

五粮液与最大经销商分手 茅台放下身段降低经销商门槛

高档白酒调整引发营销渠道变革

本报记者 王轶辰



在白酒行业调整期，厂家要优化经销商结构，经销商同样也要优化产品结构，白酒经销商在厂家之间的选择和调整，表明市场机制开始起作用，以往白酒企业对经销商的单方面强势格局开始有所转变

近日，五粮液最大的经销商之一银基集团发布公告称，其全资附属公司银基贸易发展（深圳）有限公司已与国酒茅台（贵州仁怀）营销有限公司订立经销协议，公司已获得向广东省团购客户经销及公司旗下产品汇亨号连锁店经销贵州茅台酒产品的非独家经销权。

去年下半年以来，随着“三公消费”限制等因素的影响，高档白酒陷入持续低迷，银基在这个背景下“移情”茅台引发了业界诸多猜测。专家表示，早在行业调整期之前，国内酒企均已酝酿营销体制改革，银基此举一定程度上将助推酒企深化营销体制改革。

资料显示，银基集团是五粮液酒系列自2000年以来在各市场中的最大运营商，凭借其完善的经销网络及优质的渠道

管理，与五粮液集团顺利合作10余载，于2010年3月取得由五粮液集团用10年时间打造酿制的“永福酱酒”15年全球独家经销权。在白酒业过去的黄金10年中，双方合作获取了巨额利润。

然而，美好的过去没能阻挡双方“分手”的步伐。数据显示，银基集团2012至2013财年销售收入3.9亿港元，大幅下降87%，净利润也从6.98亿港元跌至亏损11.34亿港元。

“上一个财年，银基包销的68度和45度五粮液销售业绩大幅下滑并出现巨亏，因此必须寻找新的增长点。”业内人士表示，五粮液目前的经营策略存在不少问题，银基离开也是无奈之举。

“银基移情贵州茅台是出于自身利益考虑做出的选择，因此本轮调整期内经销

商也承受着巨大的库存压力和现金流压力，银基在巨亏的背景下，通过调整产品结构来减弱自身的风险，是可以理解的。”中投顾问食品行业研究员梁铭宣认为，在行业调整期内，顺应市场潮流是企业的明智之举。

梁铭宣认为，虽然五粮液的年报显示业绩实现了增长，但其面临着价格倒挂这一挑战，未来五粮液应积极解决，与经销商共进退，否则一旦经销商退出而自身营销体制作用有限，那么发展风险较大。

7月，茅台正式开放2000吨经销权的营销新策略，即新经销商一次性支付6365.6万元，购买30吨，约合6.37万瓶飞天茅台，就可以成为茅台经销商。到2014年，经销商还可以成为茅台正式经

销商。茅台这一“破天荒”的举动首次打破了其专营渠道。

“凭借产品的稀缺性，贵州茅台一向在与经销商的关系中扮演着强势角色。如今贵州茅台放宽经销商进入门槛，表明其产品销售压力较大。”在梁铭宣看来，贵州茅台是白酒行业的龙头企业，其销售压力较大，其他酒企的销售压力也就不言而喻。

对于银基牵手茅台，梁铭宣强调，贵州茅台放宽经销商门槛短期内可以有助于业绩的提升，但是长远而言不利于企业发展。因为在需求不振的背景下，经销商数量增加意味着市场供给的增加，供求关系不仅没有改善反而更加紧张，贵州茅台或将重返降价阶段。

事实上，银基的“倒戈”现象在当前白酒行业内较为普遍，此段行业调整窗口期对白酒企业既是挑战也是机会。专家表示，在白酒行业调整期，厂家要优化经销商结构，经销商同样也要优化产品结构，白酒经销商在厂家之间的选择和调整，表明市场机制开始起作用，以往白酒企业对经销商的单方面强势格局开始有所转变。



互联网巨头争夺“O2O”

本报记者 陈静

在19亿美元“天价”收购91无线后，百度继续加速其在移动互联网的布局。百度和人人公司日前宣布已达成最终协议，百度将向人人公司旗下的团购网站糯米网战略投资1.6亿美元，以获得约59%的股权。糯米网的估值2.71亿美元。本次交易预计于四季度完成。

