

白酒销售进入黄金时期 多家酒企先后开启涨价模式

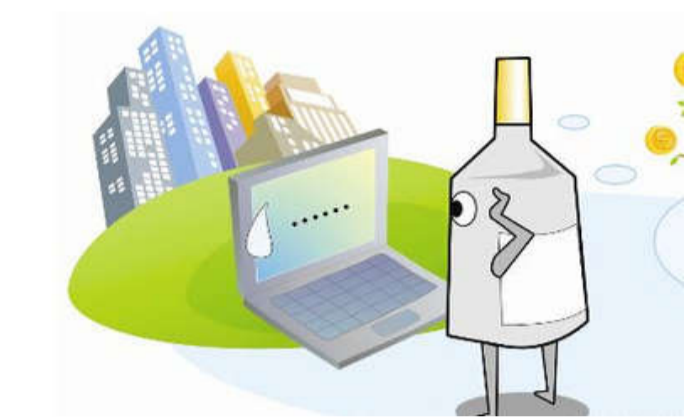
白酒销售进入黄金时期，多家白酒企业先后开启涨价模式。国窖1573、金徽酒已经宣布涨价，洋河海、天、梦系列酒和山西汾酒被传即将涨价。华创证券认为，总体来看白酒行业收入增速延续了2015年以来的上升势头，上市公司业绩接连超预期。高端和次高端品种提价带动毛利率再上台阶，改制企业成本管控收效显著。

汾酒：传即将涨价

在京东电商平台，汾酒的主打产品玻汾(玻璃瓶汾酒)，包装朴实、价格低廉，每瓶39元。瓷瓶装汾酒最贵的也就300多一瓶。但是曾与其齐名的飞天茅台已经卖到1299元至1880元一瓶，五粮液水晶瓶的零售价格也接近1000元。然而在上世纪七八十年代，汾酒和茅台、五粮液、西凤酒是中国百姓心中的四大名酒，但是多年来，汾酒的产品定位似乎偏重于中低端市场：玻璃瓶、旋盖、低价，营销策略比较传统，因此在市场上一直默默无闻，销售场景也不过是在超市的开放式货架上，还没有进入高档白酒专柜。行业观察人士认为，汾酒需要对自身品牌价值、文化底蕴进行再认识、再挖掘。

不过这一情况或许将有所改变。据多位经销商爆料，“汾酒通知全面停止市场供货，等待市场价格而调整”。山西杏花村汾酒厂股份公司总经理常建伟对此曾公开表示，所谓停止市场供货只是业务技术层面安排，不日将恢复正常。尽管涨价传闻尚未得到汾酒集团官方证实，但是市场敏感人士还是能从种种迹象分析出，汾酒之前的一系列营销动作已释放出明显提价信号。

公开信息显示，汾酒集团2017年上半年实现营业收入87.7亿元，其中酒



类收入39.12亿元，完成国资委考核任务的58.83%，上半年实现利润9.45亿元，其中酒类利润10.35亿元，完成国资委考核任务的98.73%。业内人士指出，汾酒各项指标进度完成较好，公司进行市场调整也有了底气。

国窖1573：每瓶涨70元

继泸州老窖怀旧酒类营销有限公司发布《关于调整特曲60版价格的通知》后，据悉公司总经理林峰昨天下达了节后的第二道涨价通知：“52度国窖1573建议零售价调至969元/每瓶。”也就意味着比节前的899元零售价上涨了70元。此外，林峰还要求各销售公司部门经理上报特曲、窖龄、博大等主要大单品的出厂价、消费者成交价、零售价。

据了解，为跟上飞天茅台、五粮液的前进步伐，今年国窖1573瞄准超高端白酒市场，相继启动了“七星盛宴”、“国窖荟”等一系列品牌建设项目，与此

同时，国窖1573打造核心终端渠道，发展忠实核心消费者，并通过多次停货、涨价调整，实现渠道与消费者的良性互动。双节期间，国窖团队加强市场巡查督查，对终端价在820元以下的产品，以820元的价格回购，国窖1573市场一批价格在740元至780元左右。

