

# 董酒陷“抗癌”风波 健康白酒概念炒作泛滥

本报记者 刘旺 孙吉正 北京报道

一直以来,白酒宣传功效性就饱受争议,而此次贵州董酒股份有限公司(以下简称“董酒”)“抗癌”之说更是引发业内热议。

11月2日,中国酒业协会、中国食品工业协会和江南大学在北京共同举办了“中国传统白酒研究重大突破”的新闻发布会。江南大

## 董酒“抗癌”惹质疑

有法律人士指出董酒借助“功效”对产品进行宣传,违反了《食品广告发布暂行规定》的相关规定。

董酒“抗癌”之说一经提出,便引得质疑之声四起。白酒营销专家蔡学飞认为,董酒此举违反了《食品广告发布暂行规定》的相关规定,重点是违背了消费者对于白酒的认知,对董酒的品牌形象将会造成消极的影响。

记者注意到,当日发布会的新闻稿上明显印有董酒的LOGO,并且在报告中多次着重强调董酒中地衣素含量为15个检测酒样中最高。不仅如此,在董酒官网也曾发布此次会议的新闻稿,在董酒京东旗舰店也曾用“董酒中有高含量脂肪类健康物质”进行宣传。

11月8日,记者登录董酒官网,发现其处于“正在维护”状态,在相关协会的官网上,与此次会议有关的文章已经被删除。

另外,记者了解到,董酒京东官方旗舰店中曾出现“11月2日在京发布重大突破:董酒中有高含量脂肪类健康物质”等相关内容,并作为店铺主页。业内有声音认为,此举有“打擦边球”的嫌疑。不过,董酒方面在回复记者采访时表

## 健康白酒亟须规范

因没有明确的细化标准,健康白酒涉嫌虚夸大宣传的事件屡见不鲜。这也加剧了行业的混乱。

相关资料显示,卷入此次“抗癌”舆论漩涡的董酒,曾是全国老八大名酒之一。但近年,董酒曾经历多次股权转让。

2004年,董酒全面停产,进行重组;2007年,董酒大股东深振业转让手中董酒68%的股权后,董酒开始恢复生产;2013年贵州董酒股份有限公司的22.22%的股份又在上海联合产权交易所网站挂牌转让。

业内有声音认为,董酒多次股权转让是因为经营不善,业绩亏损。而多次股权转让又加剧了自身管理及经营的不稳定,其品牌形象与“全国老八大名酒之一”的称号并不相符。

董酒并未公开其业绩情况,但在今年7月中旬,董酒在2017年半年度业务工作会议上提到,2017年上半年,董酒销售公司业绩较2016年同期增长44.89%。董酒方面也对记者提到,目前董酒的业绩

学副校长徐岩在会上宣称发现一项突破性研究成果——首次在国际上检测并鉴定了中国传统白酒中的非挥发性脂肪化合物地衣素,而此物质具有抗癌、抗病毒等生物活性作用。

报告同时宣称,在15个检测样本中,董酒的地衣素含量最高。不过,值得注意的是,在发布会的新闻通稿的右上角,印有董酒的LO-

GO。对于董酒有抗癌功效的说法,遭到了业内人士的广泛质疑。多位业内人士认为,董酒此举是在炒作“白酒功效性”噱头进行品牌宣传。对此,董酒方面在接受《中国经营报》记者采访时表示,“此发布会的初衷是让大家更加科学地认识中国传统白酒,脂肪类化合物地衣素是相关机构和江南大学的研究成果,董酒并未进行刻意

宣传,只是因董酒含量最高,因此造成了外界的误读和误解。”华东理工大学教授刘少伟告诉记者:“地衣素确实有利于身体健康,但具体功效目前仍处于研究阶段。当然,地衣素要想对人体健康产生功效,还要有量的要求。白酒中大部分是酒精,相比酒精来说,地衣素当然属于微量,所以喝酒肯定坏处更多。”

关于业内的质疑声,一位不愿透露姓名的法律界人士告诉记者,董酒目前的行为虽然未违反《广告法》,但是其借助“功效”对产品进行宣传,违反了《食品广告发布暂行规定》的相关规定:“普通食品、新资源食品、特殊营养食品广告不得宣传保健功能,也不得借助宣传某些成分的作用明示或者暗示其保健作用。”

白酒专家杨承平对此表示:“有研究发现白酒中含有有利于健康的物质,对于白酒行业的发展来说是好事。一是有作为千年传承的中国白酒,有必要去探究其中蕴含的对人体有利的成分;其次中国白酒本身含有的成分较多,对今后企业探寻白酒的功效也有指引的作用。”

