

走出安徽或可成为转折点

问题重重并被上交所点名 金种子酒夹缝中求生

本报记者 周子真

日前,安徽白酒上市公司之一的安徽金种子酒业股份有限公司

(以下简称“金种子酒”)不仅面临着内忧外患情况,还被上交所点名问询。4月17日,金种子酒发布了针对上交所问询的2017年度业绩修

订报告,承认其业绩连续五年下滑是因为公司主流产品已与市场脱节。作为消费升级的“弃儿”,金种子酒未来该何去何从呢?



目前安徽白酒市场竞争已处于红海阶段,而全国白酒市场竞争仍为蓝海,金种子酒或许应该想办法走出安徽求发展。 CNSPHOTO 提供

业绩连年下滑 进退维艰

目前安徽市场进入红海阶段,金种子酒想要从别的酒企手中抢夺市场难度非常大。

据金种子酒日前发布的2017年修正报告显示,金种子酒2017年实现营业总收入12.9亿元,同比下降10.14%;归属于上市公司股东的净利润为819万元,同比下降51.88%。扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润-250.32万元,同比下降148.54%。出现了近10年来的首次亏损。实际上,金种子酒的业绩已连续下滑五年。对此,金种子酒承认,近几年来随着消费的持续升级,市场主流价位上移,公司销售结构中占比较高的柔和种子酒、祥和种子酒等产品已逐渐脱离市场主流价位,导致产品销售出现逐年萎缩;而公司当前市场主推产品金种子系列年份酒正处于产品培育期,仍未完全突破上量。以上双重因素的叠加导致公司主营业务收入下降、利润下降。

几个酒企之间,很难突破上量。确实,据财报显示,金种子酒2017年重构了中高档产品体系,形成了以六年金种子、八年金种子、十年金种子为主体的金种子年份酒系列,参与安徽省内100元至300元价位段的市场竞争;还推出了金种子中国力量,抢占安徽省内300元以上价位次高端市场。而安徽省内比如口子窖已经占领了138元-158元价格带,迎驾贡酒占领了88元-118元价格带,金种子高端酒定位很不精准。

方国企控股,在企业运营和市场营销方面一定程度上受到体制制约。

虽然效果不明显,金种子酒2017年确实一直在进行尝试推广金种子年份系列酒、金种子中国力量和健康白酒和泰苦荞酒,然而也未见成效。

而企业现金流的恶化对其连年下滑的业绩更是雪上加霜。数据显示,金种子酒2017年经营活动产生的现金流为-2.48亿元,现金流为负且比去年同期的-1.82亿元有所扩大。

白酒营销专家罗英藤对中国商报记者坦言,做高端酒需要品牌的基因,金种子酒没有太多的文化积淀,此前的成功主要靠营销,在目前白酒挤压式竞争的大背景下想要在高端市场上抢夺一杯羹不容乐观。

而具体在促销费用方面,财报显示,金种子酒2017年促销费用中户外广告和宣传费用明显增加,冠名、报纸、网络媒体投入减少,而占比最大的“生动化”的门头广告也减少了33.28%。苏元辉坦言,金种子酒此前一直靠渠道促销取胜,“生动化”的门头广告作为接地气的促销方式与其比较匹配,但是金种子酒目前忽视了渠道促销,把更多精力放在品牌背书上,广告宣传也出现偏差,很难击中消费者并产生销售拉力。

而所谓“东不入皖”的安徽白酒市场的竞争激烈更增加了金种子推高端酒的难度。苏元辉坦言,做高端酒需要匹配相应的经销商,而金种子酒目前的经销商队伍主要是针对中低端白酒产品的。目前安徽市场厮杀非常激烈,进入了红海阶段,金种子酒想要在别的酒企手中抢夺市场难度非常大。

一位白酒经销商也对中国商报记者强调,徽酒不像川酒等有较强的历史底蕴和品牌积淀,徽酒的成功主要靠渠道促销,失去了渠道促销盲目打品牌只会一味投入却难见成果。

此外,金种子酒业绩下滑背后还有体制的制约。融泽咨询刘晓威对中国商报记者表示,金种子由地

夹缝中求生

全国白酒市场竞争仍为蓝海,金种子酒应该想办法走出安徽。

可见,金种子酒在厮杀激烈的安徽市场内忧外患重重,低档酒逐渐被市场所“抛弃”,又很难赶上消费升级的列车,只好夹缝中求存。

日前,金种子酒推出了2018年的经营策略,包括加大新媒体渠道宣传力度、开展金种子年份酒消费者定制工作、拓展封坛私藏业务等。实际上,金种子酒此前多次提到发展定制酒。对此,上述白酒经销商坦言,定制酒确实是个大方向,很多企业现在不会轻易接受高溢价待遇,而是自行选择酒体和瓶子做接待酒。但定制酒靠的是口碑,前期需要长时间培育,很难短期上量。金种子酒

本身品牌积淀不够,总体体量刚上10亿元,做定制酒很难有突破。不过,金种子酒未来可以尝试逐渐走出安徽省内市场。正如一位江苏地区的白酒经销商对中国商报记者所言,江苏白酒市场有洋河、今世缘等,排斥外地酒,但在盐城、徐州等地区还是有一定金种子酒销售,实际上金种子酒可以加大在全国一些开放地区的县乡镇市场的切入,毕竟与当地酒相比还是有一定的知名度。

而目前,数据显示,金种子酒2017年在安徽省内市场收入同比下滑16.68%,省外市场收入却同比

增长1.05%。作为金种子酒主阵地,收入占比83.16%的安徽省内市场已经无法控制下滑的颓势。苏元辉表示,目前安徽白酒市场竞争已处于红海阶段,而全国白酒市场竞争仍为蓝海,金种子酒应该想办法走出安徽求发展。

“除此之外,金种子酒还有另外两条出路。一是找一个立体市场根据地培养高端酒的模式,再把培养好的模式在全省推广。二是在不稀释金种子酒品牌的前提下,招区域性或全国性的开发商或运营商对金种子酒产品买断品牌,给其足够的空间。”苏元辉如是说。

新注册商标统一公示

刊登热线:010-83126800 传真:010-83126803

(北京艾培万知识产权代理有限公司提供商标代理、知识产权咨询服务)

A large grid table containing 48 individual trademark registration notices. Each notice includes a logo, registration number, trademark name, and contact information for the applicant. The notices are organized in a 6x8 grid.