金徽酒：上调部分中档产品价格

近日，金徽酒对部分中档产品价格上调5%。对此公司表示，涨价是由于包装材料和酿酒原粮价格大幅度上涨，公司生产成本上升所致。

据悉，受环保政策影响，白酒包装材料从8月开始猛涨，经销商拟从10月1日起对泸州老窖、沱牌舍得、西凤酒等产品上调售价，涨幅在5%-10%之间。业内人士表示，提价一方面是因为包装等原材料上涨太快，另一方面则是

旺季因素。

据了解，金徽酒此次提价的产品主要涉及世纪金徽酒三星、四星，而近几年的财报显示公司的中档产品在总营收中占绝对主导。2017年上半年公司中档产品营收4.65亿，占比64.54%；2016年中档产品营收8.58亿，占比67.19%；2015年中档产品营收7.78亿，占比65.80%。

券商：白酒业绩超预期

华创证券认为，总体来看白酒行业收入增速延续了2015年以来的上升势头，上市公司业绩接连超预期。高端和次高端品种提价带动毛利率再上台阶，改制企业成本管控收效显著。首先看收入端：上升势头持续，淡季不淡。宏观经济向好，白酒行业营收加速增长，同比增长24.6%，水井坊、山西汾酒、贵州茅台增速位列前三甲，同比增70.6%、41.2%、36.1%。就单季度来看，整体白酒行业收入规模增速可观，同比增27.9%；其次利润端：产品升级带动毛利率大幅提升，业绩超预期。白酒市场整体毛利率上行趋势明显，酒企进行产品结构优化升级推动毛利率增长，其中沱牌舍得毛利率环比增27.6%，远超行业水平。行业净利润率升至近三年高点，但距离上一轮周期高点仍有明显上升空间；另外看存货：近5年来同比增速呈现下降趋势，反映整体白酒行业动销良好；而销售费用率：合理利用广告投入，提升品牌价值。中泰证券研报也称，三季度部分酒企业绩仍有望继续超预期，四季度配置白酒板块仍具备超额收益，继续重点推荐贵州茅台、山西汾酒、口子窖、五粮液、泸州老窖、古井贡酒、洋河股份等。

据新华网

我国天然气消费市场爆发 非常规天然气生产逐渐发力

同比增长30.4%!今年8月我国天然气消费再创新高。正在上海召开的ECF国际页岩气论坛上，业内专家表示，消费市场爆发将带动进口需求不断放大，我国天然气对外依存度或将稳步攀升。但在供应方面，我国非常规天然气生产逐渐发力，未来潜力可期。

油、气是我国能源资源结构的短板，随着国内能源消费需求不断增长，近年来我国原油、天然气进口依存度不断攀升。

2016年，受国内产量下降而进口激增影响，我国原油对外依存度升至65.4%。我国天然气生产虽然保持快速增长，但国内消费市场增长更加迅猛，对外依存度也呈现攀升势头。2016年我国天然气进口依存度已经升至35%。

国家发展改革委最新发布的数据显示，今年1至8月，我国天然气产量978亿立方米，同比增长10.8%；天然气消费量1504亿立方米，同比增长17.8%；天然气进口量达到570亿立方米，同比增长24.8%。

政策和价格是影响我国天然气消费的两大主要因素。今年我国天然气消费爆发式增长很大程度上与各地大力推进的“煤改气”工程有关。

安迅思中国燃气产业链信息总监黄庆说，2017年是很多大型“煤改气”工程的时间节点，大量新增用气需求涌现。另外，今年夏天，国内气价与油价相比更具经济性，也使得天然气消费淡季不淡。预计在“煤改气”“清洁能源供暖”推动下，今年冬季我国用气需求更加旺盛，保供压力较大。

