

广药PK加多宝 凉茶市场争斗120天

证券时报记者 曹攀峰

这是一场“有硝烟”的商战。从打水仗到打官司，再到动刀打架，这120天，对刚收回王老吉商标的广药集团和推出加多宝的鸿道集团来说，发生了太多事情。5月12日仲裁裁定，到广药与鸿道因红罐装潢权互诉；广药在各地查封含有“王老吉”字样的加多宝产品，再到鸿道同样在各地举报王老吉产品侵权。除了双方无休止的法律纠纷外，隐藏更深的是双方生产经营上的较量，即从原材料争夺，到生产代工的争夺，再到渠道的争夺。

广药产能报告

我们一方面在应对与加多宝方面的法律纠纷，另一方面就是在努力做王老吉凉茶。”在向证券时报记者介绍过去120天的工作时，广药集团王老吉产品新闻发言人倪依东言简意赅。

其实，在生产经营层面，包括生产、宣传、铺货和销售等各个环节。而在各个环节中，产能环节最为基础，要做起王老吉，没有产能，一切都是空谈。

为探究红罐王老吉产能的具体情况，8月底，证券时报记者前往广药集团首批合作的代加工企业佛山实达轩饮料有限公司调查。在公司门口，证券时报记者看到，一辆装满红罐王老吉凉茶的运输车将凉茶运往市场。

关于合作的细节和该工厂产能，实达轩负责人吴奕达以商业机密为由拒绝透露。但他表示，目前与广药集团的合作运行良好。同时他透露，尽管双方从6月份开始合作，但生产环节真正理顺是从7月份才开始。

尽管只是小小的一个罐子，一个拉环出了问题，整个生产线就得暂停。”王老吉大健康产业有限公司公关经理王振鑫告诉记者。

公开资料显示，广药集团曾先后与统一、银鹭、惠尔康和嘉美等30家全国顶级食品生产企业签订生产供应战略合作协议。广药集团首条自建的白云山凉茶安徽阜阳生产线目前正在扩建；产值10亿的王老吉凉茶泰州生产基地，仍处于规划阶段，若该基地投产，红罐王老吉的产能或再上一个台阶。

另外，广药集团还将在南沙建立王老吉总部大厦和全球最大、最标准的样板式王老吉凉茶生产线，接下来，广药集团还将在华中、西北、西南、东北等多个区域设立生产基地。

王老吉大健康产业明确回复记者，9月份红罐王老吉产能将有新爆发。

从5月28日，广药集团正式授权王老吉大健康生产红罐王老吉，到现在，产能已达到较高水平，目前一天有40万件。”广州药业（600332）总经理吴长海介绍，尽管产能已达40万件，为了保证质量，每天的平均产量在30万件，按照72元每件的价格计算，一个月红罐王老吉的生产额在6.5亿左右。

事实上，红罐王老吉的生产分两段，一段是药材的提取，这段是生产的核心机密，在广药集团的自建生产线完成；另一端则在罐装阶段，这个过程需要磨合。”吴长海表示。据其透露，明年红罐王老吉的代工产能仍将大于自建产能。

作为国企，广药集团的速度已经慢了。即使是民企也很难有这种速度。”在采访过程中，证券时报记者反复听到这样的声音。

决战终端

除产能扩张之外，铺货和销售是红罐王老吉凉茶能否做起来的关键两点。

据广药集团内部人士透露，接下来的一个月内，红罐王老吉将进驻西藏，届时王老吉将完成全国各省份的铺货。

加多宝的广告语是“全国销量领先的红罐凉茶改名加多宝”，影射王老吉改名加多宝，这会让人误以为王老吉不再生产了。但是如果王老吉全国铺货完成，那么这句广告语将不攻

自破。”广药集团某高层人士表示。从这个角度判断，广药集团优先选择了实现铺货的广度，而后加强铺货深度。

证券时报记者此前在深圳、广州、佛山和绍兴调研发现，在两种凉茶都存在的7-11便利店，加多宝凉茶的标价为每罐3.5元，而王老吉凉茶的价格则为两罐8.5元，在两种产品区分度不大的情况下，竞争结果可想而知。此外，在多数餐饮及零售渠道商处，难觅红罐王老吉的踪影；在华润万家等商超里，售货员均在积极地向顾客推销加多宝，红罐王老吉则被放在不显眼处。

