

一日推出五新品,高中低档都占全

酒鬼酒耍醉拳还是乱出招?

徐可强振臂一呼,12位“酒仙”齐聚长沙 欲携新品带领酒鬼酒突围

酒鬼酒新任总经理徐可强甫一上任,就开始显山露水。在他的振臂一呼下,包括沈怡方、高月明在内的12位国内顶尖级“酒仙”,今天齐聚星城长沙,为新鲜出炉的高端酒鬼酒系列产品进行鉴评。20日,酒鬼酒5个新品将揭开神秘面纱。

2009年酒鬼酒利好频传,但也有股价虚火、销售渠道不畅等质疑。

徐可强上任后的一系列动作令人眼花缭乱,这是喝高了胡乱打拳,还是按自己演练好的章法套路在出招?质疑与赞许交织下的酒鬼酒,将演绎怎样的突围故事?

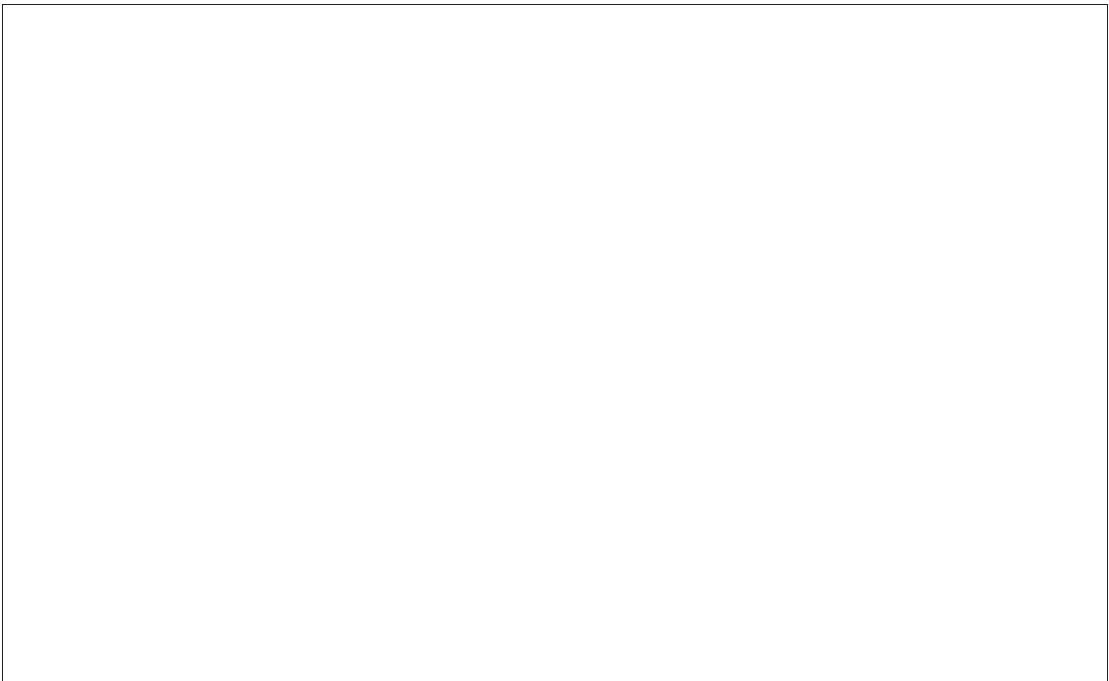
■记者 石曼

五大新品全面出击

军人出身的徐可强,经历了五粮液发展速度最为迅猛的时期,并一直担任着“市场总指挥”的角色。今年3月,酒鬼酒大股东中皇公司“四顾茅庐”,徐可强方出任酒鬼酒总经理一职,酒鬼酒的困难重重和徐可强的深思熟虑由此可见一斑。

但出山后的徐可强,迅速展现其在酒业市场的“翻云覆雨”之功:两个月前,“珠海首富”李健康旗下企业塔鑫公司,宣布买断酒鬼洞藏酒十年经营权,并购销价值5000万元的酒鬼优级老酒;而现在,5个新品更是非常齐整地盛装亮相。

本次酒鬼酒的五个新品,“封



7月19日上午,长沙华天大酒店,酒鬼酒鉴品会上,中国食品工业协会白酒专业委员会副会长沈怡方正在品酒

坛年份系列在400元-800元之间,湘泉原浆系列则在130元-220元之间”,从酒鬼酒常务副总经理韩经纬介绍中不难发现,沉寂多年的酒鬼酒,此番可谓是毕其功于一役,在各大战场,发起了全面进攻。

3年5亿元,每年50%

翻开几大公司的2008年年报,在主营收入上,贵州茅台是酒鬼酒的25倍,五粮液是酒鬼酒的24倍。酒鬼酒想要进军高端白酒并据有一席,困难可想而知。那么,酒鬼酒突围的方向在哪里呢?

