

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

中国酒

引领中国酒界传媒
权威性·指导性·专业性·唯一性·信息性·服务性

今日12版

2017年6月17日 星期六 农历丁酉年 五月二十三 第131期 总第8882期

营运专线:13980606808 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 主编:王聪 责编:袁红兵 版式:黄健

国内统一刊号:CN51-0098 邮发代号:61-145,61-85

全年定价:250元 零售价:5.00元

酒道·酒界要闻
Alcohol arts



封面人物

cover person

人物名片

李福成,1954年9月1日出生。历任北京燕京啤酒集团公司党委书记、董事长,北京控股集团有限公司董事、副总经理,北京燕京啤酒股份有限公司董事长兼总经理。2015年5月7日,因到退休年龄卸任燕京啤酒集团董事长职务,继续担任燕京啤酒股份公司董事长。日前,赵晓东接替李福成,出任燕京啤酒新任掌舵人。



(图片来源:东方IC)

李福成: 一辈子 一生情 一杯酒

李福成在燕京啤酒工作三十多年,对公司发展做出了卓越贡献。作为公司带头人,李福成带领燕京人经过艰苦创业,使公司从一个不足一万吨的小型地方啤酒厂发展成为中国最大的啤酒企业集团之一。

在李福成的带领下,燕京啤酒已成为

全国最知名、最具影响力的品牌之一,并进入全球啤酒行业排名第八名。“2016年中国500最具价值品牌”榜单显示,“燕京”品牌价值达882.75亿元,位居2016年“中国500最具价值品牌”排行榜第42位。

资料显示,进入燕京啤酒后,为了与众

多竞争对手区隔,李福成于1987年瞄准国际上非常流行而国内却依然空白的清爽型啤酒作为产品突破方向;1989年,他又打破计划经济的包销模式,采取合同方式进行销售,开拓市场化销售。

为了做大做强,李福成带领燕京啤酒

谋求进入资本市场,并于1997年成功A股上市。

在燕京啤酒不断发展壮大过程中,李福成坚持认为,自己的人才、技术和管理优势都集中在啤酒领域,“要一心一意做大做强主业,不能见异思迁。”

(郑晚)



酒业周刊 | Wine weekly

四川省经信委主任 推进川酒进酒吧

作为知名的要都,玉林路,九眼桥,成都的酒吧越来越多了,但是喝的却是洋酒。外国友人来成都,想品尝下中国的伏特加,却难寻寻觅觅。

近日,四川省经信委主任陈新有表示,以白酒作为基酒,积极进入酒吧,四川已经出现了。部分企业相应地推进了低度酒,起泡酒的发展,对白酒企业转型发展提供了一个方向。去年,支持国际调酒师协会落户成都,开展相关培训和比赛。他为川酒打“广告”,希望大家进酒吧,可以多多支持四川白酒品牌。

(张想玲 殷航 杨力)

湖南省 661 家酒企 加入溯源平台

近日,湖南省酒类流通监管和溯源系统推广应用会在常德召开。溯源平台是将生产企业、流通企业、零售终端等生产经营主体的企业信息(包括执照、许可、负责人、联系方式等)自助上传进行注册,构成一个全行业生产、经营、消费、监管全过程的行业管理服务地图。

目前,全省已有包括德山酒、武陵酒、酒鬼酒、邵阳大曲、八百里、好味园等湘酒企业的661家酒类生产经营企业注册登记进入溯源平台,其中生产企业33家,经营企业628家。

(丁鹏志 郑应平)

泸州产白酒 出口科特迪瓦

近日,四川泸州老窖股份有限公司生产的一批重1.4吨,货值4.3万美元的白酒顺利出口科特迪瓦,也是泸州产白酒出口的第38个国家(地区)。

同时,泸州检验检疫局积极服务国家“一带一路”倡议,发挥检验检疫职能优势,采取多项措施积极帮扶企业出口,确保产品质量安全。

(刘虎威)

甘肃葡萄酒产业 将亮相第十八届青洽会

6月13日,记者从甘肃省经管局获悉,以“开放合作·绿色发展”为主题的第十八届中国·青海绿色发展投资贸易洽谈会将于6月20日—23日在西宁市举办。

按照“一会一主题”的要求,甘肃省经济合作局和省酒类商品管理局将组织省内葡萄酒生产、销售及相关企业参展参展,利用180平方米的甘肃展位,特装宣传葡萄酒企业形象、展示葡萄酒及相关产品。除此之外,甘肃代表团还将于6月20日下午举办“中国·河西走廊有机葡萄酒品鉴推介会”,进一步宣传甘肃葡萄酒产业。

(刘琼)

金徽酒荣获 “2016年度省长金融奖”

6月13日,甘肃省人民政府举行“2016年度省长金融奖表彰大会暨全省金融工作会议”,会上对2016年支持全省经济发展贡献突出的金徽酒等单位进行了表彰奖励。

在企业发展方面,金徽酒上市一年多来取得了不凡的业绩。2016年度实现营业收入12.77亿元,较上年增长8.02%,实现净利润2.22亿元,同比增长33.81%,今年第一季度实现营业收入4.62亿元,较上年增长3.89%,实现净利润1.14亿元,同比增长23.01%。(吴铭)

酒类电商:赚钱还是烧钱?

