

湖南白酒业产能扩张

借力资本快速扩张 湖南白酒业泡沫隐现

在白酒业泡沫论及市场“见顶”忧虑下，湖南白酒业的复兴计划显得有点姗姗来迟，并面临着两难境地：加速扩张，怕市场见顶；不扩张，又怕再次贻误战机。

证券时报记者 文星明
见习记者 邢云

日前，国务院第五次廉政工作会议上“禁止公款购买高档酒”的话音刚落，A股市场白酒板块便集体跳水，而高端白酒已出现了销量下滑、价格下跌的迹象，致使业内有关白酒业泡沫的隐忧浮现。

与此同时，超过15亿元的业外资本正砸向湖南，对有历史积淀的湘酒品牌进行“扫货式”收购。湖南省政府出台文件，首次明确要求扶持白酒业，计划到2015年培育销售额超30亿元、20亿元龙头酒企各1家，至少2家湖南酒企将谋求2015年前上市。此外，多个10万吨级的酿酒基地正在兴建并陆续投入使用，2015年湖南白酒产能将是目前的3倍。

在白酒业泡沫论及“见顶”忧虑下，湖南白酒业的复兴计划显得有点姗姗来迟，并面临着两难境地：加速扩张，怕市场见顶；不扩张，又怕再次贻误战机。

本地酒企强劲扩产

去年，白酒业绩普涨，以消费市场蓬勃，本地企业赢利”著称的湖南白酒业也呈现复苏迹象。酒鬼酒(000799)年报显示，公司去年实现营收9.6亿元，净利润1.92亿元，同比分别增长71.61%和142.54%。

另一湘酒品牌企业浏阳河酒业，去年底融资10亿元，重启上市路。该公司总裁王鹏辉透露：去年浏阳河销售额增长超过30%，今年的销售目标是15个亿。

主打酱香型白酒的武陵酒，2010年的销售收入仅为1.2亿元。公司去年的销售收入同比增长超过50%。斥资1.3亿元入主武陵酒的联想控股称，到2015年，武陵酒的年销售收入将力争实现10亿元。该公司第三大股东黄星耀说：武陵酒的目标是在茅台、郎酒之后占据中国酱香型白酒第三把交椅。

湖南酒业协会秘书长刘维平证实，去年湖南白酒企业百花齐放，数得上的酒厂，销售同比增长均超过30%。

在白酒销售红火的情况下，对湖南酒企而言，获得更多利润的瓶颈是产能。刘维平透露，此前有不少湖南本土酒企，因自身产能不足，而想方设法从贵州、四川等产酒大省买基酒勾兑或贴牌生产。

为了扩大产能，湖南白酒企业纷纷引资兴建酿酒基地。证券时报记者了解到，投资6.5亿元的武陵酒业酱酒生态工业园将于今年下半年投产，预计年产值30亿元；总投资达27.5亿元的浏阳河酒业名酒城一期工程将于今年6月竣工并投入生产，年生产能力超10万吨。加上湘酒业10万吨级的酿酒基地，刘维平测算，

到2015年湖南白酒企业总产能将超过40万吨，是目前的3倍。

一个有意思的现象是，湖南白酒企业正不约而同地剥离地产专注主业。去年中，酒鬼酒公告出售最后一处房地产业务，与地产彻底绝缘。今年3月，浏阳河酒业总裁王鹏辉也称，母公司中商集团剥离房地产业已经完成，此后将聚焦白酒主业。

业外资本加速进入

酒鬼酒的靓丽年报预示着，早期进入湖南白酒业的资本已开始收获。与此同时，更多的业外资本闻香而来，正加速进入湖南白酒业。王鹏辉透露，浏阳河酒业在确定融资前，有超过100家投资机构向公司传达了合作意向，其中包括摩根、高盛及近期在白酒业动作频频的联想控股。

