

# 老白干三度“卖猪”，水井坊将再次缩减非酒业资产 白酒界加速剥离副业过寒冬

二度挂牌无果后，昨日，老白干发布公告称已完成两洼种猪分公司全部资产的转让。在去年和今年先后出让或注销涉及房地产公司后，水井坊在上月发布的半年报透露，会继续缩减非酒业资产。在这轮行业深度调整中，业绩承压的区域白酒品牌被认为是在加速甩掉副业的“包袱”以集中精力“过冬”。不过大中至正(安徽)营销咨询有限公司董事长王传才则对记者表示，这些副业在白酒企业的总营收中占比很小，剥离后对其主营业务并没有多大的改善作用，现在行业主要问题是消费萎缩、市场营销动力不足，白酒企业的正道应在此。

## 区域白酒企业多元化步伐从扩到收

老白干在今年7月14日已挂牌转让两洼种猪分公司，且仅以评估值2777.84万元转让，不过挂牌期满并未有报名者。二次挂牌，老白干将挂牌价打了个9折报价2500.056万元，不过依然没有应拍者。三度挂牌，安平县万冠金属丝网制品有限公司以2250.05万元竞得。

据两洼种猪分公司当时的资产评估数据，其1-5月的营业收入仅443.2万元，但却出现225.3万元的亏损。

事实上，三度叫卖，而且不惜降价出让两洼种猪分公司的背后，在白酒行业深度调整之下，白酒主业业绩的下滑迫使老白干无暇顾及副业了。

根据老白干酒2014年上半年业绩，公司期内实现营收6.65亿元，同比下降17.50%；净利润为1419.61万元，同比下降49.36%。

事实上，老白干正在想方设法盘活一些非酒类资产为上市公司“输血”。今年6月20日，老白干将下属生物技术工程分公司整个生产厂区出租。此前该公司已处于停产状态，今年1-5月出现102.13万元的亏损。5年租赁期，老白干将获得1230万的租金。

老白干并非首个收缩非酒业资产的公司。今年6月，川酒“六朵金花”之一的水井坊决定

注  
销成  
都兴  
千房  
地  
产开  
发有  
限公  
司，这  
家以  
“房地  
产开发  
经营”  
为业务  
的子公司  
其实去年  
的净利还  
有589.18  
万元。而  
早在去年  
3月，水  
井坊也转  
让了涉及  
房地产业  
务的成都  
聚锦商  
贸，当时  
的转让价  
格为2.24  
亿元，此  
宗转让让  
水井坊获  
得1.27亿  
元的收益  
，这在一定  
程度上弥  
补了其白  
酒的巨亏。

事实上，今年上半年水井坊的业绩再度延续巨亏的态势。其上半年实现营收仅1.42亿元，同比下滑65.51%；净利润大亏1.22亿元，同比下滑190.78%。

水井坊在上月公布的半年报中透露，会继续缩减非酒业资产，集中优势资源强化公司白酒主营业务。

事实上，在此轮收缩副业潮之前，白酒行业曾出现过一波轰轰烈烈的多元化浪潮，包括金种子、酒鬼酒等众多白酒上市公司都曾涉足房地产等副业。“多元化并非白酒企业的战略决策，而

是有地方政府鼓励的色彩。”王传才向记者表示，白酒企业以现金流多著称，此前白酒行业绝大部分是国有企业，手握现金流的白酒企业要么做投资性理财，要么做多元化的投资，这跟其所在地方政府区域扩张的态势是吻合的。

仅剩成都蓉上坊营销有限公司是非酒类公司，这家与房地产项目销售相关的子公司上半年现618.01万元的亏损。如果要继续剥离副业，成都蓉上坊极有可能会成为下一个目标。

“这些副业剥离后对主营业务并没有改善作用，现在白酒行业的主要问题是消费萎缩，市场营销动力不足，白酒企业的正道应在此。”王传才指出。

对于水井坊现在白酒的转型思路，王传才指出，水井坊以往寄希望于借助帝亚吉欧的网络实现国际化，但现在看来这个策略是失败的。另外，水井坊现在提出高档品牌水井坊+中档品牌天号陈的双轮驱动，但这与其他白酒企业的战略并未能实现差异化。“水井坊最大的问题在于本土化，在于人力资源、渠道、品牌传播等方面的本土化。”王传才指出。至于老白干当下销售和利润的下滑，王传才则认为主要在于河北白酒市场竞争环境在恶化。“现在名酒都在围攻河北，但老白干还没找到很好的办法反击。”王传才称。

黄丽端 南都供稿

## ■视点

2014年上半年老白干生猪养殖业占其总营收的2.64%，营收1756.53万元，同比下滑32.48%，毛利率下降42.45%，这意味着今年上半年老白干的生猪养殖出现了较严重的亏损。

2014年6月水井坊决定注销成都兴千房地产开发有限公司，这家以“房地产开发经营”为业务的子公司其实去年的净利还有589.18万元。

## 储备药妆产品 云南白药 加速多元化

以牙膏成功介入日化的云南白药，近日再度放出多元化风声。云南白药日前在深交所互动易平台上透露，多年来公司一直涉足药妆产品的研发和创制，公司尚有很多已研制成功的药妆储备产品，未来在改进产品工艺和功效后将择机上市。

由于云南白药此前主推的“药妆”采之汲面膜近日相继在天猫商城、京东商城及自有商城下架，云南白药此次“放风”，在一些分析人士看来，意在向外界传达公司布局

药妆的信心。据悉，早在2008年，云南白药集团即已与日本Maleave化妆品签订化妆品技术转让协议；是年8月，云南白药又通过定增募集资金的方式，正式介入药妆领域。事实上，药企以药妆切入日化，已不是云南白药单方行动，来自公开披露的信息显示，截至目前，包括同仁堂、白云山、康恩贝等上市药企均已涉足该领域。而导致药企布局日化的一大原因则在于，受降价等因素的影响，药品业务的发展空间正在不断被压缩。

以云南白药为例，今年前6个月其药品事业部收入20.7亿元，同比仅增长7.1%，而以牙膏业务为主的健康事业部则实现营业收入14.69亿元，与上年同期相比增长40.54%。长江证券研报指，2014年上半年云南白药牙膏业务收入整体增长35%左右。马建忠 南都供稿