

百润股份55.6亿重组引爆鸡尾酒产业

相较于当下低迷的白酒行业，鸡尾酒的高毛利率或许将成为白酒业的新“蓝海”

2014-09-16 来源：证券时报网 作者：蒙湘林



蒙湘林/制表 周靖宇/制图

见习记者 蒙湘林

百润股份（002568）日前披露重组预案，斥资55.63亿元收购大股东刘晓东控股的上海巴克斯酒业100%股权。巴克斯酒业主营业务为生产销售RIO（锐澳）牌预调鸡尾酒，这意味着，主营香精香料的百润股份将进入在国内还并未完全兴起的鸡尾酒市场。

证券时报记者注意到，鸡尾酒产业主要面向90后一代的年轻群体和女性消费者，尽管目前还处于市场培育期，但由于可控的生产成本，其毛利水平相较于当下低迷的白酒行业高出一大截。此外，鸡尾酒的基酒主要为伏特加、威士忌等洋酒，有业内人士表示，如果白酒可用于鸡尾酒调制，这无疑是白酒业的另外一片“蓝海”。

年轻女性是消费主力

据百润股份公布的预案，本次重组发行价17.47元/股，合计发行3.18亿股，交易价格为55.63亿元。截至2014年6月30日，巴克斯酒业净资产总额为2.46亿元，评估值为56.65亿元，增值率超过22倍。交易完成后，百润股份控股股东和实际控制人刘晓东的持股比例将从38.8%上升至47.95%。

据了解，预调鸡尾酒最早于20世纪90年代进入中国市场，2011年以来进入快速增长期，2013年预调鸡尾酒销量近1000万箱，销售金额约为10亿元。目前预调鸡尾酒行业市场总量较小，仅占中国酿酒行业总产值的0.12%。

相较于传统的啤酒和白酒行业，巴克斯所产的鸡尾酒品牌“锐澳”酒精度更低，大概只有3.5度，包装更加时尚，消费人群也更为集中，主要面向18~25岁的年轻人，以及较少饮酒的女性消费者。根据淘宝的卖家构成图，锐澳买家中女性买家占比42%，体现了低酒精度的鸡尾酒更受女性青睐。

雪球网一位资深酒类投资者告诉记者：“预调鸡尾酒国外俗称是RTD（Ready To Drink），随着消费趋势的年轻化，鸡尾酒特有的属性开始发挥优势，比如社交属性。由于年轻人购买力有限，且对高端白酒消费并不热衷，RTD价格相对适中，但又不失一定的口感和品味，对年轻人具备一定的吸引力，特别是女性。”

营销支出占比高

目前，巴克斯酒业康桥生产厂区仅拥有1条年产150万箱瓶装鸡尾酒生产线，尽管目前产能有限，但巴克斯酒业的业绩增长却非常好。在2012年、2013年及2014年上半年，该公司实现营业收入分别为5880.7万元、1.86亿元和3.65亿元，净利润分别为499.6万元、2021.2万元和1.1亿元。此外，巴克斯酒业的毛利率也保持在高水平，2012年、2013年和2014年上半年毛利率分别达到65.7%、72.2%和75.2%，净利率也分别达到8.5%、10.9%和30.2%。

反观当下的白酒行业，自2012年下半年以来业绩持续下滑，部分企业甚至出现大幅亏损，白酒行业销售毛利率和净利率在今年上半年也降至28%和4.3%。

为什么巴克斯酒业会有如此之高的盈利水平？前述雪球网投资者表示：“除了原材采购成本较低之外，巨额的营销支出带来的品牌溢价作用也不容小觑。”预案显示，2012年、2013年和2014年上半年巴克斯酒业的销售费用逐年递增，分别为2100万元、8700万元和1亿元，销售费用率分别达到36%、46.7%和24.7%。去年巴克斯营销费用占营收的比例接近一半。

巴克斯鸡尾酒业务的营销近年来异常凶猛。2003年RIO诞生，2005全面开启夜店渠道，2013年高价邀请明星周迅代言，2014年赞助《爱情公寓4》、《非诚勿扰》、《步步惊心》，冠名湖南卫视《我们都爱笑》等节目。

白酒或分得基酒一杯羹

目前，鸡尾酒的基酒主要为伏特加、威士忌等洋酒，但国内白酒行业内已经出现了将白酒用作鸡尾酒基酒的讨论。去年11月8日，丰谷酒业在成都锦里一酒吧内试水营销创新，以丰谷特曲10年为基酒，调制出了多款鸡尾酒，开创了一个崭新的白酒饮酒方式。无独有偶，水井坊新来的董事总经理James在上海演讲时表示，水井坊今年业绩不佳，国内环境大变，需要走向国际，考虑到外国消费者不喜白酒气味，会将白酒调成鸡尾酒。

对此，白酒行业专家铁犁表示，水井坊做鸡尾酒可能会成为一种潮流，但需要一个较长的市场培育时间。前述雪球网投资人士也认为：“白酒企业的转型确实要随着时代的改变而改变，伴随着鸡尾酒年轻化的消费趋势，白酒行业通过调整口味、品种和价格来适应新的消费趋势是必要的。如果成行，无疑创造了白酒行业新的一片‘蓝海’。”

（实习生张骞爻对本文亦有贡献）