在谈及营销时，加多宝方面回应证券时报记者：公司拥有17年的市场操作经验和强大执行力，毫不夸张地说，同一时间我们可以让各媒体播放同样的广告或画面，一夜之间全国的渠道终端可以看一样的海报、一样的品牌推广活动、一样的话术，正是凭借这样的执行力及市场操作经验，我们才实现了凉茶产业的大发展。”

面对加多宝的强势营销，广药集团正在努力赶上。在王老吉回归广药集团的当天，广药集团宣布招聘3000名快消人才。“实际的人才储备有4000人。随着红罐王老吉铺货的广度和深度加强，营销人员会逐步增加。”前述广药高层人士表示。同时，红罐王老吉的经销商，每月、季度和年度都有相应激励。

激烈的竞争最终会落到营业收入层面。广州药业中报显示，今年中期，王老吉药业实现绿盒王老吉的主营业务收入达13.4亿，同比增23%。加多宝方面则回应证券时报记者，今年上半年销量大幅攀升，同比增长50%以上，在一些凉茶的重点销售区域如广东、浙江等增幅甚至超过了70%，创造了加多宝凉茶销售的阶段性新高峰。

观察双方的商战，营销品牌策划专家、广东王老吉药业前营销策划华红兵认为，双方打了一场很有默契的战役，但这种默契只体现在高层，下面的员工并不理解，所以员工们仍会有各种争斗。

华红兵认为加多宝和王老吉很像当年的蒙牛和伊利，当下加多宝的强势很像当年的蒙牛，短跑冲得很快，但在道义上失了很多分。加多宝如果不修正自己的理念，未来的短跑冠军是加多宝，长跑冠军则是王老吉。短跑靠技术，长跑要理念。

或推激励机制

事实上，人们最担心的是广药集团的国企体制，将限制王老吉的空间，难发挥1080亿的品牌价值。所以资本市场上，人们一直关注广药集团是否会以王老吉回归为契机，对管理团队及营销团队进行相应的激励。

现在大家都在议论，广药集团很庞大，有很多好东西，但都做不起来，为什么？这里面有很多问题。其中最关键的是集而不团的问题。”广药集团副董事长、总经理李楚源在机构投资者见面会上表示。李楚源认为当下需要先做好广州药业与白云山A（000522）的合并问题，合并后，可将体制进一步理顺，同时解决内部的同业竞争，也有望进一步健全激励和考核机制。

广药集团另一位高层人士则表示，关于激励机制，广州市国资委也希望广药集团能尽快推动，但在监管部门看来，广药集团旗下两家上市公司，存在同业竞争和关联交易的潜在问题，因此只有两家合并重组完成后，激励机制才有正式形成的可能。

9月19日，广州药业和白云山A将双双召开股东大会，股东们将对广州药业以换股方式合并白云山A的议案进行表决。

事实上，尽管推行激励机制与否尚未落实，红罐王老吉的运作平台王老吉大健康产业公司已在对员工进行激励。

据王振鑫介绍，自7月份开始，大健康产业即开始评选月度之星，按照人数比例给予旗下各个部门如生产部、技术部门和质量部门等相关人员进行嘉奖。“无论是名誉上，还是薪酬上都会给予奖励。”王振鑫表示。