专家认为，在旺盛需求推动下，未来几年内，我国天然气进口依存度进一步攀升是必然趋势。不过，近年来全球天然气资源处于供过于求状态，我国天然气供应安全问题无需过度担忧。

国家发展改革委能源研究所副所长张有生说，目前我国天然气在一次能源结构中占比仅6%左右。按照规划，到2020年争取达到10%左右；到2030年力争提高至15%。这意味着到2030年我国天然气消费量有望达到7000亿立方米。

从全球来看，欧美发达国家天然气需求已接近峰值，增长空间有限，相比之下，中国逐渐成为全球天然气消费重要增长极。在供过于求的国际天然气市场中，更多国际天然气资源希望流向中国，我国天然气进口选择也越来越多元。

黄庆说，目前我国液化天然气(LNG)进口主要来自澳大利亚、卡塔尔、马来西亚等地，未来预计加拿大、美国也将成为我国重要的LNG进口气源地。不过，国际现货LNG价格波动较大，企业出海采购要注意策略，规避风险。比如今年夏季我国进口LNG价格平均为每百万英热值5.5美元，到了冬季通常会涨到9美元左右。

当前，面对国内庞大的天然气需求

市场，我国天然气供给不能一味依赖“外援”。近年来，我国常规天然气生产保持快速增长，非常规天然气生产正在逐渐发力，潜力可期。

国土资源部矿产资源储量评审中心主任张大伟说，2016年我国页岩气产量达到78.82亿立方米，预计2017年产量达到100亿立方米，仅次于美国、加拿大，位居世界第三。我国重庆涪陵页岩气田累计探明地质储量6008亿立方米，成为北美之外最大的页岩气田。

张有生介绍说，我国正在深入探索页岩气勘查开采新机制和合作开发新模式。今年，国土资源部委托贵州省政府组织出让出让页岩1井所在的正安区块，敲响了页岩气商业化开发的第一枪。其他省份也筛选了一批页岩气勘查区块，拟进行竞争出让。

根据“十三五”页岩气发展规划，到2020年我国页岩气力争实现产量300亿立方米，2030年实现产量800亿到1000亿立方米。

据新华社

快递涨价多家电商不跟风 民众：服务质量要跟上

在中通、韵达先后宣布快递费涨价后，其他快递公司自营物流的电商平台不会跟风涨价。广东连续3年稳居“双十一”剁手榜冠军，快递涨价对即将到来的“双十一”有何影响?《广州日报》全媒体记者连日来进行跟踪调查。

专家表示，快递涨价对普通消费者影响不大，对于电商或网店而言，最核心的或许是从供应链上调整服务。市民则表示，涨一点没关系，主要是快递服务质量要跟上。

【电商卖家】：“10元包邮”店受影响大

运费上涨对商品单价较高的店铺影响相对较小，因为利润相对较高。而依靠“10元包邮”、薄利多销的店铺受影响则较大。

【市民】：只要卖家包邮 我就不理

在中通、韵达宣布涨价后，有媒体报道，从一名知情人士处获悉，圆通于10月11日在内网发布《关于圆通网络旺季市场提价的通知》(以下简称《通知》)称，经总部研究决定：自即日起，全网各网点对客户收取的快递费，在原有的价格基础上进行上调，指导价为1kg(含)以上上调0.3元/票，超过1kg部分上调0.3元/kg。记者针对该消息向圆通新闻中心相关负责人进行求证，该中心负责人向记者表示：“目前我们

不涨价。”

记者了解到，电商客户是“通达系”快递企业的主要客户。一位资深电商卖家告诉记者，运费上涨对商品单价较高的店铺影响相对较小，因为利润相对较高。而依靠“10元包邮”、薄利多销的店铺受影响则较大。

跨境商品经销商付先生称，部分快递价格上涨后必然会导致一些订单流向尚未涨价的快递企业，但每一家快递的承载力有限，如果超过一定程度就会影响快件的签收率。因此，为了保障商品在物流高峰的派送，即使快递价格上涨也会接受。