去年6月，联想控股以1.3亿元入主武陵酒。12月，大湖股份(600257)揽下德山酒业。曾与茅台、五粮液合称“国内三大名酒”的白沙液今年也与外来资本多次擦出火花。刘维平认为，多起业外资本收购案预示着湖南白酒业资本化时代的到来。他判断：资本与湖南白酒业的联姻，今年仍是常态。

刘维平表示，资本进入湖南白酒业将呈现两个特点：一是一线白酒被瓜分完后，二、三线有潜力、有历史积淀的区域性白酒品牌将成为资本追逐热点；二是在地方政府主导下，本地强势白酒品牌收购弱势品牌的案例将出现。

业外资本拟通过并购重组湖南具高成长性白酒品牌获得超额利润；湖南白酒企业则可通过资本进入，扩大市场空间，提高企业运营水平，快速进入资本市场。双方是各取所需，所以一拍即合。”湖南省酒类产销管理办公室主任李再高说。

资本的进入将扭转湖南白酒业发展的资金困境。王鹏辉告诉记者，引入资金将主要用于推进公司治理结构优化、新产品研发、名酒基地建设等与酒类主业相关事项，其中70%将用于重启全国消费市场的营销网络建设。”两年内公司将实现完全规范化，三年内力争在A股上市。高新创投此前也表示，未来将派驻财务总监等进入浏阳河，确保公司主业发展。联想控股则称，武陵酒是其构建的核心运营资产之一，计划2014年整体上市。

政府助推打造龙头

2010年，五粮液实现利税58亿元，茅台68亿元，洋河股份30亿元，水井坊39亿元……动辄几十亿元的利税收入，凸显了白酒业财政增收的魅力。但是，湖南却少有享受白酒业飞速发展的红利。

上世纪90年代，湘酒也曾风光一时，在五次国家酒类评比中，德山、武陵、白沙液、浏阳河4种湘酒



武陵酒生产车间 邢云摄

近年外来资本收购湖南白酒品牌一览表

收购标的	收购方	收购金额(亿元)	收购时间	是否控股
酒鬼酒	中糖集团	1.7亿	2007年11月	是
武陵酒	联想控股	1.3亿	2011年6月	是
浏阳河	湖南高新创投等	10亿	2011年11月	否
德山酒业	大湖股份	800万	2011年12月	是
白沙液	洋河股份(未证实)	——	——	——

邢云/制表 吴比较/制图

均榜上有名。现如今，湘酒已经不敌黔酒、皖酒、苏酒、鄂酒等的强烈攻势。据湖南省酒管办不完全统计，湖南白酒销售量达90亿元以上，但湘酒品牌却仅占1/3。高端白酒市场，公务用酒、商务用酒大多被四川、贵州等地白酒所把持。湖南政府对湘酒的政策倾斜及引导力度较弱，被认为是导致湘酒发展滞后的一大原因。

去年中，湖南省政府办公厅下发了《关于促进湘酒产业健康发展的意见》。湖南省酒类产销管理办公室副主任詹龙说，这是政府第一次以数字形式明确提出湘酒发展目标。《意见》要求，省级相关财政专项资金要加大对湘酒产业发展的支持力度，努力扶持湘酒产业健康发展；各类金融机构应加大对湘酒生产经营企业的贷款支持力度。到2015年，将培育年销售收入超过30亿元和20亿元的白酒生产企业各1家。

《意见》被湖南省内多家白酒企业负责人解读为湖南省开始打造湘酒产业。近年来，湘酒在体制改革、资产重组方面十分活跃，也与政策风向有

关。”詹龙说。

去年末，浏阳河酒业与湖南高新创投等10家投资机构签署了战略合作协议，共计获得10亿元的投资，成为去年白酒业内最大一笔投资。业内人士透露，其中就有湖南省政府的推动。据了解，湖南高新创投集团是2007年经中共湖南省委、湖南省政府批准成立的首家省级国有创业投资机构，属省管企业，注册资本20亿元，旗下的太白基金，目前专项投资湖南酒业。