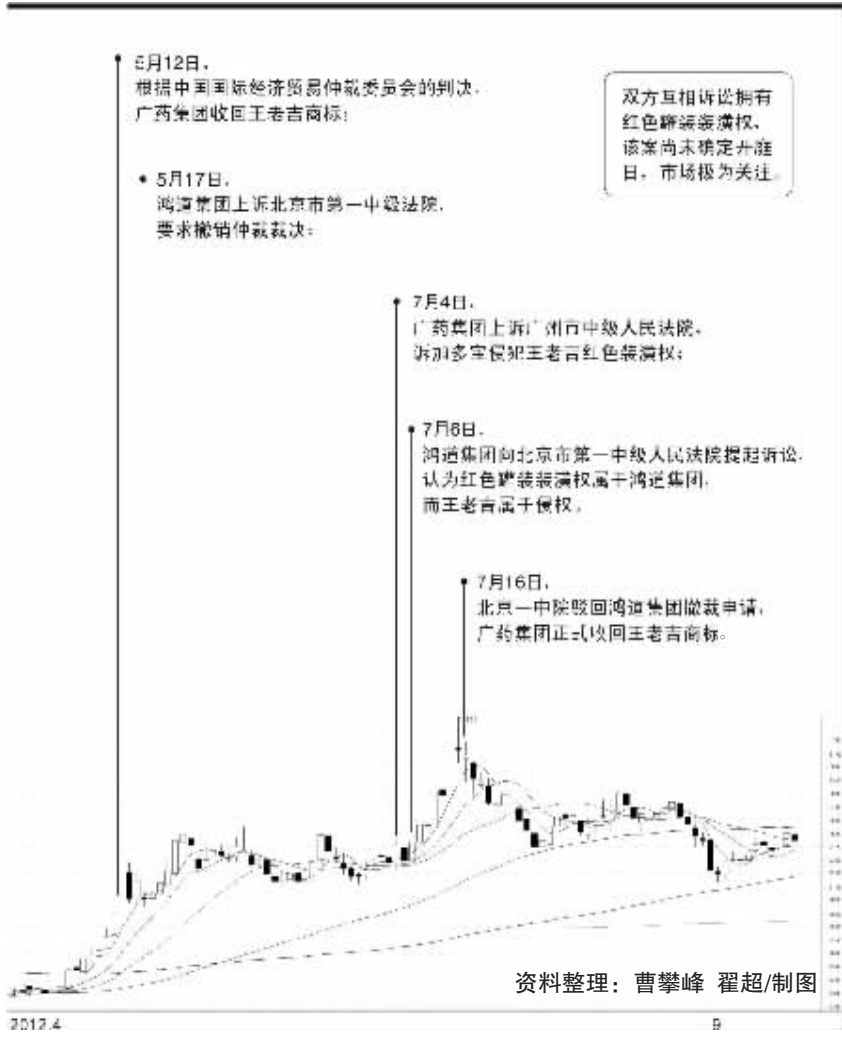
从5月12日仲裁裁决广药收回王老吉商标以来，加多宝与广药的这场凉茶PK战至今已逾120余天。

翟超/制图 IC/供图

编者按：从5月12日仲裁裁决广药收回王老吉商标以来，加多宝与广药凉茶商战“开火”至今已120天。

这120天，加多宝可谓气势如虹，冠名《中国好声音》、借助奥运会宣传……一时之间，终端尽是加多宝。而战争另一方广药则显得黯然许多，赢了仲裁，终端却鲜见王老吉，于是国企反应慢的质疑声四起。

那么，广药到底在做什么？终端未见铺货原因何在？王老吉与加多宝的未来又将如何？证券时报记者通过在深圳、广州、佛山、绍兴等各地实地调研，采访业内专家和机构投资者，试图呈现更真实的商战全貌。



资料整理：曹攀峰 翟超/制图

■ 记者观察 | Observation |

股民自发捆绑利益应鼓励

证券时报记者 曹攀峰

广药与加多宝的凉茶之争，从一开始就被赋予了太多的内容，这里有体制之争，有法律之争，有情感之争。从资本市场的角度观察，这里也有股民之争。在广药与加多宝的商战中，买了广州药业（600332）和白云山A（000522）股票的投资者不乏为广药王老吉出谋划策之人。

知名人物者如但斌，像之前投资贵州茅台一样，介入广药集团旗下相关公司后，在其个人微博上更新并转发王老吉的相关信息。他会为能在餐饮渠道买到王老吉而感到兴奋，也会为王老吉受欺负而发出抗议之声，还时常表现出对广药集团哀其不幸，怒其不争”的观点。

但斌只是众多投资者中较为有名的一位。在国内淘股吧网站，有网名为“小猎豹”的投资者在网上公开发帖，发起“关爱王老吉”活动，表示要以所有喜欢王老吉的朋友们的名义向婷婷春蕾爱心基金会捐款”。该基金会为证券投资者网友设立的慈善基金，“小猎豹”表示，凡是消费了王老吉，在终端渠道销售了王老吉，以及在回帖里带有“我喜欢王老吉”的行为，他都会相应捐款不等，总捐款额度1万元。除了在论坛发帖外，在生活中，“小猎豹”也利用个人的影响力，动员身边的朋友喝王老吉，让一些酒楼经销王老吉。

