投入航线运行。与此同时,顺丰参与的湖北国际物流核心枢纽项目也在今年年初获得立项批复,顺丰计划以该枢纽为中心,打造覆盖全国、辐射全球的航路航线网络。

从国际巨头的发展轨迹看,航空物流也是竞争的制高点之一。如联邦快递拥有超过600架飞机,并带动孟菲斯机场成为世界级的物流中心。而我国自建航空机队的三家快递企业中,飞机数量最多的顺丰才45架,要比肩国际巨头,中国快递公司还有很长的路要走。

江小白酒业推出调配了饮料果汁的混饮酒,泸州老窖启动了鸡尾酒、果露酒等酒精饮料的研发工作,白酒市场的挤压式增长,让越来越多的酒企不断开拓年轻消费市场

白酒企业走上“年轻路”

本报记者 李娜

前不久,中国“浓香国酒”国窖1573代表中国白酒首次亮相世界杯,成为进入2018俄罗斯世界杯官方接待包厢唯一中国白酒品牌。除了传统的白酒,泸州老窖还在包厢内提供Panda 1573和China 1573两款特调鸡尾酒供各国球迷享用,不少球迷纷纷在Twitter和Facebook上晒出自己与panda 1573的合影,并且一度成为微博热门话题。

一直以来,因为中国白酒口味浓烈,西方消费者在理解和接受时存在一定难度,导致中国白酒的国际化之路异常艰难。此番中国白酒在全球顶级赛事上的亮相,其背后凸显了中国白酒企业在白酒产业深度调整过程中寻求突围的战略与努力。

混饮背后的味道战略

业内普遍认为,当下白酒产业正发生着翻天覆地的变化,一个直接体现便是消费群体的构成。相关数据显示,在2018年春节假期,80后网上购买白酒的数量已经超过70后,白酒的主力消费群体已经从70后转向80后,且90后正在加入。与此同时,新生代消费群体,以对抗品牌老化,实现年轻化振兴策略。除此之外,既能从口感上把握到东西方都能接受的味道,也能用最简单直接的方式让西方消费者

理解中国白酒的韵味,这已经成为中国白酒走向世界的现实命题。

例如,夏天虽是白酒消费的淡季,江小白酒业集团却开启了一个名为“小酒馆”的活动,在全国26个城市巡回,用地推的方法赠送5万杯调配了各种饮料的MIX混饮酒,试图通过把饮料果汁与白酒调在一起的混饮,在年轻群体中引起新的潮流,也希望引起西方消费者的关注。从目前看,一些白酒企业的多项市场举动透露出,企业开始不断利用“新鲜味道”打开更广阔的市场。

文化先行促白酒国际化

本届世界杯上,包括五粮液、泸州老窖、剑南春等一众白酒企业在俄罗斯世界杯上“反客为主”,纷纷在海外造势。一场没有中国足球队的世界杯,白酒企业到底看到了什么机遇?

在泸州老窖相关负责人看来,亮相世界杯更像是一次对创新战略实践的检验。在竞技体育中,竞技水平与赛事的商业价值关系密切,通常来讲,竞技水平越高的赛事,球迷基础也就越庞大,其商业价值也就越高。世界杯期间,餐饮消费特别是酒水消费的增长十分可观,这大大增加了白酒的触达机会。对品牌本身而言,能够与世界杯这样全球顶级的体育赛事携手,无疑会加深外界对品牌的印象和好感度。

该负责人称,此次跨界携手世界杯,将泸州老窖沉淀了445年的浓香韵味带到赛场,为全球消费者呈现最地道的中国白酒,收获了更多关注的目光,实现了更大声量的品牌文化和价值传播。

