

入关、增税对白酒行业的影响

陈佳, 罗红

(泸州老窖集团公司酒体设计中心, 四川 泸州 646000)

摘要: 我国加入 WTO 在即和国家从今年 5 月起对白酒增收从量税, 必将对白酒行业产生影响。正面影响: ①增加财政税收, 以经济杠杆控制白酒总量; ②净化、整合白酒市场; ③有利于名优白酒走出国门; ④有利于名优白酒壮大和发展。中国白酒的必由之路: ①利用品牌优势, 开发高附加值产品; ②开发新产品, 加快产品升级换代; ③逐步形成行业垄断; ④规模的多元化和单一产品的专业化。(一平)

关键词: 白酒; 市场研究; WTO; 增税

中图分类号: TS262. 3; F713. 52

文献标识码: D

文章编号: 1001- 9286(2001) 06- 0108- 02

Influence of China's Return to WTO and Taxation Enhance on Liquor-making Industry

CHEN Jia and LUO Hong

(Liquor-style Design Center of Luzhou Laojiao Group. Co., Luzhou, Sichuan 646000, China)

Abstract: The forthcoming China's return to WTO and specific tax enhance for liquor from May, 2001 would exert effects on liquor-making industry. The positive effects include: 1. Increase of fiscal levy and the production amount of liquor controlled by economic levers; 2. Further optimization of liquor markets; 3. In favor of oversea expand of famous liquor; 4. In favor of quick development of famous liquor. And the ways liquor-making industry must follow are: 1. Development of high-value accessory products by means of the advantages of the brands; 2. Development of new products to upgrade and renew themselves quickly; 3. Formation of industrial monopolization gradually; 4. Professionalization of specific product and multiple expand of the enterprises. (Tran. by YUE Yang)

Key words: liquor; market investigation; WTO; specific tax enhance

今年 5 月 1 日, 经国务院批准, 国家税务总局出台对白酒从量增税政策, 每斤白酒增税 0.5 元, 并取消外购酒抵扣消费税的政策。这种复合计税的办法, 在国外成熟的市场经济中被普遍运用。中国加入世贸组织在即, 必然在税收政策上与国际惯例接轨, 与其年底再出台该政策, 给白酒企业来个措手不及, 还不如早一点出台政策, 让大家有一个适应期。

据报道, 从量税政策出台后, 部分白酒销量名列前茅、以中价位占领市场的企业受到影响较大。山东兰陵集团在接受记者采访时说: “以 2000 年本企业经营利润 4000 万元, 销量 13 万吨计算, 企业将多交 1.3 亿元税, 若今年年底以前没有其他的改变措施, 企业将亏损 9000 万元。”

人们对“入关、增税”议论纷纷, 有人认为这是架在白酒企业脖子上的双刃利剑, 也有人认为是白酒企业走向世界经济舞台的助推剂。笔者认为在短期内, 入关、增税具有较强的杀伤力, 一大批中小企业将被淘汰, 名优白酒行业也会受到利润锐减, 以及洋酒和西方酒文化观念的冲击。但是经过行业整合, 保留下来的将是具有较高的品牌效应; 具有悠久的历史底蕴; 具有大的经营规模的名优白酒企业。这将是名优白酒企业发展的一次难得机遇。在入关、增税的推动作用下, 名优白酒将大踏步走向世界。

1 入关、增税给国家给企业带来的好处

1.1 国家能增加税收, 以经济杠杆控制白酒总量, 减少酿酒用

粮, 达到宏观调控的目的。对企业来说促使白酒行业降低成本, 增收节支, 努力建立现代企业制度。中国现在耕地面积逐年减少, 粮食产量也呈逐年下降趋势, 而白酒市场年生产能力近 800 万吨, 实际需求不超过 600 万吨, 在这种供大于求的局面下, 国家采取增税的调控措施, 一则达到控制酒用粮食, 二则促使企业技术创新。

1.2 有利于净化白酒市场。2000 年度, 国有及销售收入 500 万元以上的非国有白酒企业仅 1286 家, 其中亏损企业有 308 家, 占 24%, 还有大量散布在广大乡村的小作坊。这些企业不仅与名优酒抢占市场, 而且由于大量不法业者制假、售假、仿冒、以次充好, 再加上地方保护主义严重, 形成了“优不胜, 劣不汰”的局面, 严重扰乱了白酒市场。入关、增税将使大批规模小、效益差的企业破产。

1.3 有利于名优白酒走向世界。中国浓香型白酒在东南亚一带、美国、加拿大华人地区有着较高的知名度。据资料显示, 由于出口配额的限制, 在台湾、香港地区, 很多人是知道大陆的名白酒, 但未见其真面目, 所以充斥市场的是大量仿冒酒。比如: 仿酒鬼酒的品牌就有“酒空”、“酒桶”; 仿孔府家酒的就有“先师家酒”、“至圣先师”; 仿五粮液的就有“五两一”、“五良玉”。加入 WTO, 除了可以享受平等的贸易待遇, 还有很重要的一点是, 作为 WTO 正式成员, 将直接参与制定国际贸易的游戏规则, 摆脱被动参与的不利地位。一个最大的发展中国家, 是争当规则的制定者, 分享全

收稿日期: 2001- 08- 25

作者简介: 陈佳(1965-), 女, 四川泸州人, 大学, 工程师, 车间主任, 第六届白酒国家评委。

© 1994-2012 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. <http://www.cnki.net>

球开放贸易投资市场的好处,还是坐等被排斥在世界经济主流之外?这是一个无需回答的问题。国外的白酒市场空间还大,有待开发,中国白酒行业将在入关的推动下,走出国门,开拓新的市场领域。