虽然《意见》确定了湖南白酒业发展方向，但一位熟知湖南白酒业的官员仍然表示，该《意见》“干货太少”，在很多省市，都有酒类发展专项资金，比如云南去年下拨了5000万元发展酒业的专项资金，有的省份甚至推动本地酒作为公务用酒，湖南这方面的政策则一直缺失”。

记者在湖南省酒管办看到了一份发展湖南白酒业的建议书，上面就有建议政府建立白酒发展专项基金，主导推动宣传本地白酒品牌；金融、财政多方主动扶持本地白酒企业等多项意见。刘维平透露，湖南省酒业协会正与湖南省商

务厅联合起草 湖南省白酒行业十二五规划”，相关细节将一一出台。

行业泡沫隐现

在各种利好因素刺激之下，白酒行业的扩张已进入白热化阶段。近两年以来，无论是全国性品牌还是区域品牌，都相继加入了产能扩张之战。这让包括刘维平在内的业内人士感到不安：白酒行业的黄金时代为只有一直延续下去，才能消化掉几乎倍增的白酒产能。”

刘维平表示，因为年轻一代对饮品多元化的需求，白酒的消费者实际上在递减，许多白酒企业的超额利润是通过提价获取的，同时，在公务消费新政压力之下，高端白酒的“胀声”难以持续，其价格很难继续高高在上。无论是市场容量，还是政策风向，都向白酒业发出了到顶的信号。”

虽然近年湖南本地白酒业的现状是销售增长大于产能扩张，但在资本的推动下，企业酿酒的基地建设是突飞猛进。保守估计，到2015年湖南白酒企业产能将超40万吨。而公开数据则显示，湖南人均白酒消费量达6升以上，已远超全国平均水平。这也意味着，到2015年，在人均白酒消费量不变的情况下，省内7000万人口只喝湖南白酒，才能消化前述40万吨的

产能。

据统计，目前湘酒仅占湖南白酒消费市场的1/3，本地市场容量上已经没有多大空间。如果外拓市场，在全国强势品牌和外省各区域品牌的围追堵截下，面临需求同样可能萎缩的全国市场，天时地利人和优势全无的湘酒估计也难有作为。

一位不愿透露姓名的本地政府官员对湖南白酒业前景表示悲观：如果全国白酒业泡沫化加剧，洗牌必将来临，刚起步的湖南白酒业日子将比较艰难。”

他同时认为，湖南白酒企业的改制、兼并来得太晚，错过了最好的整合时期。”2005年左右，因为资本介入，全国白酒业并购风日盛，使得市场份额加速向优势品牌集中。目前全国已出现了一批年销售额超二十亿甚至百亿元的大厂。在白酒业门槛日益提高的情况下，销售额10亿元以下的酒企已经越来越难以在全国市场竞争中脱颖而出。

目前，湖南能达到10亿元销售基准线的仅有酒鬼酒、湘窖。一旦白酒行业见顶洗牌，湖南绝大多数中小型酒企，尤其是受到冲击的三、四线白酒将遭遇危机。虽然产能过剩不是白酒企业的致命伤，但中小型酒企抗风险能力差，周转不快就有资金链断裂的风险，成为别人的整合目标。”该位官员表示，湖南白酒企业不能一味盲目扩大产能，需要未雨绸缪。

湘酒遭遇成长烦恼

因为背负过去的光环，错过不少成长的机遇，沉寂已久的湖南白酒，一旦起步复苏，将不可避免地遭遇成长的烦恼：加速扩张，怕市场见顶；不扩张，又怕再次贻误战机。

如果这样的全国性发展机遇都抓不住，湖南白酒又怎么出头？”酒鬼酒副总经理苏晓岚说。他同时认为，一旦白酒行业景气期过去，利润和销售会向领先型企业集中，行业的整合洗牌将会来临，相比销售过百亿的白酒业第一集团，湖南白酒企业并不具备整合优势，所以湖南酒企也必须要有过冬的心理准备。