“据不完全统计,目前湖南的白酒市场有70亿,高端酒占到整个市场50%的份额。我们的目标就是湖南市场的第一把交椅,5亿

元是一个转折点,我们准备花3年时间完成,这样,就必须做到每年50%的增长率。”徐可强介绍说。

“一直以来,五粮液以浓香型为代表,茅台酒则是酱香型白酒的鼻祖,酒鬼酒的主导产品则是独特的馥郁香型,策略上,主打400元左右的品质酒出奇制胜。”韩经纬表示。

从徐可强和韩经纬的介绍中,我们不难看出,立足湖南本土和差异化竞争,是它冲击市场的两大杀手锏。

对渠道有自信

销售渠道,是业界对酒鬼酒质疑的一个重点。“在目前的情况看来,酒鬼酒的销售渠道并不畅通。”湖南省同升酒业有限公

司总经理卓从兵透露,酒业的销售渠道主要是两种,自营和包销。酒鬼酒主要的销售方向还是以包销为主,包销的优势就是资金回流比较快,而过多的包销,势必会在价格上对企业自营造成冲击。

“那是市场对我们新的营销策略还不了解,在现阶段,酒鬼酒将会主要采用自控终端,这样虽然成本很大,但是,便于稳定销售渠道。”徐可强对此回应道。

徐可强最后告诉记者,“新品发布会上将有52家经销商到场,我们估计首单将有8000万的进账。”其言外之意,似乎是说,钱和渠道都不是问题。

当然,这一切能否成真,还要拭目以待。

□记者手记

酒鬼酒“虚火”上升?

尽管酒鬼酒现在是“春风得意马蹄疾”,但对它的质疑声,却还是不绝于耳。

7月7日,酒鬼酒公布中报预增公告,预计2009年1-6月净利润约1400万元,较去年同期的增长80%-100%。这本应是一个大利好,但还是打消不了市场对它的质疑。

“酒鬼酒目前的市盈率,对照白酒行业的平均市盈率,其股价显得有些虚高。”方正证券农业、食品行业研究员陈光尧分析表示。

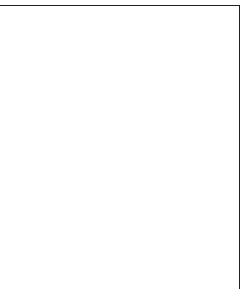
参照预增公告中预计中报0.043元的每股收益,以上周五收盘价13.20元计算,记者发现,酒鬼酒的市盈率已超过150倍,显然,这是一个不能被市场所接受的收益水平,酒鬼酒股价背后,到底是有潜在利好,还是机构资金在“胡作非为”呢?

“酒鬼酒目前一系列的资产重组,可能是资金敢于发力的一个重要原因”,韩经纬表示,通过转让湘西自治州利新源房地产开发有限公司股权,仅此一项就获得2亿元的投资收益。另外,酒鬼酒还剥离了茶叶、啤酒、陶瓷公司和湘西医药公司等大量资产,回笼了大量资金。由此可见,酒鬼酒短期内的财务报表,并不堪忧。

“更重要的,还是看下半年的销售情况,毕竟投资收益不是长久之计,主营业务上升才是根本,如今的新品发布或许是一个信号吧。”陈光尧解读道。

□语录

别指望外汇储备赚大钱



周小川

中国人民银行行长周小川在北京大学国家发展研究院“青年金融家领导力夏令营”开营仪式上演讲时称,外汇储备不应看作投资基金,不应指望它去赚很多钱,总体回报合理即可。

周小川说,当外汇储备超过必要的数量时,花要比攒着好。

“财富亚健康”状态值得关注

本报7月19日讯 身体亚健康,是很多市民的常态,但越来越突出的“财富亚健康”现象也无疑值得关注。

前不久,招商银行委托《钱经》杂志,研究了中国七个经济区域的城市理财行为和心里,从财务状况、投资和消费三个方面对“财富亚健康”现象进行了深入解读,总结归纳了现实生活中五大具有代表性的族群:“穷忙族”工作繁忙,有空赚钱,没空理财;“月光族”每月工资消费殆尽,毫无理财意识;“存钱族”赚钱存银行,认为存钱即安全理财,理财观念消极;“好高族”又把理财等同于投资、追求高回报,不顾高风险;而“抵触族”本身获取信息渠道狭窄,又不信任银行专业理财师,缺乏理财知识和方法。

