

经济新闻 | 公司

在频频传出并购“绯闻”后，“中国白酒大王”五粮液资本运作的版图酝酿多时终于铺开了。周一晚间其发布公告称，拟出资2.55亿与河北永不分梨酒业、北京和君咨询等四方成立河北永不分梨酒业股份有限公司，五粮液持股51%。此举意味着一直固守四川的五粮液，正式“走出去”了。

跨省收编“永不分梨” 五粮液开启整合大幕

拟出资2.55亿元，持有51%股份

首个跨省并购

在新公司中，河北永不分梨酒业有限公司以实物和现金出资1.6亿元，股权占比为32%，而北京和君咨询则以5000万现金出资，占10%的股权。此外邯郸市建设投资公司和临漳县政通资产管理有限责任公司分别出资2500万和1000万，其股权占比为5%和2%。

无论从品牌知名度还是销售体量来看，永不分梨酒业对白酒行业都相对陌生。但对五粮液而言，首度“往外走”选择与其合作并非偶然。邯郸市当地媒体曾报道，2009年11月，五粮液与永不分梨酒业及石家庄桥西糖酒食品股份有限公司三方就合作生产销售五粮液系列酒举行了签约仪式。

据称，新公司所有均直接从四川宜宾输送到临漳进行调灌装，并标注“宜宾五粮液股份公司出品、河北永不分梨酒业股份有限公司灌装”双标识。五粮液将从宜宾派驻专业管理团队负责产品质量管控，确保灌装产品的品质。

白酒行业历来区域性特征甚为明显，并没有哪个企业可以凭借一个品牌“包打天下”。此次五粮液“出川”建灌装基地，其跨区域抢夺市场的“野心”表露无遗。

主打区域中档白酒市场

“新公司将推什么品牌，究竟是否会使用永不分梨品牌，取决于新公司的发展情况和和君咨询的调研结果等。”五粮液一位熟知该项目的内部高管告诉记者。不过，新公司会以推新品牌为主，而且主打区域性品牌，以占领区域市场为目标。“在此次白酒产业调整中，中档白酒的份额在提升，五粮液此番运作瞄准中价位的

白酒应该是有市场机会的。”知名白酒营销专家铁犁表示。然而，此前五粮液运作六和液等中档白酒品牌并不是很成功，引入和君等合作方加入新鲜血液，可以持谨慎乐观态度。

并购思路微妙变化

不过，五粮液似乎对此寄予厚望。记者了解到，河北永不分梨酒业有限公司将根据华北市场的消费者口味和需求，主要开发适合当地消费者的区域性中价位产品。而产品销售的相关咨询和策划则由有着丰富的酒水营销经验的和君咨询负责。

2012年五粮液集团全年实现销售收入600.68亿元，这距离其“十二五”千亿规划还有400亿之遥。在千亿集团的重压下，五粮液通过资本运作对白酒版图的整合野心也愈加明显。

此前，五粮液副总经理彭智辅曾表示，十二五期间，五粮液股份公司通过收购兼并等资本运作手段将贡献100亿元的营收。而事实上，五粮液确实也曾对并购很“动心”。2009年，五粮液曾想收购枝江大曲，但因为税收问题政府不支持而作罢。此外，五粮液也一度与辽宁三沟酒业等传出过并购“绯闻”。

然而，现在五粮液资本运作的思路似乎已发生微妙变化。“此次投资把运作思路从以前的并购调整为多方投资。”上述五粮液高管告诉记者，并购是独家投资，但仅凭借资金、规模等进行并购会遇到水土不服的难题，但现在这种运作模式能整合各方资源，力量更为巨大。

五粮液方面在给记者的书面资料中强调，未来有可能会参照河北模式对其他区域的厂商进行整合和重组，以形成各个灌装基地和区域品牌运作基地，形成点面



中欧光伏“价格承诺” 昨日正式实施

备受市场关注的中欧光伏贸易争端，因上周五欧盟委员会批准中欧双方达成的“价格承诺”协议而尘埃落定。昨日，这一“价格承诺”正式生效，有效期至2015年年底。至此，中欧这一涉及金额最大的贸易摩擦案件成功解决。

根据此前双方达成的“价格承诺”协议，中方企业对出口欧盟市场的光伏产品，给予最低0.56欧元/瓦的“承诺价格”，且中方企业出口欧盟的太阳能电池板，每年不超过7GW。中国机电商会表示，有94家中国光伏企业同意参与该方案，按照价格承诺协议要求，其对欧盟出口硅片、电池、组件可免征反倾销税。欧盟贸易委员德古赫特此前表示，这一比例占到出口欧洲的中国光伏企业的70%。而其他未承诺企业对欧盟出口上述产品将被征收47.6%(非承诺的应诉企业)或67.9%(非应诉企业)的反倾销税。这意味着，那些没有加入该价格联盟的企业，在高关税面前，已经很难再进入欧洲市场，这些企业中的一部分很可能会被市场淘汰。