虽然预估白酒行业即将见顶，湖南酒业协会秘书长刘维平仍认为，湖南白酒业仍有生机。首先，湖南白酒有历史、有品牌、有质量，且基数很小，刚获得爆发式增长机遇，其向上势能不可能马上逆转；其次，今年国内生产总值(GDP)增长预期下调、财政收入增速预期下滑以及政府严控三公经费支出，为次高端白酒市场腾出了市场空间，而在400元-800元这一产品价格带，酒鬼酒和浏阳河均具有相当的品牌号召力和竞争力。

目前，酒鬼酒以长沙为基地的湖南营销中心、广州为基地的南方营销中心、石家庄为基地的北方营销中心已呈现出三足鼎立之势，全国重点市场布局基本完成。公司渠道也在快速下沉，抢占潜力消费市场，在湖南省内136个县已覆盖到位；省外市场重点做百强县，在河南、山东、河北

已经比较成功。

浏阳河的市场定位也在根据行业走势调整。王鹏辉称，2003年浏阳河中低档酒和中高档酒的销售比率为6:4，到2010年已变为5:5。鉴于中高端白酒的市场前景和较高的附加值，新浏阳河在维持中低档酒原有销售额度的同时，将把开发年份酒市场作为营销重点。

白酒业今年的发展趋势也表明，二、三线白酒较一线白酒拥有更大的成长空间。白酒上市公司2011年年报显示，去年二、三线白酒公司增速普遍高于一线白酒。日前在成都糖酒会上发布的《2011-2012年度中国糖酒食品业市场报告》也显示，去年三、四季度，由于一线白酒品牌白酒价格高涨，200元到600元的消费群体将消费目标转向二、三线品牌，为此一线品牌销量下滑，二、三线品牌销量却大幅增长。

不仅如此，刘维平表示：湖南白酒业产能扩张虽然因资本的介入而加剧，但资本带来的正面东西显然要多于负面。”他认为，湖南白酒业的危机还是集中在自身问题上，如白酒企业的发展模式、盈利模式、营销模式等，而资本的介入能加速解决这些问题。

快速打造知名品牌和领军企业，加速资本运作，完成产业升级，将是湖南白酒业应对行业见顶危机的必选项，这也是《意见》中，湖南省政府要打造销售超30亿元白酒企业的初衷。刘维平表示，虽然遭遇成长的烦恼，但幸运的是，湖南白酒企业还有成长的时间与氛围。(邢云 文星明)

面对光伏行业低谷 思可达如何叩开IPO大门

李彦

3月22日，证监会网站登出了河南思可达光伏材料股份有限公司的预披露招股说明书。作为一家主营光伏玻璃的研发、生产和销售，为晶硅太阳能电池组件提供封装玻璃的企业，在光伏行业面临低谷的时候上市，思可达不可避免地受到了市场的关注。2011年，光伏组件市场价格整体下滑，供需矛盾严重，部分光伏企业利润下滑甚至亏损。在光伏行业整体面临较大不确定性的情况下，思可达此时上市能否给投资者一个确定的答案呢？

光伏行业 光明前景与发展压力并存

目前太阳能光伏行业的发展处在一个比较微妙的时期。一方面，太阳

能光伏属于清洁能源，得到各国政府的大力支持，近年来发展迅速；另一方面，我国许多地方的光伏企业由于盲目建设和粗放扩张，已出现了比较严重的产能过剩，加之欧洲多国削减光伏补贴，企业利润下降很快，同业公司纷纷放缓投资、放缓扩产计划。有研究报告指出，目前国内组件厂商的开工率只有三成，从去年年底开始，行业已进入深度洗牌阶段，不断有中小组件厂商减产转型，未来的产业发展将告别过去粗放型的扩张方式，能否持续创新将决定企业的发展和存亡。