根据《全球酒业发展报告》公布的数据显示,中

链接

中国白酒需要在传承创新中求发展

新华社记者 陈玉明 张海磊

“这可真是个难得的人才。”在泸州老窖股份有限公司,总经理林锋指着年轻的女品酒师曾娜说。

“80后”曾娜是泸州老窖酒传统酿制技艺第23代传承人、国窖1573中国品味首席设计师、国家级白酒评委。

品酒、调酒,是曾娜的日常工作。品酒师的工作,其实并不像大家想象的那样轻松、风雅。曾娜说,白酒中有成百上千种香味成分,各种香味成分之间不同的搭配都会关系到酒品的优劣和特色。品酒师的职责便是找到其中的“黄金比例”,设计最佳的风味酒品。目前世界上还没有任何分析仪器可以完全替代品酒师。

作为泸州老窖酒传统酿制技艺第23代传承人,曾娜对白酒有着很深的感情。“过去酿制技艺是家族传

承,现在是师徒传承,口传心授。但传承不是复制,传承人不仅要先把酿酒技艺的精髓毫无保留地传给下一代,还要在前人的基础上推陈出新、创新发展。”

提起创新,曾娜感触颇深。“我们的创新表现在很多方面,比如,我们的白酒工艺在不断创新;酒品方面,过去我们主要做传统白酒,现在也做养生酒、预调酒,还做适应年轻人需要的时尚化的鸡尾酒等。酒文化方面,我们创制了具有观赏性、表演性的调酒仪式‘神龙九式’,降低普通人对调酒这门技艺的认知门槛;同时,还研究怎么让国外消费者学会品鉴中国白酒等。”

创新需要环境,需要更好的知识产权保护。曾娜说,现在白酒领域,存在一定程度的假冒或仿冒现象,既侵害了酒企的利益,也侵害了消费者的权益,严重的甚至会危及消费者的身体健康;希望这方面的法律能更严一点,加大对“山寨”产品的打击力度。

“凉爽贵州”优势凸显,避暑旅游持续升温

贵州冷凉气候资源催生“避暑经济”

本报记者 李丰

最近一段时间,全国多地迎来酷暑,贵州部分地区气温却保持在20℃到30℃之间,到贵州“觅清凉”的外地游客持续增加,冷凉资源为贵州带来“避暑经济”。据统计,2018年上半年,贵州旅游消费持续“井喷”,旅游总人数4.71亿人次,同比增长34.1%,旅游总收入4382.06亿元,同比增长39.5%,冰凉气候资源带动了当地的“避暑经济”。

“避暑大礼包”吸引外省游客

7月17日,农历六月廿四,是彝族的传统节日——火把节。在贵州省六盘水市水城县海坪彝族文化小镇,一位身着彝族服装的少女端起一杯迎客酒,来自福建的余先生一饮而尽。“今天这里的气温20多摄氏度,早上还有点凉,需要穿个薄外套,贵州天气凉爽,民风淳朴,玩得很开心。”他说。

避暑旅游带动脱贫攻坚

贵州省水城县是煤炭生产大县,黑色曾经是多年不变产业底色。如今,随着交通基础设施的改



图为品酒师在表演观酒色,将酒杯举起与肩齐平,观察酒是否清亮透明。

中新社记者 贺俊怡 摄

国目前是全球较大的蒸馏酒市场,也是全球烈酒市场增长较快的国家,白酒占据世界烈酒消费量的三分之一。

有业内人士指出,虽然中国白酒的影响力愈来愈大,但其在国外的消费范围主要还局限于华人文化圈,中国白酒走向世界,必须通过文化引领。

“在如今的对外贸易中,中国品牌能否取得成功跟文化传播是否到位有着非常强的关联,中国白酒是中国文化的重要载体,中国文化是中国白酒的根基。要让中国白酒走进世界消费者的心中,就要加深世界人民对中国白酒文化的认知和认同感。”泸州老窖股份有限公司党委副书记、常务副总经理王洪波如是表示。

据了解,除了此次亮相世界杯外,该公司还曾在纽约、莫斯科等地开启“让世界品味中国”全球文化之旅,邀请各国诗人来到中国共享“国际诗酒文化大会”,让中国白酒搭载音乐、焰火、诗歌、足球等全球共通文化艺术形式登上世界餐桌,与全球消费者进行有效沟通。