另外，记者还调查了多家电商平台是否会因此提价。京东物流回复称，近期无涨价计划。目前，在京东平台上，京

东自营商品使用京东快递，第三方卖家既可以用京东快递，也可以用第三方快递服务。京东平台上有近20家快递公司在为商家服务。唯品会表示，从货品、仓储、物流都是全程自营，旗下自建物流品骏快递自建车队、自建快递网络，在今年“双十一”前后不会对快递价格进行调整。网易严选也表示，其快递虽然不是自营物流，但中通和韵达、圆通均不是其第三方物流，所以快递提价对“双十一”没有影响。

【专家】：快递涨价对普通消费者影响不大

中国电子商务研究中心分析师姚



建芳对记者表示，预计快递涨价对电商影响较大，对普通消费者影响应该不大。

中国物流学会特约研究员杨达卿认为，在整个价格调整信息公告中可以看出，无论是中通还是韵达都没有特别明确提出涨价幅度，而且中国的消费群体是一个价格敏感性群体，所以在涨价过程中，快递公司会顾虑这样会不会带来客户的流失。

在杨达卿看来，电商要维护市场地位，更要强化供应链管控，从全局优化物流成本，保证成本领先优势。因此，这次快递涨价行为或将意外唤醒网店对供应链服务需求的增加。不过，出货量大的电商多会与快递方签订协议，因此对于电商而言，在当前协议尚未到期的情况下，或许还存在着一定的缓冲期。

【市民】：服务质量应跟上

广东已连续3年位居“双十一”全国交易额排行榜首。距离“双十一”还有一个月，不少市民已经开始将购物车里塞心仪的商品。去年豪掷“数万”剁手的廖小姐说，不会在意区区几元运费。网购达人朱女士说：“只要卖家还是跟以前一样包邮，我就不理会。不过可能对商家来说，成本就会增加了。”正在寄快递的王先生坦言：涨一点没关系，主要是快递服务质量要跟上才行。

据新华网

四川辣酱风靡美国 郫县豆瓣登上热搜

“四川辣酱”在美国爆红，引发美国消费者的“排队潮”。在Ebay上，一小盒四川辣酱的价格曾被炒到数万美元。同时，该辣酱的配方及来源也引起了广泛关注，近日被推上了热搜榜。

郫县豆瓣登上热搜

目前在海外销售最好的一级豆瓣和红油郫县豆瓣，约占总出口的80%。据了解，成都多家郫县豆瓣老字号纷纷拓展海外市场。“鹃城牌”郫县豆瓣出口额每年稳步提升，年均增长15%左右。

近日，继“四川辣酱”在美国爆红后，其原材料郫县豆瓣也被推上了热搜榜。不过，有中国网友表示，该辣酱绝非国内所想，而是被改良风味同豆瓣酱加点糖。那到底什么是真正的四川辣酱?美国人民疯抢的四川辣酱和真正的四川辣酱有没有区别?近日记者去到成都市川菜博物馆，得到了“酱”的解答。

一盒竟炒到数万美元

1998年，为配合迪士尼动画电影《花木兰》的宣传，麦当劳推出了一款极具中国特色的麦乐鸡块蘸酱——四川辣酱。时隔19年后，因美国热播动画片《瑞克和莫蒂》，四川辣酱再次回归。而此次回归，也引起了美国消费者的“排队潮”。四川辣酱“一盒难求”。在Ebay上，一小盒四川辣酱的价格曾被炒到数万美元。该辣酱的配方及来源引起了广泛关注。

有关人士称，这种“四川辣酱”就是郫县豆瓣加点糖，这也使得郫县豆瓣成为最为关键的原料。据传，清末清初，福建汀州府孝感乡翠亨村人陈逸仙迁入郫县。清康熙年间，陈逸仙无意之中用晒干后的胡萝卜拌入辣椒和少量食盐，用来调味佐餐，不料竟香甜可口，胃口大开，这就是郫县豆瓣的雏形。