今年3月20日，美国商务部宣布，对中国光伏组件厂商征收2.90%-4.73%的反补贴税，低于行业预期。另外，一些老牌的光伏应用市场如德国、意大利也纷纷降低了光伏补贴。目前，有观点认为，各国政府对光伏

行业的补贴是光伏企业赖以生存的关键支撑力量，随着政府逐步削减对光伏产业的补贴，光伏企业的盈利能力将会下降。一时间，“行业寒冬”一说在媒体报道中铺天盖地，前几年还火红的太阳能光伏行业一下子成了盲目扩张行业的代表。

不过，业界认为，上述观点并不全面，光伏行业持续技术创新，持续降低应用成本，最终达到平价上网才是行业持续健康发展的核心要素。各国政府的补贴削减只是加快了这一进程，欧洲国家逐步削减光伏发电补贴，是建立在光伏发电成本不断下降基础之上的，光伏行业的最终目的不是让人们去用昂贵的能源，而是通过补贴带动市场，通过技术创新和规模经济降低成本，提升太阳能光伏发电在能源结构中的比例。尽管近年来欧洲各国政府的补贴不断削减，但全球光伏市场仍实现了较大幅度的增

长，过去三年的复合增长达到80%左右，2011年新增装机容量27.7吉瓦，较2010年增长66%。同时，美国、中国、日本等国近年来光伏装机容量增长迅速，已成为未来重要的光伏市场。

光伏玻璃 技术创新推动行业健康发展

思可达所处的光伏玻璃行业，与光伏行业的发展紧密相关，光伏玻璃的质量和透光率对于光伏组件的质量和发电效率有一定的影响，进而影响光伏组件的市场竞争力。

通过思可达招股说明书与目前上市的光伏玻璃企业进行比较，可以发现，思可达是一家比较注重技术创新的公司。思可达在2010年通过自主研发，成功开发出了独特工艺的超透光光伏玻璃，即在原有光伏玻璃原片基础上先双面镀膜再钢化，明显提高了光伏玻璃透

光率，能够提升光伏组件的转换效率，为客户带来了较高的附加值。思可达生产的超透光光伏玻璃在瑞士太阳能产品检测认证机构SPF的认证中，获得了光伏玻璃最高等级X1级。该产品自2010年8月推出市场后，质量赢得了客户的认可，产销量迅速提高，2011年度思可达超透光光伏玻璃销量超过400万平方米，较2010年增长了800%以上，到2011年第四季度，思可达超透光光伏玻璃已占公司总销量的62.08%，呈现急剧的上升趋势。除此之外，思可达还于2011年2月成功研发了聚光光伏玻璃并实现批量销售。正是凭借技术创新的优势，思可达2011年成功抵御住了行业的“寒风”，仍取得了较好的增长。

思可达这几年飞速的发展从公司财务数据上也得到了印证。2009年、2010年、2011年思可达分别实现年营业收入1.69亿元、3.29亿元、4.10亿元，年复

合增长率56.03%；同期分别实现净利润1164万元、4862万元、6799万元，年复合增长率高达141.61%。即使面临2011年行业下滑的局面，思可达通过提升高附加值产品在销售中的占比，仍然较2010年保持了稳定的增长，主营业务收入增长24.7%，净利润增长39.8%，在光伏玻璃价格整体下滑的背景下实属难能可贵。

不过，思可达也面临一定的發展瓶颈。一方面，在已上市的公司中，亚玛顿、秀强股份和南玻也在大力发展超透光光伏玻璃技术，尤其亚玛顿目前超透光光伏玻璃的加工规模远远超过思可达。另一方面，相对于玻璃行业的龙头，南玻和信义玻璃(香港上市)的资本实力和综合优势也是远远超过思可达。思可达能否成功借助资本市场的力量，实现企业规模与效益的快速增长，给投资者一个满意的答卷，我们拭目以待。(CIS)