作为团购网站的“排头兵”，糯米网目前仍在团购市场中扮演着举足轻重的角色。数据显示，今年第二季度，糯米的总交易额约为1.2亿美元。而根据团购搜索引擎团800的数据显示，今年上半年美团网、大众点评网、窝窝团分别以37.38%、19.8%和12.23%的市场份额杀入团购行业前三，糯米网则以11.11%排名第四。

对于百度而言，投资糯米网显然是其谋求形成O2O（从线上到线下）服务闭环的重要一步，毕竟目前团购依然是O2O领域中模式最成熟的业务类型，团购网站所掌握的大量线下资源和用户数据对互联网巨头仍有价值，此前腾讯也并购了团购网站F团和高朋。

对于尚未成熟的移动互联网来说，移动团购的商业价值更加明显。团800创始人胡琛表示，团购网站移动端销售量已快速增长至占比30%左右，“这就像是进入一个旅游村，吃穿住行都不用出村，百度打的就是这个‘建村’的主意。”

对于百度来讲，其在移动布局中最重要的两个入口就是移动搜索和位置服务。通过收购91无线和其力推的“轻应用”，百度正在完善其在移动搜索的布局，但在位置服务领域，始终未能找到合适的落地的线下机会。

在O2O领域，除去百度，腾讯和阿里巴巴也在持续发力，腾讯手握微信和手机QQ两个“超级入口”，正在通过开放平台、微信支付等各种方式搭建整合线上和线下资源的生态系统，而阿里巴巴则在移动电子商务上进行了初步的布局，其投资高德地图和新浪微博，显然也是为了将位置服务和本地化应用与电子商务结合。在O2O领域，巨头的争夺战还将逐渐展开。

对于卖家人人公司来说，卖出糯米网股份也不失为一个好选择。一方面，受到整个团购行业大背景的影响，糯米网已连续9个季度亏损，据人人网公布的第二季度财报数据，糯米网营业收入为620万美元，较去年同期增长69.4%，但净亏损720万美元，短期内并无盈利迹象，仍属“叫好不叫座”，巨头百度的加入所带来的珍贵流量，将帮助加强糯米网的盈利能力；另一方面，手握大笔现金，对于擅长资本运作的人人公司创始人陈一舟来说，也能够帮助人人网尽快向移动端转型，走出移动社交网络的一条新路。

辽河油田建成全国最大火驱生产基地

本报讯 记者张允强、通讯员王海智报道：日前，辽河油田杜66块等5个试验区块137个常规火驱井组原油日产量达到780吨，平均单井产量较未投入火驱前增加1倍以上。这标志着辽河油田已建成国内最大的火驱生产基地，为我国稠油开发增添又一新的接替技术。

火驱作为提高稠油采收率的重要方法之一，其机理是将空气注入油层，空气中的氧气与原油发生氧化反应，产生热量，从而驱动原油产出。辽河油田是我国最大的稠油生产基地，产量的一半以上是稠油。稠油因埋藏深、举升困难、产出液温度高、地面配套工艺难等特点，其开发一直困扰世界石油开采。

辽河油田勘探开发研究院总工程师刘其成介绍说，辽河油田于1997年开始火驱探索，正式开展先导试验始于2005年。期间共建成杜66块、高3618块、曙1-38-32等5大试验区块，历经技术探索、先导实验和扩大实验三个研发阶段，初步形成了辽河特色火驱技术框架，探索形成了火驱室内物理模拟技术、油藏工程设计技术、点火技术等十项关键配套技术，其中火驱室内物理模拟技术等达到国际领先水平。杜66块是最先进行常规火驱实验的区块之一，实验前，依靠常规开发方式已经没有了明显效果，区块濒临废弃，一半以上油井日产量不足1吨，实施火驱后，实验见效比例高达90%以上，实验井组单井日产量为常规开发方式的4.8倍。

据了解，按照目前的筛选标准，辽河油田适合火驱开发的稠油单元共有23个，覆盖地质储量3.57亿吨，已经有5个试验区块137个井组转入火驱。到“十二五”末，辽河油田还将规模推广稠油常规火驱，加快实验低渗稠油火驱、先导实验稠油重力火驱，以及探索老潜山空气驱开发，在现有基础上，火驱年产量有望达到50万吨。



