“关店潮”来袭，餐饮下行殃及白酒业？

以海底捞大规模关店为标志，餐饮业在疫情冲击以及其他因素的影响下将迎来新的变化。这会给与餐饮业紧密相连的白酒业带来怎样的冲击？

海底捞“海量关店”将冲击白酒？

按照此前在2021年11月初公布的计划，海底捞将在2021年12月31日前逐步关停300家左右经营未及预期的海底捞门店。

此前在2021年11月海底捞开启了一波关店高潮，到了12月，除了继续依照原有计划关店外，一些意外因素的来临或也将推动其加快关店——当月西安爆发疫情，这让业界对海底捞在该城的50家门店的命运颇为关注。

根据极海品牌监测的公开数据，截至目前，海底捞2021年第四季度累计关闭门店已经超过300家。一个季度就关闭了25%以上的在营门店。

“海底捞在西安拥有50家门店，但在整体占比中并不高。”有市场观察人士认为，相比西安的突发状况，实际上整体市场氛围的改变对海底捞影响更大。相关数据显示，营收的走低和“关店潮”的影响，对股价形成冲击。

此前在2019年，海底捞采取快速扩张策略。到了2020年疫情袭来，餐饮业受到巨大影响，但下半年市场回暖，这又促进了海底捞的扩张。

2020年下半年餐饮市场恢复生机，开店率明显升高，2020年末门店规模甚至超过2019年。

据悉，海底捞通过疫情前后的市场表现认定其可通过不断开店和服务优势来扩大收入基数，实施以流量换增长模式，就选择继续新增门店，2020年海底捞新增门店544家。

2021年1月至3月，全国餐饮收入10596亿元，同比增长75.8%；限额以上单位餐饮收入2285亿元，同比增长77.7%。

持续回暖的餐饮景气度，让2020年选择逆势扩展门店500+的海底捞，信心爆棚，公司管理层宣布继续加快开店数，2021年上半年又新开299家。

2021年下半年，受变种毒株疫情的袭扰，国内疫情出现反复，部分地区实施封控，再加上房地产行业、教培行业的下行，冲击到整体消费市场，到了11月份，餐饮收入同比增速再转负。负面因素叠加，直接导致了高扩张的海底捞进入“关店模式”。

以海底捞为代表的餐饮业进入困难期，与此相依相生的白酒业同样不好过，很多经销商直言，餐饮业的遇冷与市场上其他变量的出现，对白酒业影响巨大。

后“盘中盘”时代，餐饮业困境与白酒无关？

“餐饮O2O”发布的《2021中国餐饮投融资大数据报告》显示，2021年因为疫情反扑不断，餐饮市场步入调整期，餐饮企业转向保守操作，一些头部品牌（如海底捞、呷哺呷哺等）关闭部分门店来抵御风险，餐饮门店规模回调至860万家。

根据国家统计局发布的数据显示，2021年上半年，全国共有1005.8万家餐饮相关企业。

2021年8月23日，中国饭店协会与新华网在京联合发布了《2021中国餐饮业年度报告》：内地各省市区餐饮收入排行榜中，除了河北省同比正增长9.73%外，其他诸如广东、河北、江苏、山东、浙江、四川、河南、安徽、湖南、福建等省，均出现同比负增长。

NCBD（餐宝典）撰写并发布的《2021中国餐饮“死亡门店”研究报告》显示，2021年广东省内餐饮死亡企业最多，占比高达15.1%；其次是浙江省，占11.2%。

餐饮行业出现负增长和“关店潮”，会不会直接冲击到白酒行业？

“这几年酒水在餐饮渠道中的比重有所下降。”有经销商表示，在传统渠道构成中，餐饮、商超、通路、团购各占其一，近些年来餐饮渠道的重要性不如从前。

“尤其是在‘盘中盘’时代，酒店、餐饮渠道的作用非常大。”有业内人士表示，在之前的时代，餐饮渠道直接销售占到很大比例，同时也依靠示范作用带动其他渠道的销售。因而餐饮渠道在“盘中盘”时代对白酒的影响力最大。