“小猎豹”承认，发起该项活动主要是为了让更多的人知道广药王

游资退去 机构试探性增仓广州药业

证券时报记者 曹攀峰

价值1080亿的王老吉品牌回归后，广药集团制定了长远的“136战略”，其中最诱人的无疑是“打造以王老吉凉茶为核心的大健康产业，5年内实现年销售额300亿元，2020年实现年销售额600亿元”的目标。然而，对于上述愿景能否实现，资本市场的看法仍存在分歧。

机构试探性加仓

王老吉的回归点燃了一场疯狂的资本大戏。

据证券时报记者统计，自5月份以来，国内最活跃的20家游资营业部，有10家曾参与炒作广州药业（600332）与白云山A（000522）。五矿证券深圳金田路、中投证券无锡清扬路等知名游资聚集地均参与其中。近几年来，仅2010年5月对广晟有色（600259）的炒作可与其媲美。”某职业投资者称。

但在游资们的狂欢中，却很少看见机构投资者的参与。总部位于上海的某公募基金研究员告诉记者，王老吉的品牌价值确实大，但囿于广药集团的国企体制，王老吉的未来经营存在极大不确定性，因此暂时予以规避。

尽管该公募基金的说法在业内极具代表性。但记者发现，游资退去后，公募基金已在改变，并对广州药业进行试探性加仓。

记者查阅发现，今年一季报时，仅有景顺长城基金旗下基金持有广州药业141万股；而到了中报，已有32只公募基金产品和2只券商集合理财产品持有广州药业，共持有1340万股，是一季度持有股份的近10倍，占据广州药业的股本比例为

1.6%。其中，融通基金、大成基金、汇添富基金等基金公司均有产品介入。

事实上，目前广州药业在外的流通盘已经不多，很多长线资金已经锁仓。”上述职业投资者表示。广州药业中报显示，相较一季度的6.2万人，二季度末，广州药业的股东人数仅剩5.07万人，减少了1万多人。

当然，机构们的分歧也显而易见，观察9月13日白云山A的龙虎榜，当天最大的买入来自机构，买入2434万；而最大卖出同样来自机构，为2280万。

短期关注装潢纠纷

广药集团的综合平台很强大，可以动员很多资源支持王老吉发展，而加多宝只是个单品公司，更容易产生风险。”某不愿具名的买方研究员表示。

他认为，王老吉与加多宝的竞争最终要落实到渠道和经营层面，但对于投资者而言，很难看清楚真实且全面的经营状况。因此，他更关注双方的红罐装潢权纠纷案。

据了解，目前，王老吉与加多宝关键纠纷有两个。一个是红罐装潢权纠纷案，广州和北京法院均已受理；另一个则是加多宝方面提起的第三份附属合同案件，目前中国国际经济贸易仲裁委员会已受理，该仲裁仍无最终结果。

目前我们在提管辖权异议的问题，希望将北京和广州的案子一起放在广州审理。”广药集团王老吉品牌发言人倪依东表示。谈及附属合同案件，他透露：目前已经递交了材料，接下来要等待开庭，我们希望在开庭过程中，对该份合同的真实性进行鉴定。”

如果广药集团能把红罐装潢权纠纷的案件拿下来，那么，双方的市场竞争格局或发生根本性转折。”上述人士称。

做到利益相关方规避。知名财经专家叶檀则认为，买了广州药业或白云山A股票的股民，通过网络或在现实中帮王老吉促销或宣传，从而实现个人市值的增加，这无可厚非，只要不做逾越底线的事情。

事实上，买进一家上市公司的股票，然后为该家公司摇旗呐喊，著名投资大师巴菲特可谓此方面的鼻祖。巴菲特在可口可乐上的故事，已成为投资界的佳话。

在本就缺乏价值投资土壤的中国，从王老吉事件中，记者看到了价值投资的影子。投资者以当家人的姿态为上市公司摇旗呐喊应得到鼓励。但如叶檀所说，故意造谣传谣的底线不能破。同时，一边高举投资价值，而另一边却在偷偷卖出的行为，更应该遭到谴责。