

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。

确实,消费升级的趋势已经席卷整个安徽市场,一位金种子酒安徽某县级的经销商对中国商报记者坦言,目前金种子普通白酒销售大不如从前,销量相对较好的是金种子六年和金种子十五年两个酒种。

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。

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。

低档酒逐渐不被认可,高档酒又没突破,金种子酒处境尴尬。曲成管理咨询创始人苏元辉对中国商报记者介绍说,金种子酒的中高档酒一直没有突破是因为其品牌定位不清晰,价格也介于安徽其它

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)

Table with 10 columns and multiple rows of trademark registration information, including logo images, registration numbers, and applicant details for various brands like 龙泉嘴, 快美人, 诺迪克, etc.