四川辣酱就是豆瓣酱

“如果从字面上理解‘辣酱’，说法太宽泛了。”川菜博物馆馆长张辉强认为，蘸过辣椒的酱都可以称为辣酱。但说到四川辣酱或川味酱料，其实就是我们所熟知的豆瓣酱。

张辉强提到其中一种，就是在四川家家户户餐桌必备的阴豆瓣，也被称为家常豆瓣。无需考究的用材和复杂的工序，将辣椒剁碎放入盐、花椒、味精等调

料发酵即可，口味挑剔的还可加入醪糟、白酒、姜蒜等调料辅佐。讲究的主妇会选择用一个纯手工制作的陶罐用以放置阴豆瓣，食用时用专用勺子盛出，无论是炒菜还是作蘸酱，都是绝妙的“点睛之笔”。

醇厚的酱香味，搭配香、辣和回甘的口感，有“川菜之魂”美誉的郫县豆瓣酱是张辉强口中另一种四川辣酱。“你所知晓的具有代表性的川菜，基本上都会使用到郫县豆瓣酱。”而随着川菜以及中国美食的“走出去”，这股川味也“潜移默化”地影响着外国人对四川美食的感悟，进而形成着对四川辣酱和四川“辣”的认知。

不过正宗郫县豆瓣酱的辣是柔和的。“制作所用的辣椒是牧马山种的二荆条，其辣度是大多数人能够接受的范围，所含辣椒红素又能让豆瓣酱的颜色诱人。”川菜博物馆体验师李佳纹告诉记者，二荆条去蒂清理后，要混合自贡盐在三伏天暴晒三个月，再搭配发酵好的“二流板”青皮干大白胡豆，经过一年的翻、晒、露酿制方“修成正果”。

辣酱能融合其他调味品

如今，因为近期一部动漫的热播，这款辣酱又再次走进美国人的视线。“虽然没吃过那个麦当劳的酱料，但我猜想一般都是在番茄酱的基础上加入了辣味。”张辉强表示，这是外国人对于川味酱料的理解，也是对川味酱料“因地制宜”的改造。

每年在川菜博物馆，张辉强都要带队接待上万慕名而来的外国宾客，这也给予他机会去搜索传统辣酱的国际“融合”路。“因为饮食习惯，我们可以觉得外国人不能吃苦。但我曾见过空口往自己嘴里塞辣椒的，他们其实不是不敢吃苦，或者不能吃辣，只是他们不懂如何把辣椒运用到食材里面。”

张辉强介绍，自己曾把加糖的豆瓣酱用来刷比萨，上面也仍保留了“原配”洋葱番茄等，最后成品从味觉和色觉上都得到外国食客的称赞。“其实也说明了一点，我们四川传统豆瓣酱的包容性，能够与其他调味品融合，运用到西方的食谱中产生好的效应。只要认识它，了解它，就是能被接受的。”但归根结底其能俘获外国人的舌尖，张辉强直言，还是因为川味酱料自身魅力。“就是味道好，好吃啊。”

据新华网

水资源税试点首轮扩围在即 多地密集开展调研准备

作为绿色税收，我国资源税改革以及水资源税试点均已走过一年多时光。记者获悉，当前，水资源税试点分步扩围正在密集筹备中，包括北京、天津、山东、山西、陕西、内蒙古等地有望纳入首轮扩围。

记者了解到，为了深入了解水资源税改革有关情况，切实做好改革前期工作，陕西、内蒙古等地已经密集开展调研准备工作。据悉，调研准备工作包括成立当地财政、水利、住建、地税等部门组成的调研组，对当地水资源、供水设施、取水单位以及水资源费收入等情况，研究分析水资源费改税对当地水资源节约保护、企业税负、财政收入等方面的影响等，并分析研判存在的问题和面临的挑战，对建立征收管理制度、调整水资源费征收标准及结构、制定税收返还政策、明确征管主体责任等形成建议和改革依据。