这些族群在不同程度上反映出财富亚健康的症状,如何正确有效地治疗这些症状,是目前国民急需解决的财富管理问题。 ■记者 邓桂明 通讯员 何高峰

22款全新海马系列腕表空降长沙

长沙奢华名表消费方兴未艾

本报7月19日讯 “热情是无限度的。”7月18日下午,百联东方广场,香港明星任达华的一句经典之语,将正在这里举行的欧米茄全新海马Aqua Terra腕表展推至高潮。

作为享有160年传奇历史的瑞士顶级钟表品牌,欧米茄代表了钟表领域的巨大成就。此次其携22款全新海马系列腕表空降长沙,是其全国巡展的倒数第二站,而长沙也是中部地区唯一一站。沉稳热情的任达华,炫丽的男女模特,将海马Aqua Terra系列腕表的优雅运动风情演绎得淋漓尽致,让不少顾客大饱眼福。

巡展中,一款戴在任达华手上的11.7万元的腕表最为抢眼。颇具戏剧性的是,展示开始前,这款全新海马系列中价格最贵的腕表就被一位“热情”的长沙人买走。欧米茄市场部经理Lize高兴地向记者表示:“长沙人真是太热情了,长沙不乏消费力。”

欧米茄2007年首次入驻长沙百联东方广场,销售日见其涨,目前店内销售的最为昂贵的腕表为29.3万元。而据Lize介绍,欧米茄有一款身价不菲的珠宝表,高达400万元,在不久的将来,肯定要来长沙“遛一遛”。

记者了解到,近年来,随着市民生活品质的提高,继国际品牌时装、化妆品之后,顶级名表成为市民追逐对象,一些“身价”在几万元、十几万元乃至几十万元的限量版名表,成为不少市民收藏的新品种。除了欧米茄,百联东方广场还有其他几家奢华名表分别以专卖店的形式在长沙安家,比如劳力士、卡地亚。劳力士的手表均价最贵,起价3万元。以一款高达40万元的珠宝表为例,一年可以卖掉好几块。而七八万元左右的中高档手表一个月则可以卖出七八块。

“现在的市民,买只几万元的名表戴戴,已经成为一种时髦,大多成为一种彰显身份的饰品。”记者从欧米茄专卖店了解到,来买名表的大多为30-40岁的私营业主和企业白领。此外,还有许多“富二代”也对奢华名表情有独钟。

■记者 唐志军 实习生 张丝雨

“免费游泳”推升长沙游泳馆热浪

“免费游泳”增加管理成本

“对中小學生免費開放之後,客流量明顯增多,這樣就得增加成本。但是我們的收入並沒有增加,相對以前來說還有減少。”天健芙蓉盛世游泳池的相關負責人對記者說,“救生人員由原來的3個增加到6個,處理水的成本也增加了一倍以上,由原來的500元/天增加到了1000元/天。”

“響應免費開放的政策後,收入明顯減少,而成本卻增加了。”上述天健泳池負責人很無奈地說,“我現在也不知道該怎麼辦。”據了解,很多游泳館只在夏

季開放三個月左右,這就意味着今年夏天,這15家對中小學生免費開放的游泳館只有一半的時間完全歸自己經營。

暫時虧本可以贏得未來

“游泳館的地域性很強,消費群體相對別的行业來說比較固定”,長鐵總公司游泳館的負責人說,“所以即使成本增加,也不好隨便漲價。”

“就目前來說,可能會有些‘人不敷出’,但從長遠來看,還是有好處的。”長鐵總公司游泳館的負責人表示,“對於我們自身能起到一定的宣傳作用。”

記者在某游泳館看到,游泳池里數小孩子最活躍,熱鬧非凡。“現在有了這些免費的游泳館,小孩的暑期生活更豐富。”家住火車站附近的張女士說,“我們也不會讓小孩一個人來,這樣也會帶動成年人的游泳消費。”

“游泳”市場需求空間很大

據了解,在夏天,很多人更願意選擇游泳的健身方式。

“在夏天我比較喜歡游泳,非常享受在水里的感覺。”正在林科大讀大二的張同學說,“游泳避免了室外運動的大汗淋漓。”

據了解,一般說來,在水中游

100米可消耗的热能,相當於參加400米賽跑或騎1000米自行車。所以,記者在多家游泳館里很少見到女士們的身影。

近三年來,長沙市的游泳館迅猛增多。據長沙市體育局市場管理辦公室的相关人員介紹,長沙目前建好的游泳場有68家,而達到對外開放條件的只有49家,其餘的近20家目前還在申請中。

據悉,酒店游泳池的收費較高一些,所以去酒店游泳的人相對較少。“免費開放的15家游泳館同時只能接納7560人,而長沙城市人口近200萬,可見平民游泳館的市場需求空間非常大。”