■ 朱金中

近期,著名酒类电商酒仙网突然发布公告称,申请在新三板终止挂牌。作为新三板酒类电商市值第一的企业,酒仙网下一步何去何从?是否真的如传闻中所料转战A股?但业内人士认为,就目前资质来看,酒仙网转板有诸多困难。

众所周知,电商向来是个烧钱的领域。从酒仙网的退市再到如今酒仙网摘牌,不论是离开的还是仍在坚持的,对酒类电商来说,始终无法回避的一个问题就是:盈利。资本的输入、畅通的平台,和传统酒业对接是否出现了错位?酒类电商的出路究竟在何方呢?

酒类电商盈利为何这样难?

据大河报报道,目前酒类垂直电商有两大模式:第一种是自上而下,即从线上到线下;搭建线上获客体系,然后调用线下资源履约;第二种是自下而上,即从线下到线上:以实体店为核心搭建直达消费者的网络体系,以此为本钱与线上资源合作。第一种模式的代表是酒仙网,第二种模式的代表是1919、酒便利。虎嗅研究总监李彤认为,这两种模式并无高低之分,追求的都是更快的规模扩张、更高的市场份额。酒厂不管垂直电商采用什么模式,谁出货量谁就有话语权。

从市场实操来看,酒类电商面临一个尴尬局面:销量总能给人惊喜,但利润给人惊吓。为什么酒类电商能叫来好,叫不来钱呢?

“酒类电商其实忽略了一个根本问题:就是酒厂和你合作,你能给人家带来什么好处?”长期研究互联网酒业发展的牛恩坤提出一个新观点,酒业是一个非常传统的行业,几十年来,很多酒企都有自己的经销商队伍,线下销售有保障;很多酒企也建立了自己网店,线上也销售,那传统酒企和酒类电商合作,究竟能带来哪些好处呢?

就酒业市场而言,真正起到决定因素的,还是各个酒企的大单品。这些大单品最大优势就是销量有保障。从我们的立场来说,是不太



情愿和电商合作的。他们网上卖,我们线下卖,但他们主要是把大单品拿来当敲门砖。一位知名酒企的经销商说,“每逢什么‘情人节’‘双十一’,电商会把茅台、五粮液等销量好的大单品拿来搞活动,动辄秒杀价、低价,主要是为了拉动网站其他酒水的销量。”这位经销商说,低价销售让酒厂很反感,有时候可能还涉及窜货问题,所以很多酒企对酒类电商是敬而远之。

酒业营销专家马金全认为,对于酒类电商来说,大酒企处于强势地位,尤其是畅销大单品,自有传统销售团队。一些酒类电商的低价促销,往往会打乱酒企的销售价格体系,双方合作难免摩擦不断。

和酒企有过冲突之后,一些酒类电商一方面发掘非知名酒水品牌,另一方面和酒企合作开发新酒,比如酒仙网曾与五粮液联手打造的“密鉴”,与古井贡合作推出的“桃花春曲”,但从目前来看,效果不甚理想。

“酒业毕竟是一个传统型很强的行业,厂家都要控制价格,尤其是大单品。酒水又是一个很独特的品类,既有自身的文化属性,也有最流行的粉丝经济,差不多每种酒都会有自己的粉丝。电商新开发的新产品,客户又不熟悉,酒水消费者的饮酒习惯是需要培养、需要积淀的。”北京正一堂战略咨询机构董事长杨光分析说。

酒类电商出路在何方?

众所周知,电商向来是个烧钱的领域。近年来,国内酒类垂直电商平台迅速崛起,各平台激战正酣;但高速扩张的背后是疯狂烧钱、巨额亏损的窘境,整个行业长期处于盈利艰难



的环境下。不管是退市的酒仙网、酒仙网,还是仍在坚持的1919、酒便利等,酒类电商真的是前景黯淡吗?专家的回答基本是否定的。

“根据我的观察,现在互联网+是大势所趋,这是不可抗拒的。”河南省酒业协会秘书长蒋辉认为,酒类电商代表着一种趋势,道路肯定会有曲折的,但现在还处于摸索阶段,未来的成功就在于现在的坚持,“比的就是时间和耐力。”但蒋辉也认为,从目前酒类电商遭受的挫折来看,不适应的模式肯定要改变。