其后，随着消费者自主意识的增强和相关法规的完善，酒店、餐饮店杜绝自带酒水的“潜规则”被打破，由此产生的“买店”“买柜台”“加价”等餐饮渠道惯有模式也随之崩塌，餐饮渠道的销售比例开始逐步降低。

与之相应的则是，高端酒对酒店、餐饮渠道依赖度降低的同时，其对团购渠道的依赖度开始逐步上升。

“场景”弱化将直接冲击白酒

一些头部品牌的渠道改革说明，名酒越来越依赖于团购渠道。

2019年，五粮液推出第八代“普五”，与这一款名酒一同推进的，还有数字化系统以及五粮液的“控盘分利”模式。这一模式旨在加强对渠道利润的二次分配。

2020年，五粮液集团公司总经理、股份公司董事长曾从钦提出，传统渠道总体不增量，公司将同经销商打造企业级团购等新的增长点。

在极力砍掉诸多子品牌来“瘦身”的同时，五粮液也开始对旗下经销商进行优化，在一定程度上实施“只出不进”的缩减政策，这意味着对传统经销商也开始“瘦身”。

有市场观察人士认为，这意味着利润体系的分配也要发生变化。五粮液优化大商的目的在于提升对渠道的管控力，对于经销商而言，其利润的增长将更多来自团购客户的发掘而非传统渠道。

此前实施深度分销的洋河，也从2019年开始新一轮渠道体系改革。

洋河方面推行“一商为主，多商为辅”的新模式。在该模式下，洋河将提升核心经销商地位，清理更多不具备能力的小型经销商，减轻这些小经销商对渠道的扰乱以及对秩序的冲击，提高对价格体系的控制力。

对于核心经销商，其将承担市场运营、维护责任，做大做强团购资源，引导消费升级。

东方证券研究认为，无论是五粮液还是洋河，实际上对渠道的改革都是指向于提升团购占比，更多发掘大客户。

在团购提升、餐饮降低的背景下，似乎餐饮渠道的困境对白酒冲击不大，但实际情况并非如此。

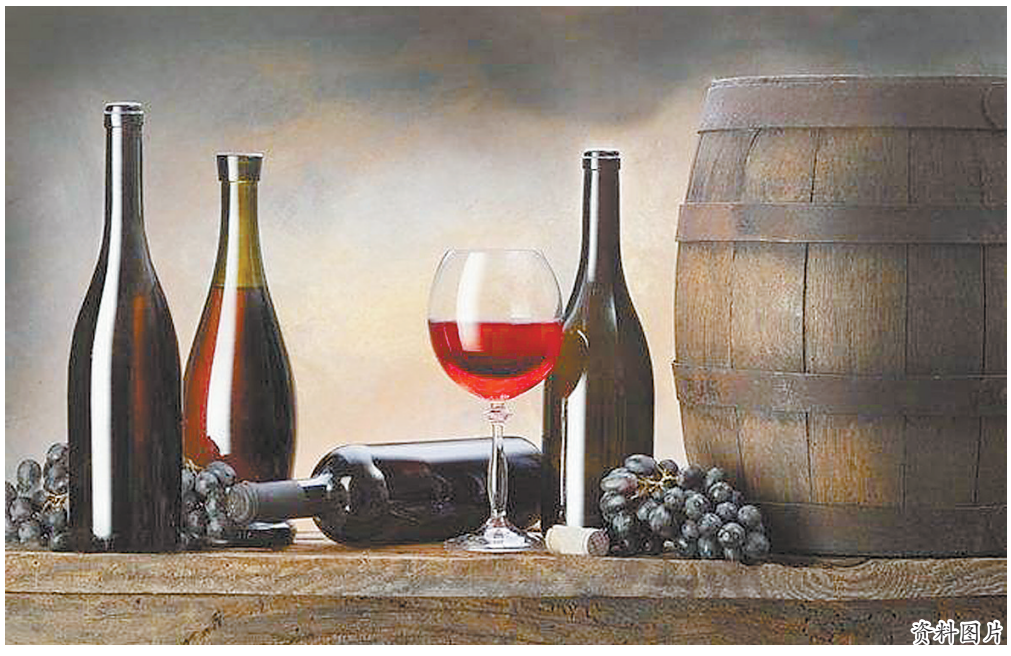
“白酒行业的景气程度与餐饮行业是正相关的。”营销专家、九度咨询总经理马斐认为，2021年下半年餐饮行业所表现出的“关店潮”以及其他经营困难的状况，肯定会传导到白酒行业上面，对白酒业的经营产生冲击。