发展稳定,连续两年均以超越行业发展速度增长。其中中国密董酒、畅享董酒等一系列产品备受线上、线下消费者青睐。

而此次“抗癌”风波对处于快速发展的董酒而言,能够产生多大影响目前尚不得而知。不过,这一事件却让“健康白酒”这一概念再次进入公众视野当中。

目前,很多酒企宣传的“健康白酒”都是以配制酒的标准去制作。有专家指出,在酒的分类上,配制酒和白酒是完全不同的品类。由于配制酒的门槛较低,所以导致很多中小企业将自己的配制酒产品宣传为“健康白酒”,并加以大力宣传,这也加剧了这一行业的乱象。

在食品安全国家标准《蒸馏酒及其配制酒》中,对配制酒有如此定义:以蒸馏酒和(或)食用酒精为酒基,加入可食用的辅料或食品添加剂,进行调配、混合或再加工制成的,已改变了其原酒基风格的饮



董酒因“抗癌”风波备受争议,在此背后,是健康白酒行业亟须规范的现象。 本报资料室/图

料酒。

董酒方面负责人向记者介绍:“董酒是蒸馏酒并非药酒,即先制曲、发酵,加热蒸馏得酒液,再储藏。董酒的配方和工艺从1983年开始受到国家保护,保密级别为‘机密’。它是古代中原文化和西南少数民族文化融合的结晶,采用130多种本草入曲,使健康价值与酒体充分融合,被称为‘传统白酒中的《黄帝内经》’。”

但蔡学飞认为,目前很多酒企尤其是中小企业,实际上以配制酒的标准去制作所谓的“健康白酒”,从某种意义上讲,将配制酒宣传为“健康白酒”,有欺诈消费者的嫌疑。

事实上,在健康酒领域,各大酒企均有布局,由此也导致健康白酒领域竞争激烈。蔡学飞认为,目前,白酒市场经过转型升级,成为了以消费者需求为导向的市场格局,众多酒企把健康类产品作为新奇的概念,以形成差异化竞争作为

# 两面针业绩持续震荡 兜售资产或为聚焦主业?

本报记者 刘旺 吴睿 北京报道

债务尚未还清,柳州两面针股份有限公司(以下简称“两面针”,600249.SZ)却再次遭遇营收下滑。近日,两面针发布2017年

## 业绩危机

10月27日,两面针发布的2017年第三季度报告显示,公司2017年1-9月实现营业收入10.77亿元,同比下降5.29%;归属于上市公司股东的净利润同比增长23.69%,但整体仍处于亏损状态,亏损金额达7035.09万元。

事实上,自2007年以来,两面针从未停止亏损。2007年公司净利润为-2700万元;而2013年至2016年,每年的净利润亏损都高达亿元以上。

在面临业绩下滑的同时,两面针之前的债务在还款上也出现了问题。10月10日晚间,两面针发布公告称,去年10月份,公司向柳州东通

第三季度报告显示,前三季度营收10.77亿元,同比下滑5.19%。同时,公司目前仍有1.5亿元债务尚未偿还,目前正在协商延期还款事宜。

为扭转不断下滑的业绩,同时

投资发展有限公司借款3亿元,于当年12月份归还一半,尚有借款余额1.5亿元于2017年10月10日到期。公司正与东通公司协商续借该款项一年。目前公司就续借事项与东通公司正在积极沟通中,尚未签订续借款合同,最终能否续借,以及续借的金额、期限、利率尚不能确定。

而两面针在此前的财报中就曾指出,2017年两面针通过贷款获得资金的难度将会逐步加大,筹措资金的成本将会增加,公司债务及利息的偿还较为紧迫。

日化行业专家冯建军认为,多元化的布局是两面针逐步陷入危机的主要原因。两面针主业牙膏业务

改善债务状况,两面针一改往日多元化战略。11月6日,两面针发布公告披露,其正与冯集团签订《股权交易合同》,拟向后者出售旗下捷康三氯蔗糖制造有限公司。

业内人士认为,两面针此举或

近几年不断下滑,但公司没有高度重视,却在尝试转型多元化发展弥补短期内的业绩低迷。而缺乏主业的持续输血能力,副业发展之路也不太顺畅,导致结果越来越糟。加上外资品牌进入中国市场,两面针的品牌竞争力受到了严重冲击。