“酒类电商,得认识到自己是一家互联网企业,而不仅仅是酒类销售企业。”杨光提出了自己的建议,就拿酒仙网来说,应该充分把会员系统的优势挖掘出来,这几千万会员进行整理、突破,通过大数据驱动,提高、加深会员服务,人的服务黏性提高了,盈利点就凸显了。未来,酒类电商应该更加互联网化而不是电商化。

酒业研究专家欧阳千里认为:“电商的优势就在于敢于创新、勇于创新,从B2C、O2O、C2B到直播、微商等,只要是新风口,只要有新需求,只要能盈利,酒类电商就抽出部分精力去尝试,只要盈利,就能延长盈利的生命周期,同时寻找下一个风口,下一个新需求,无他,除了规模,唯有盈利论英雄。”

“酒企是一个非常传统的行业,讲究特色化生存,酒类电商也应该意识到这一点。”亮剑咨询公司董事长牛恩坤认为,未来,只有通过商业模式的转型和创新,打造完整的消费者生态系统消费圈,才能吸引传统酒企的深度合作,才能吸引消费者,实现效率型的指数增长,才能领跑酒类电商下半场。



“中国第一酒镇”——贵州仁怀茅台镇。(资料图片)

“酒+N”模式 促仁怀产业融合发展

■ 赵林

茅台镇集地理环境独特、盐运文化厚重、长征文化灿烂、酒文化神秘等多种优势于一体,成为多种旅游业态并喷发展的核心示范,助力仁怀市全域旅游全面发展。

据贵州日报报道,“全市旅游大发展得益于市委、市政府对全市旅游产业发展的精心规划,科学布局,推动了酒+工业、农业、文旅、商旅、城旅等旅游业态融合发展。”仁怀市副市长胡杰说。通过深入挖掘酒文化、长征文化、盐运文化和地方民俗文化内涵,以“酒+旅游”为特色打造了一大批景区景点。

多年来,仁怀市通过对茅台酒文化的深度挖掘,先后引进了今日景艺·东升农场、草木年华·国坛酒庄、黔台酒庄、久久坊·酒文化创意园等旅游景区的开发企业,支持茅台集团及地方工商资本投入旅游开发,目前,酒+文化的旅游业态已经较为完备。

茅台镇已建成茅台1915庆典广场、杨柳湾、跃进古街、西山观景台、四渡赤水纪念馆、“云上酱香”茅台酱酒文化暨电子商务体验馆、戏楼、红军四渡赤水纪念馆景区、“慢悠茅台”河滨路步行街区、“五味茅台”长征路步行街区、茅台数字化水舞秀等旅游观光景点。

在酒+红色旅游方面,仁怀市精心打造的四渡赤水纪念馆被列入全国30条红色旅游精品线路和全国100个红色旅游经典景区中的重点景区。红军四渡赤水纪念碑和茅台渡口纪念碑也被纳入国家重点文物保护单位。

随着大众旅游时代的到来,仁怀市还在酒+农业旅游、酒+生态旅游、酒+文化体验等方面进行了有益探索,并呈现出了酒+N多业态融合发展、齐头并进的良好态势。

周末假日,赏茶摘果品美酒,游山玩水寻诗意,已经成为仁怀市酒+农业旅游、酒+生态旅游的主要形式。五马东升农场、坛厂神采八卦园、苍龙草木年华、长岗生态畜牧产业园区等现代农业示范园区,都成为游客的好去处。

遵义市旅游发展委员会主任钱世蓉表示,“酒+N”模式促产业融合发展的核心示范作用,仁怀市作为世界名酒文化旅游带建设核心区,在精准旅游项目建设创新方面,酒+酒文化及酒+N种旅游业态融合发展的成功实践,将推动世界名酒文化旅游带建设品质提升。

实现线上线下融合

找链酒科技

区域代理商招募中

联系人: 郭先生
联系电话: 13241123699
企业电话: 400-6368-919
邮箱: nayafeng@lianjue.com
北京市中关村科技园科创大厦1号

佳池股份
GARTCHEE
中国白兰地文化推动者

股份代码: 880051

400-090-8939

www.gartchee.com

中国酒周刊 设立信息采集中心 邀请书

为了进一步拓展信息采集渠道,聚集、整合有效资源,形成报企联动的快速机制,本刊决定:在全国各地设立信息采集中心(站),业务范围包括信息采集、运营代理、征订发行等。

凡有意承担设立“中国酒周刊信息采集中心”重任的有志之士,请将个人简历和联系电话等信息,发至邮箱3086645109@qq.com,具体商谈工作流程和相关待遇。

邀请热线:13980606808