“水资源费改税给地方财税部门提出了新的要求，包括征管部门的技术配置、征收和各级政府利益链条理顺等。”一位地方财税系统人士指出，目前正在为水资源税下一步的开展紧锣密鼓地做着前期准备，包括深入到重点企业调研，实地了解企业生产经营情况，核对相关数据，与企业财务负责人座谈，介绍水资源费征收政策，听取企业关于水资源费征管工作的意见建议等。

社科院中国财政战略研究院副研究员蒋震对《经济参考报》记者说，水资源虽然是可再生资源，但是我国整体还是缺水国家，水资源税试点扩围很有必要。蒋震表示，水资源税的扩围试点地区选择应该综合考虑水资源状况和产业结构。水资源税的大的功能就是调节用水结构，节约用水，构建生态友好型的发展模式。在他看来，“在水资源相对匮乏、产业结构偏重化的地区推广，这样改革的效果可能会更加明显。”

作为我国首个水资源税试点，河北税改于2016年7月1日起正式启动。河北省财政厅副厅长李志刚介绍，推进一年多来，试点成效逐步显现，初步实现了预期目标。一方面，征管漏洞得以堵塞，水资源费收入明显增长。受征收刚性约束和超采区地下水税额标准提高等因素影响，与试点前水资源费相比，水资源费收入增长明显。另一方面，节水节水意识普遍增强，2016年全省总用水量比2015年减少4.6亿吨。

“改革后抽取地下水、超采区、高耗

水企业税负明显增加，较大的税额差有利于引导企业及时调整水结构。”河北省地税局税政一处处长高会民说。为降低地下水用水成本压力，河北规模以上用水企业纷纷调整水结构，如廊坊市前进钢铁公司投资建设废水深度处理综合利用项目与雨水回收工程，取用地下水不到用水总量的2%；再如，处于地下水严重超采区的唐山三友集团通过加大地表水用量和改进海水淡化工艺，地下水用量比重从改革前的60%下降到当前的8.7%。

“水资源税改革不是简单的费改税，而是破解管理体制机制障碍的重要抓手，是一项系统性的长期工程。”李志刚指出，河北已经逐步构建起“水利核准、纳税申报、地税征收、联合监管、信息共享”的水资源税改革新模式。

与水资源税试点同时推进的，还有资源税改革。2016年7月1日全面推开至今，水资源税改革的多重红利已经显现。数据显示，资源税改革一年来全国共符合符合条件的企业减免资源税近42亿元，通过资源税的调节作用，推动绿色发展。

江苏省淮安市一家化工行业龙头企业有关负责人指出，从去年7月到今年6月，共计缴纳资源税1816万余元，相比以前从量计征方法征税，实际减轻税负近1455万元。减下来的资金全部投入技术创新和资源循环利用上，走出了资源综合利用的新路。

此次资源税改革，最大亮点是将从量计征变为从价计征，虽一字之差，却影响重大。“从价计征建立了税收与资源价格直接挂钩的调节机制，使资源收入与反映市场供求和资源优劣的矿价挂钩，有利于调节资源收益，保障资源产业持续健康运行，提高资源利用效率，同时增强全社会的生态保护意识。”上海财经大学教授胡怡建表示。

此外，西南财经大学教授汤继强表示，以往，寻找富矿、丢弃贫矿的“吃白菜心”式开发，造成资源严重浪费。资源税促进资源节约利用，倒逼经济发展方式转变的功能定位更加清晰。特别是在资源税从价计征的正向调节作用下，矿产企业纷纷摒弃原来“采富弃贫”的经营模式，转而选择“吃干榨净”低品位矿。专家还指出，资源税改革在释放减税红利，引导企业绿色发展、转型升级的同时，也涵养着优质、绿色的税源，优化了营改增后地方税体系。

据《经济参考报》