两面针也曾在财报中指出多元化存在的风险:“公司所处产业领域均不同程度存在生产能力过剩状况,特别是在竞争性产业领域中,生产能力过剩的状况更为突出;并指出,日化产业、造纸产业、甜味剂行业和医药产业中均不同程度地存在着过度竞争和产能过剩的状况,对于公司发展规划目标

是为了改变多元化战略,重振口腔护理市场份额所做出的前期布置,但也不排除是为了追求业绩而兜售资产。”《中国经营报》记者就相关问题致电两面针并发送采访函,截至发稿前仍未收到回复。

的实现形成一定压力。”

数据显示,两面针旗下纸品公司近三年的亏损额分别为7550.72万元、1.13亿元、1.1亿元;纸业公司近三年的亏损额分别达到9059.48万元、1.28亿元、8700.85万元;两面针更为这两家公司提供了累计9.37亿元的借款。而旗下捷康三氯蔗糖制造有限公司,在经历连年亏损之后终于实现盈利,却被两面针摆上了货架。

冯建军告诉记者,从现在市场的形势来看,两面针实际上已经逐步被边缘化了,在这种情况下,两面针想要翻身,变得异常艰难。

下转 D4

# 电竞人奥争议 商业模式滞后竞技发展

本报记者 李媛 北京报道

电竞作为一项新兴运动似乎越来越“正规化”。

近日,在瑞士洛桑举行的国际奥委会(IOC)第六届峰会上,国际奥委会代表讨论电子竞技的快速发展,同意将其视为一项“运动”。而国际奥委会主席巴赫则表示:电竞将是入奥首选。此次国际奥委会将电竞入奥一事提上日程,一方面肯定了电竞作为一项运动的合法性,另一方面表明电竞通往奥运会征战的号角已经吹响。

## 身份尴尬 认知正在改变

今年的LOL(“英雄联盟”游戏)总决赛落户鸟巢,决赛期间,容纳十万人鸟巢国家体育场竟然一票难求。而7年前,这项赛事刚刚初创的时候,决赛还只是在在一个简陋的小体育馆里举行。

从2001年正式推出至今,《英雄联盟》在相当一段时间内都是中国电竞迷心中的第一宝座。而赛事运营商的拳头公司通过职业赛事和商业运作等方式,维持LOL的热度和地位。

除了电竞赛事影响力越来越大,档次越来越高,电竞的身份也在发生变化。相比2011年,现在电竞圈的整体生存环境改善了很多。尤其是

## 电竞运营 多方角逐

“目前游戏厂商仍是其中最受瞩目与最为核心的,相关赛事资源也围绕其展开。职业选手、俱乐部也依托于游戏厂商存在,而赞助商则是同赛事相连并希望通过电竞这个载体触达玩家群体,获得品牌的传播和认知。”禹唐体育执行董事李江告诉《中国经营报》记者。

在关键之道体育咨询公司创始人张庆看来,赛事作为电竞产业中最主要的一个主体,能否成功关键还是电竞本身的IP,而其开发者和拥有方是最重要的上游资源。其次,是游戏的分发方,一个一个的游戏开发出来后,需要渠道进行分销;而产业链的中游还有电竞俱乐部和电竞玩家,他们构成电竞消费的主体,此外,还有电竞赛事的运营方和推广方;在下游则有媒体,通过媒体的直播平台,电竞赛事可以获得巨大的影响力和观众群;最后的就是电竞周边产品的开发和买卖。

依靠运营、举办赛事获取收益已是电竞主要收入模式。电竞游戏收入可以说是赚钱最快的一块,也是相对成熟的一个部分。例如,腾讯运营的《英雄联盟》(穿越火线),完美世界运营的《DOTA2》,网易运营的《炉石传说:魔兽英雄传》。以腾讯为例,2011年代理《英雄联盟》,到2016年自主开发的《王者荣耀》

## 商业变现 仍是难题

“国际奥委会把电竞当作一个体育项目来认可,这是最近挺火爆的一个大事件。”张易加表示。

在张易加看来,电竞入奥或者最终被官方认可,还需要很长一段路要走。一方面,从国际组织角度,电竞行业在世界范围还没有一个认可的国际电竞组织;另外一方面,从规则角度来说,和传统体育相比,电竞的竞赛规则没有稳固下来;从运动员的选拔来说,运动员的门槛是什么,他的身份应该怎么界定,将来怎么选拔等,这些问题到目前为止还没有完全解决。