多元化 and 个性化时代

事实上,最近几年,白酒产业市场发展并不乐观,多品类白酒对消费者的渗透式影响越来越强,消费者的选择也越来越多样化。

与此同时,我国白酒生产企业众多,2017年纳入到国家统计局范畴规模以上白酒企业1593家,

2016年,黔西南州旅游总收入年均增长35%以上,在旅游业带动下,76万贫困人口脱贫,120个贫困村退出,73个乡镇、5个县“减贫摘帽”。

4小时车程热“避暑贵州”

“乘着高铁来贵州,星期天下午就可以坐高铁返回成都,一点也不耽误上班。”7月27日,成都游客鞠女士下班后便迫不及待地坐上前往贵阳的高铁,四小时后便与贵阳的朋友相聚,开怀畅饮享受清凉。鞠女士告诉记者,她身边的青年朋友群体中,在周末乘高铁来贵州避暑旅游,正成为新风尚。

“几年前,贵州美景并不如现在这么叫好,交通条件也制约了人们的旅程。”贵州黄果树智慧旅游股份有限公司职员张天璟说,以前广州地区的部分游客前往贵阳避暑,从广州到贵阳坐火车需20个小时,往返时间太长断绝了外地游客人黔旅游。

2014年12月,贵州省内第一条高铁——贵广高铁建成通车,青山绿水间,高铁列车第一次呼啸驶来……从此,贵州旅游发展开启了“高铁时代”。贵广高铁开通,缩短了黔桂粤三省区的时空距离,更开启了贵州与泛珠三角区域新一轮交流合作的“提速之旅”,促进了产业合作,让贵州成为粤港澳的后花园。

随着贵州高铁、高速公路、航空、城际铁路等快速大交通的进一步完善,贵州与周边几省之间的路程大幅缩短,拉近了客源地与目的地的市场距离,成了名副其实的“短途游”。便捷的交通,配套的优质服务,正吸引越来越多游客,领略“多彩贵州”的风采。

河南:年底前4万“个体户”转型小微企业

本报讯(记者余嘉熙 实习生唐志苇)对于在河南的个体工商户来说,今年开始一旦转为小微企业,不但减按20%的税率征收企业所得税,政府还会给予其奖励和补贴——按照河南省工商、省发改委、省财政厅等八部门近日联合出台的《关于促进个体工商户转型为小微企业工作的实施意见》,该省今年将在已登记注册的个体工商户中,以不低于10%的比例建立“个转企”培育清单,实现本年度转型4万户、2020年前累计转型10万户的工作目标。

相对于企业,个体工商户由于受法人地位缺失、治理模式单一、投资规模有限等因素制约,在商业信用、经营领域、品牌效应、竞争能力等方面缺乏优势。

“‘个转企’有利于个体工商户自身发展。”河南省工商局相关负责人介绍说,个体工商户转型为企业后,架构更完善、管理更规范,政府给予的政策和金融扶持力度更大,因此自身发展空间也将更大,前景更有保障。

根据此次河南省出台的“新政”,“个转企”后,符合条件的小微企业减按20%的税率征收企业所得税。经认定属国家重点扶持的高新技术企业的,减少按照15%的税率征收企业所得税。增值税小规模纳税人月销售额不超过3万元的,免征增值税。此外还有延期缴纳税款、免征契税和免收交易费等政策支持。

北京稻香村推出高端甜品店“稻田日记”



视觉中国 供图

8月6日,北京爱琴海购物公园的稻田日记店铺。相关资料显示,北京稻香村的糕点新品一般会在店里率先亮相,顾客在店里自助挑选,可以选择堂食或外带。堂食的餐具是中式瓷盘,店内还有配套茶饮供顾客消费,店里划分了专门的聚会区。堂食没有吃完的点心,店员会提供免费的包装礼盒装入带走。