“跑腿公司”生意火

8月25日，张亚男忙里偷闲与同学打电话聊天，缓解工作压力。江苏省南通市海安有个“5元跑腿公司”，老板加员工总共只有一个人。公司创办人叫张亚男，他的“跑腿”公司提供24小时服务，接到的业务委托五花八门，从帮客购房买餐饮、代缴水电费等等，一单服务一般收费5元，生意红火。

崔根元撰
(新华社发)

淘宝保险上线3年完成10亿笔交易

22家保险公司入驻，与安联财险战略合作

据新华社杭州8月26日电（记者张述）中秋节当天，在指定城市的被保险人如果因为天气原因看不到月亮，可以获得理赔——26日，阿里巴巴旗下的淘宝保险与安联财产保险（中国）有限公司宣布结成战略合作，同时推出基于互联网的保险新产品“中秋赏月险”。

这款趣味性的产品能引发多大的市场反响还不得而知，合作双方表示，发布这款产品的用意之一，也是为了尝试互联网与保险的融合创新。安联财产保险（中国）有限公司首席运营官宋玄璧说，赏月险完整的报备名称是“赏月不便险”，除对应的人身保障外，赔付的

是因不能赏月造成的心情损失，与航班延误险类似。

“互联网绝不仅是一个销售渠道，它在深刻地改变社会，包括保险。”宋玄璧说，“赏月险”如果采用传统的销售方式，南北方的天气差异较大，风险难以控制。而这次安联收集了过去20年的中秋天气数据，在此基础上做出精算模型，在网络销售时选定地域、发售时间与发售总量，通过互联网技术分散风险。

在发布会现场，当日上线满3年的淘宝保险平台也首次全盘曝光：累计完成的保险交易超过10亿笔，中国平安、中国人寿等22家保险公司已经入驻，通过这一平

台卖保险。

淘宝保险总经理姜兴说，2010年开始有保险公司在淘宝上开设店铺，并由此促生了淘宝保险平台。车险、意外险、旅游险、健康险等保险产品陆续出现在网购平台上。目前，淘宝保险平台上的日均投保超过200万笔。

据了解，淘宝保险平台隶属于筹建中的阿里小微金融服务集团，预计今年年底，入驻平台的保险公司将达到50家左右，未来将专注于有关人、物和品质生活的保险产品，比如面向电子商务从业人群的基本保障、在淘宝买到真货的保险、购物延保险等。

中搜推移动电商解决方案

本报讯 记者秦海波报道：中搜日前推出“中小企业商城移动版解决方案”，是继为传统企业建设自主商城网页版之后，中搜的又一企业级服务方案。

中搜商城移动版提供独立商城app产品、上架服务等，将协助传统企业进行网络渠道铺货，包括天猫、亚马逊、京东等国内知名电商平台，同时还可提供良好前台展示、后台管理等功能。至此，中搜已拥有超过3款企业级移动互联网解决方案，后期还将适时推出自有移动电商平台。

一汽丰田全新RAV4上市

本报珠海8月26日电 一汽丰田全新RAV4上市发布会今天在珠海举行。此次上市的全新RAV4共有7款车型，分别配备2.0L与2.5L两种排量的发动机，售价18.38万元至27.28万元。

据介绍，此次全新RAV4是RAV4历史上首次为满足中国市场的消费者需求而量身打造的中国专属车型，拥有ECO节能模式、常规模式以及Sport运动模式三种驾驶模式。其中，2.0L车型搭载S-CVT超智能无级变速器，并在此级别上提供一款搭载6MT变速箱的车型供选择；2.5L车型匹配6挡手自一体变速器。

（何悦）

公告

Mountain Breeze (Barbados) SRL即山风(巴巴多斯)有限公司(以下简称“山风公司”)是北京中天宏业房地产咨询有限责任公司(以下简称“中天宏业公司”)的唯一股东。