高凌云 南都供稿

凉茶世纪大战再起 “诉中禁令”听证博弈

为了“中国每卖10罐凉茶7罐加多宝”等广告语，一度熄火的王老吉凉茶世纪大战再度打响。昨日，广州中院针对上述广告语的“诉中禁令”申请，举行公开听证。

在合议庭确定了“原告在本案中胜诉的可能性”、“如果不采取保全措施是否会给原告造成难以弥补的损失”、“如果采取保全措施，对被告造成的损害是否明显超过不采取措施给原告带来的损害”三大调查重点后，加多宝一方又要求将“原告是否已经提交了足额的合理的担保，以及担保金额是如何确定的？如果我们公司提供足额的反担保，是否足以驳回原告的诉中禁令”等话题纳入这次听证会的调查重点。双方律师现场摆出多份证据，对是否实行“诉中禁令”各执一词。

记者了解到，加多宝已经公开预计，若本次诉中禁令再度获法院支持，其今年的累积直接损失将在20亿元以上。

广药王老吉方面则正在悄然打造凉茶联盟应对市场更为激烈的竞争。就在8月3日，广药集团已在穗发起成立了中国凉茶产业战略联盟。而在两强相争的大势下，一些二线品牌的凉茶，也在试图借机上位。广东邓老凉茶日前就高调发布了谁是中国好凉茶的数据，指其有效成分含量指标优于王老吉和加多宝。

马建忠 南都供稿

结合的布局。

“五粮液选择的合作方永不分梨酒业有限公司年销售不足1亿，规模还很小，而如果新公司推新品牌，新品牌成长起码需要3~5年时间。”在铁犁看来，五粮液此项投资是一种探索，对其而言体量要快速增长，并购还是必须的。黄丽嫦 南都供稿

携程牵手去哪儿网牵动各方神经

旅行社担心传统业务会迅速流失

日前，国内最大的在线旅游预订商(OTA)携程旅游网与旅游搜索的龙头去哪儿网决定在旅游度假产品上进行合作，此次合作让不少旅行社深感不安。因为目前旅行社的优势产品均为度假产品，旅行社人士担心行业巨头的进入会加速其传统业务的流失。

郑州晚报记者 范建春

事件：携程与去哪儿网牵手合作度假产品

昨日，记者登录去哪儿网，在搜索“郑州”到“厦门”的旅游信息时，发现在“供应商筛选”中已经出现了携程旅行网的名字。而在其他“度假板块”的供应商筛选中，携程网也和同程网、途牛网等数十家供应商共同出现。

对此，记者采访了携程旅游网负责中南区域度假产品的吴俊经理，据她介绍，目前双方只是在度假产品上达成一定合作，未来携程网全部的旅游度假产品将会陆续接入去哪儿网的度假频道。另据已经和携程网达成战略合作的河南省智慧旅游服务有限公司运营总监潘辉透露，度假产品应该只是携程与去哪儿网合作的第一步，不出意外的话，携程的酒店、机票等产品也会在适当的时候

在去哪儿网上线。

影响：旅行社担心传统业务会较快流失

对于携程与去哪儿网的合作，记者采访了本市几家旅行社负责人，他们均表示不愿多谈，只是说，合作后的度假产品肯定会对旅行社的业务形成冲击。

记者联系到一位熟悉旅行社业务的河南易游天下旅游服务有限公司的赵先生，据他透露，现在旅行社的日子普遍不好过，因为原来支撑旅行社发展的核心业务正在被互联网一个个肢解。

赵先生说，过去机票和酒店曾经是旅行社的主要利润来源，但是随着携程等旅游在线网站的崛起，旅行社在这方面的利润大大降低。特别是现在一些旅游在线服务商经常进行价格大战，通过机票秒杀等方式，游客能够拿到比旅行

社更为优惠的机票价格，旅行社在这一领域已经优势尽失。“目前度假产品已经成为旅行社最后的核心业务，也就是靠着度假产品的优势，旅行社才在互联网的冲击下仍然生存着。现在，两大旅游在线巨头合作开发这一领域，旅行社肯定会感到紧张。”

据了解，近几年国内在线旅行市场虽然在快速增长，但只有不到10%的旅行者是通过在线的方式预订旅行行程的，这一市场仍然被旅行社所垄断。不过，随着手机的普及，上网速度的提升以及居民收入的增加，这一比例正在大大提升。此时携程与去哪儿网携手进入旅游度假产品领域，以后不排除越来越多的旅游在线网站进入这个领域，这对旅行社业务的冲击也会越来越大，这正是旅行社最担心的。