马斐认为，虽然如今餐饮渠道对白酒的影响力不如“盘中盘”时代，但白酒是一个分外讲求“场景化消费”的行业，疫情影响到用餐，也同样影响到白酒的饮用消费。无论是政务宴饮、商务宴饮还是家庭宴饮，均依赖于酒店、餐饮店这一“场景”，这一“场景”的弱化，势必冲击到白酒的消费。

此外，即便酒店、餐饮渠道的直接销售占比降低，但其作为重要展示场所的作用仍在。而包括五粮液在内的诸多名酒，依然将酒店、餐饮店作为“品鉴会”的依托，这就表明，餐饮业的低潮会对白酒业构成直接的冲击。 （杨孟涵）

红酒的保质期你要懂

□记者 张五阳


资料图片

本报讯 “我看瓶签上写了保质期10年，是不是这瓶红酒只能存放10年就不能喝了？”近日，家住市区体育路中段的市民刘先生向记者道出了他的疑惑。他最近喜欢上了喝红酒，朋友便送给他一瓶已经存放7年的红酒。无意中，他查看瓶签发现上面标注着10年保质期字样，这让他困惑不已：白酒越陈越香，红酒为啥10年就过期了？

针对刘先生的问题，记者咨询了市酒业协会秘书处外宣部秘书长顾跃峰。他告诉记者，目前对于红酒的保质期问题，常见的有两种声音：一种是红酒10年论，因为红酒的中文标签上标的保质期是10年，过了保质期就不能再饮用了；而另一种陈年酒论，红酒和白酒都一样，越陈越香，放多久都没问题。

那么到底哪个才是正确的呢？顾跃峰说，首先要弄明白，红酒保质期的概念。红酒的保质期只有我国才有，国外是没有这一说法的，这也是有些国外红酒瓶签上并没有外文标注保质期的原因。但无论国外、国内的红酒，必须要依照我国食品法，统一在瓶身上设定保质期，最终成为人们常见的“10年保质期”。其实超过10度的酒水不用标注保质期，因为几乎所有的腐败菌在该条件下都无法存活。目前我国已经放宽规定，10度以上的红酒在原则上可以不标注保质期。但是国人对食品安全的意识早已根深蒂固，没有保质期的产品不敢买。于是商家为了让红酒在市场上顺利流通，以及让消费者放心购买，就坚持标保质期。

顾跃峰说，因此保质期对于红酒而言，便成了一个概念性数字。在国外，人们更关注红酒的陈年潜力和适饮期。适饮期是指红酒最适合饮用的时期。红酒会经历上升期、成熟期、巅峰期和衰退期4个阶段，其中巅峰期的红酒口感最佳。红酒进入适饮期的快慢与适饮期持续时间的长短，取决于红酒的陈年潜力。陈年潜力越强，适饮期来得越慢，持续时间也越长。世界上绝大部分红酒在装瓶后1-2年内就会达到适饮期，而一些好年份的名庄好酒则可能需要存放20-30年方可渐入佳境。

“红酒的存放很关键，多数家庭并没有专业酒窖储存，因此红酒最好还是尽快饮用，没必要专门存放。”顾跃峰说，存放一般分成两种情况：开瓶储存和整瓶（箱）储存。红酒开瓶后，会被氧化。对于已开瓶口未饮完的红酒，可用空气抽取器抽尽瓶内气体后再贮存。瓶内红酒剩得越多，相对保存期限越长，如果剩下不到半瓶，最好两三天内喝完，开瓶后的存期最好不超过一周；整瓶（箱）储存则复杂很多，红酒需要保持恒温10℃至15℃，保持恒湿50%至75%，还需要阴暗避光、水平放置、避免摇晃震动等种种条件，因此一般无法很好保存。

顾跃峰说，随着生活水平的提高，国人对红酒的认知程度、喜好程度都得到了提升，正确储存与用餐搭配，能让红酒风味更佳。