自2011年9月6日起，闵凤振和金红英已被山风公司免去中天宏业公司董事、董事长/法定代表人职务。根据《中华人民共和国公司法》和《中天宏业公司章程》，闵凤振和金红英自2011年9月6日起已无权代表中天宏业公司。闵凤振和金红英继续冒用中天宏业公司印章，对外签发文件和签署合同的行为是未经股东和中天宏业公司董事会授权的无效和非法行为。为保护中天宏业公司和善意第三人的合法权利，本公司再次郑重声明：自2011年9月6日起，本公司之独资子公司中天宏业公司公章的行为，以及明知二人已被免职的事实而与其串通、恶意损害中天宏业公司和山风公司利益的行为，山风公司和中天宏业公司将保留追究其法律责任的一切权利。

本公司代理律师联系方式为：
杨铭律师
北京市竞天公诚律师事务所
办公电话：(8610)5809-1000
办公传真：(8610)5809-1100
手机：86-13911572611
Email: yang.ming@jingtian.com

Mountain Breeze (Barbados) SRL
山风(巴巴多斯)有限公司
2013年8月27日

经济型酒店将迎来更大发展机遇

维也纳连锁酒店集团董事长 黄德满



随着中央对“三公消费”的紧缩管控，酒店餐饮业尤其是高端酒店餐饮业整体业绩普遍下滑。大量小型的商务会议以及新增的政府、企事业单位的会议订单，带来了中端经济、商务类酒店营业额快速增长，更为其带来新的发展机遇。

以维也纳连锁精品酒店为例，今年上半年，酒店综合开房率为96.8%左右，较去年同期增长2%，单房间营业收入同比增长9%，总体利润增长2%。尽管增长率不高，但整体上呈上升趋势。这一方面体现了节俭之风为中端经济、商务类酒店带来的发展机遇，另一方面与

维也纳多年来坚持走高端服务、中等消费的理念有很大关系。酒店近年来基本保持着每年新增60家—80家门店的速度。在2013年中国酒店连锁发展调查中，维也纳酒店在连锁酒店业中占有17%以上的市场份额，成为中端市场精品商务酒店的代表品牌之一。

在整体酒店业疲软态势下，维也纳连锁酒店却能保持良好势头，关键就是坚持产品的差异化核心价值：一是坚持用五星级的服务标准二星级的收费价格；二是坚持打造全球顶尖美食健康酒店；三是有良好的人才激励机制。

众所周知，酒店业的发展并没有太多核心技术壁垒，仅有三大优势：住宿、餐饮与宴会。在这三大优势中，其核心竞争力就是服务、管理和人才。而在一些高星级酒店里，有70%的闲置设施，30个人可以完成的服务

要用100个人，这些高档消费贵就贵在使用了大量的服务人员。这些成本是要消费者来埋单的。事实上，如果削减些“面子”上的服务人员成本，饮食品质不但上去了，价格还会降下来不少，这自然就会吸引消费。在勤俭节约新风下，更多消费者也都认识到消费应更加理性、更加实际。对住宿旅客而言，睡觉就是一张床，这是客房里核心的设施；对食客而言，美食是他们所需要的。维也纳酒店秉承的就是以顶尖的健康美食征服全球的战略理念，这是维也纳要成为全球高性价比品牌的基石。

做大型的连锁酒店靠的是人才，好的服务与管理背后都是由人才支撑的。在人才管理中，人才的激励政策是重中之重。维也纳酒店有一套创新型的合伙人创业支持激励计划。计划中，公司拿出20%甚至于更高的纯利润分红给合伙人以激励其竭尽

全力地完成工作。如若合伙人没有创业资金，公司可借资并为其进行相关担保。正所谓“重赏之下必有勇夫”，员工有了高回报才能将其才能发挥至极致，进而才能为客户提供更优质的品质服务。

据了解，截至2012年，我国已开业经济型酒店总数达到9924家，较2011年同期增加2610家，增幅35.68%。而在成熟的欧美发达国家酒店行业，中端酒店占比达60%。因此，目前中国酒店行业的中端市场空间巨大。未来“精品酒店”概念，加上经济型酒店运营产品升级的创新，以及高端酒店遇冷的背景，预计2013年酒店行业格局将以中档精品酒店的逆袭为契机进行较大调整。以维也纳为代表的中国中端酒店将因其优越的管理模式及差异化的核心产品价值所带来的高品质服务与高性价比消费，或将成为中国酒店行业的中坚。