尽管电竞产业的发展风生水起,但必须面对一个很现实的问题:如何实现。艾瑞发布了《2016:中国电子竞技及游戏直播行业研究报告》预测,2017年电竞产业的规模将超过400亿元。其中电竞游戏收入仍是主要组成部分,占比高达91.5%,电竞衍生占比不到7.4%,电竞赛事收入占比仅1.1%。

相比之下,游戏收入还是占据绝对多数的收入,而赛事运营和周边产品开发的收入还是微乎其微。赛事运营和游戏直播合计在10亿元以下。李江告诉记者,电竞赛事运营还是围绕项目、俱乐部和选手展开。从纯盈利的角度而言,电竞赛事还有着较长的路要走。其商业

从2016年开始,作为资本争夺的热点领域,很多城市、互联网企业、传统企业都纷纷在电竞市场布局,各路资本和机构纷纷卷入电竞产业。一批电竞赛事也应运而生,WCA、WESG等电竞赛成为业内最吸引眼球的赛事。

然而,看似一派繁荣背后,电竞作为一项体育运动产业化发展道路还比较滞后,商业化和变现能力都大大滞后于赛事竞技的发展水平。与此同时,投入其中的大多数企业,目前还看不到盈利的前景。

随着电竞成为2020年杭州亚运会正式比赛项目,近期国际奥委会也将其视作一项“运动”,从官方层面来说,电竞也逐渐摆脱了当年“玩物丧志”的标签,而更像是一项运动。

Newzoo数据显示,2017年,全球电子竞技观众将达到3.86亿人,其中包括1.91亿电子竞技迷和1.94亿偶尔收看的观众。到2020年,电子竞技迷数量将增长50%,达到2.86亿人。易观《2017年中国移动电竞赛商业价值评估分析》显示:2017年我国电竞市场规模将达到908亿元,环比增长73.8%,移动电竞市场规模占比高达53.74%。

这两个游戏成为腾讯电竞赛业的两大基石。以《王者荣耀》职业联赛(KPL)为例,腾讯电竞打造了由电竞选手、电竞产品、电竞赛事、运营方、内容制作、明星经纪和周边产品的多环节构成的产业链。

“其实电竞跟传统体育的差别就是互联网,我们的优势就是互联网的互动做得更加出色。电竞最大的平台就是直播,直播当中有更多的互动,这都可以给我们的厂商带来一些不一样的体验。”腾讯互动娱乐电竞业务部总监张易加表示。

在战队经济方面,以LOL为例,目前许多名企、明星及其他资本在投入,例如王思聪拥有的IG战队、周杰伦旗下的J战队。这些活跃在电竞赛事上的明星战队,其经济来源除了各种赛事奖金,还有赞助收入,其本身自带的人气效应也是价值之一,比如三星战队获得2014年LOL S4总决赛冠军,以当时《英雄联盟》月活跃用户高达6700万来算,这个广告价值对三星来说就是无法估量的。

值得一提的是,2011年就加入电竞领域的王思聪,以收购CCM战队重组IG为起点,随后展开对全产业链的布局和攻占,包括创办香蕉体育和熊猫直播,以及通过普思资本投资ImbaTV、英雄互娱和网鱼网咖等公司。

模式和传统体育赛事相近,通过奖金吸引选手与俱乐部参赛,收入包括媒体版权、门票、赞助商、衍生品开发等多个方面。

难以变现主要还是因为中国电竞商业体系不完善。近两年,中国电竞游戏赛事也在增加,如WCA、CEG及LPL等观看人群越来越大,但整体上来看,中国电竞商业体系尚不完善。在李江看来,变现难主要是因为行业整体仍较为年轻,因此在系统化、专业化人才上仍有不少缺口,相关市场体系的构建也有待向传统体育的职业联赛看齐。

作为中国LOL首个世界冠军IPL5冠军队成员,草莓在行业中可谓是不折不扣的“网红”。然而只有20来岁的草莓在2014年就宣布退役,成为一名电竞解说员。这似乎是电竞行业中的一个常态,从电竞选手到电竞解说员,再到淘宝卖家、商业代言人,在转型的同时,电竞明星们似乎不得不通过“消费”过往集星的人气来获得商业变现。

事实上,从目前看来,电竞赛事本身的商业模式也并不是很清晰,例如全球最大的电竞赛事WCG,长期依靠三星这个大的赞助商维持运营,而当三星转身去关注移动端的游戏以后,不再赞助WCG,WCG就开始滑落。