1.4 有利于白酒行业实行兼并、资产重组,走规模化的道路。入关、增税对名优酒行业影响不是很大,因为名优酒行业低档次产品占的比例小,大量的高附加值产品,有一定的利润空间。名优白酒企业正可以利用这次机遇,实行兼并,开展资产重组,壮大自己的规模和实力。

2 在入关和增税的推动作用,中国白酒的必由之路

2.1 利用品牌优势,开发高附加值产品

一个5元价位的酒,增税0.5元,对其价格的影响程度占10%,而一个50元价位的酒,增税0.5元,对其价格的影响程度仅占1%,微不足道。当前白酒每斤的成本不低于3.5元,白酒消费税25%,还有城市建设附加税等其他税费约10%,量税0.5元,计算下来,每斤白酒成本早已超过5元,没有知名度、低档次的酒根本就没有利润空间,涨价又不被消费者接受,只有死路一条。而利用品牌效应,开发高附加值的酒,价格一上去,就会有足够的利润空间。泸州老窖就充分利用品牌效应,其开发的“百年老窖”、“国窖1573”就是利用四百年国宝窖池的品牌,开拓出相应的利润空间,同时又提升企业品牌,这也是“双赢”,赢了金钱又赢名声。

2.2 开发新产品,加快产品升级换代的速度

当今时代是一个信息时代,产品的科技含金量越来越被人们重视,产品升级换代的速度越来越快,每开发一种新产品,其定价都有丰富的想象空间,这在电子行业尤为突出,摩托罗拉V998+刚上市时,价位在6000多元一部,然后几乎是每年下降1000元,到今天的2000元一部,也就是3、4年时间。如今2000元一部厂家仍在经营,说明还有赢利,那可想象前几年它的利润有多大。电子行业新产品开发在“新”、“精”、“奇”方面做文章,再给它度身定造一个时髦的概念,推出去,就产生利润空间。我们酒类行业同样可以借鉴这种方式,而且已经有这方面的例子。蓝剑集团新开发的“蓝剑薄荷水”,与其他纯净水相比,就是多加了一点薄荷,但消费者就感到喝起来凉爽,回味有点甜。它的零售价每瓶2.00元,比

同档次的其他饮用水高出0.5元,价格提升幅度达到33%。可口可乐公司在7月13日北京申奥成功仅仅35分钟后马上推出“申奥成功特殊装”,仅是外包装变了变,又实现了“双赢”。

2.3 行业垄断逐步形成

行业垄断是世界经济发展的必然,也是成熟的市场经济的标志。经济专家预测,5~10年之内,我国将出现3~4家全国性的白酒集团,这3~4家集团将占有市场93%以上的份额,只有这样的白酒“巨无霸”企业才有较强的抗风险能力,才能立足于国际大舞台。因此今后几年,将是白酒行业资产重组的关键时期。

2.4 规模的多元化和单一产品的专业化

因为国家对白酒、果酒的税收政策的明显差异,所以白酒企业为了回避市场风险,纷纷开发果酒、药酒。随着WTO的加入,西方文化对中国的渗透,年青一代的饮酒观念随之发生变化,低酒度、营养保健型的酒将成为消费主流。但中国白酒要想立足世界舞台,还是需要具有中国文化特色和民族特色的传统白酒。因为果酒在西方已有成熟的、非常丰富的生产经验和文化底蕴。中国白酒在今后一段时期是传统白酒与果酒并存的时期。

跨国集团不仅品种向多元化发展,更主要的是体现规模多元化,单一产品专业化的经营模式。即集团涉足多个领域,实现多元化经营,但集团下属的每个子公司所从事的行业必须达到专业水平,以保证产品的高品质。全球著名的美国杜邦公司主业是从事化工产品,但他涉足农药、医药、机械等多个行业,每个行业都力求做得更专业,更精确。由于规模的多元化,使其能较好地回避市场风险。

当前名优白酒企业已经涉足制药、生物工程、通讯、房地产等行业,逐步朝着集团化发展。

3 结语

不管人们认为白酒是“朝阳”行业,还是“夕阳”行业,也不管洋酒入侵对它的冲击有多大,笔者认为,中国白酒与中国京剧一样是具有中国特色的,堪称中国一绝。几千年积淀的中国酒文化,铸造了它存在的必然,具有本国特色和本民族特色的东西,就是具有生命力的东西。在未来几年,人们在列举各国酒文化的时候,会说:法国国有闻名的波尔多葡萄酒,德国是啤酒王国,俄罗斯有著名的伏特加,日本有清酒,中国有享誉世界的白酒。 ●

《酿酒科技》常用法定计量单位符号

按照国家有关科技期刊编排标准化、规范化要求,在使用法定计量单位方面,一律使用单位符号。现将本刊常用的几种法定单位符号介绍如下,便于读者理解和阅读。请作者来稿时使用单位符号。

常用法定计量单位符号

量的名称	单位名称	单位符号
面积	平方毫米	mm ²
	平方厘米	cm ²
	平方分米	dm ²
	平方米	m ²
	平方公里	km ²
长度	公顷	hm ²
	纳米	nm
	微米	μm
	毫米	mm
	厘米	cm
	米	m
[光]照度	勒[克斯]	lx
摄氏温度	摄氏度	℃

量的名称	单位名称	单位符号
时间	秒	s
	分	min
	[小]时	h
	日,天	d
质量	微克	μg
	毫克	mg
	千克(公斤)	kg
	吨	t
体积	立方毫米	mm ³
	立方厘米	cm ³
	立方分米	dm ³
	立方米	m ³
容积	毫升	ml
	升	L, (l) (在不致引起误解时用“l”)
能[量],热[量]	焦(耳)	J
	千焦	kJ
功率	瓦[特]	W
	千瓦	kW
光能量	流[明]	lm
	光量	流[明]秒