

# 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24日 星期六 农历丁酉年 六月初一 第137期 总第8888期

国内统一刊号:CN51-0098 邮发代号:61-145,61-85

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

全年定价:250元 零售价:5.00元

A 酒道·酒界要闻  
Alcohol arts封面人物  
cover person

| 人物名片 |

秦本平，生于1963年10月。1985年参加工作，先后任铁道部宝鸡桥梁厂一分厂基建科长、工程师，宝鸡市绿园房地产开发公司总经理，中铁宝桥天元实业发展有限公司副总经理，中铁宝桥天元实业发展有限公司总经理、副董事长、党委副书记。2013年3月起，任陕西西凤酒厂集团有限公司、陕西西凤酒股份有限公司董事长、党委书记。



## 秦本平： 做强做大 西凤事业

自前任领导徐可强由于身体及年龄原因离任总经理以来，西凤酒股份有限公司董事长秦本平就开始身兼二职。这位从央企下属公司转身而来的掌舵人，行事低调又不至于果断，深耕白酒行业数年后，治理思路亦逐渐成型。

截至2016年，西凤酒品牌价值为605.08亿元，位居白酒行业品牌价值排行榜第4位，并多次入选“中国品牌价值500强”和“中国500最具价值品牌”榜单。最新出炉的财务数据显示，今年1-4月，西凤酒营收实现了较大增长，销售收入、利税总额分别同比增长48.51%和99.65%。

对于西凤酒目前的产品线现状，西凤

酒董事长、总经理秦本平坦承：“在酒企当中，西凤酒产品的同质化是最严重的，问题已经存在，接下来我们要做的就是逐步弱化同质化，最终消除同质化。”他表示，西凤酒将围绕战略核心产品，让产品线更加科学和清晰。

秦本平在一次会议上对记者表示，西

凤酒经过多年的发展和积淀，已经形成了自己独特的产品风格和广大的消费群体。他表示，“西凤酒的经销商有着灵活的经营机制和强大的分销能力。在此基础上，我们正在探索与经销商构建共享资源平台，加强销售渠道的融合，弱化同质化竞争，实现错位竞争，做强做大西凤事业。”（曹桢）



酒业周刊 | Wine weekly

## 葡萄酒酒庄联盟(扩大)会议成功召开

6月21日，中国酒业协会葡萄酒酒庄联盟(扩大)会议在宁夏召开。本次会议由中国酒业协会葡萄酒分会主办，银川葡萄酒与葡萄酒协会承办。首批拟使用葡萄酒酒庄联盟证明商标的16家企业代表和相关追溯标识制造企业的代表参加。

第一批葡萄酒酒庄证明商标标识申请和审核工作已初步完成，中国酒业协会葡萄酒分会为进一步落实葡萄酒酒庄证明商标标识及葡萄酒酒庄联盟的后续工作，特举办此次会议。本次会议就葡萄酒酒庄证明商标标识事宜、葡萄酒酒庄宣传与推广方案及《葡萄酒酒庄证明商标使用管理规则》及相关文件修订、葡萄酒生产记录及追溯体系建立与完善等若干事宜进行讨论。（宁新）

## 熊猫文化主题白酒在雅安推出

6月18日，四川省大熊猫生态与文化建设促进会2017上半年工作总结会在雅安市名山区举行。会上，促进会向四川蒙顶酒业有限公司颁发了融合基地牌，决定共同开展以熊猫文化和酒文化融为一体的公益项目。

据蒙顶山酒业有限公司相关负责人介绍，本次推出的此款酒类产品，还将在下一步的销售中实行一个公益方案：每销售一瓶，将会捐出两元钱，用作大熊猫相关研究和保护的公益基金。对此，促进会会长罗光泽告诉记者：“本次与企业的合作，是促进会积极探索熊猫文化与特色产业融合发展的结果，而在过程中体现的公益性，将为下一步熊猫文化产业发展提供新的思路。”（王建明 杨路铭）

## 新瓶装新酒 新品拓新路

■ 周显彬

电视剧《欢乐颂2》带火了悠蜜，《三生三世十里桃花》点燃了桃花醉，两款“爆品”在打开新市场的同时，也为整个行业描绘出了一个潜力巨大的客群画像——女性消费者。低度化、年轻化一直是白酒创新的战略方向，随着桃花醉、悠蜜甚至冰爆、白麓等产品的出现，白酒创新的战术思路也渐渐清晰，中国白酒进入了以新品类开发为导向的创新加速期。

### 品牌背书 创新类产品方兴未艾

据四川日报报道，“味道不错哦，特别是包装太走心了。”“好看，超级好看，为了瓶子而来”……近日，随着天猫、京东等电商平台年中大促对攻，几款白酒创新产品收获满满的点赞。泸州老窖开发的桃花醉和茅台品牌背书的悠蜜被评论刷屏。

“白酒年轻化以及创新的步伐越来越快。”正一堂战略咨询公司副总经理邵伶俐这样告诉记者。据了解，随着包括五粮液、泸州老窖、茅台在内的一线白酒企业的强势加入，中国白酒的“创新市场”的发展正越来越快。

“去年推出冰爆主攻夜场，我们今年旗舰产品是白麓系列，主要占领年轻新生代消费市场。”五粮液集团仙林果酒有限责任公司总经理林红深刻感受到市场发展的速度。而在2000公里之外的苏州，一辆由上世纪五十年代面包车改装的移动小酒馆出现在街头，有人为喝上它一杯酒，排了一整天。6月17日，这个“世上只存在一天”的江小白小酒馆开始了自己的“环游中国”旅程，一路吸粉。

行业发展与需求迎面相撞，激发出强烈的市场反响。但是在邵伶俐看来，在如此快节奏的变化中能够脱颖而出的创新产品，最根本的原因还是强大的品牌背书——成功之前的试错成本，不是所有企业都能承担的。



### 开拓蓝海 在空白市场中寻找机会

冰爆向着夜场酒的市场稳步推动，桃花醉在低度白酒市场进行突破，悠蜜在利口酒领域拔得头筹。蹄声渐疾的新生代创新酒品被寄予很大的期望。

“悠蜜今年的销售额有可能达到3亿-5亿元的规模，”作为产品的幕后推手之一，邵伶俐表达出充分的信心。

仙林果酒很快就会在京东、唯品会这类电商大平台搭建旗舰店，从目前的数十款果酒、露酒中，细分出不同的产品组合。五粮液集团仙林果酒有限责任公司对标的增长指数是国际果露酒知名品牌的发展，并且达到了每年增长率不低于两位数的。

泸州老窖桃花醉也将打破创新类酒品“只有线上的”常规玩法，推动“落地生根”。“即将在北京、上海、广州、深圳、成都、泸州、长沙等城市尝试线下渠道的拓展。”该公司相关负责人表示。

相对于全球的酒精类饮品的品类来说，中国市场目前的产品品类还比较单薄。“利口酒、预调酒、鸡尾酒、低度白酒、果酒……这些细分品类都还有非常大的空白。”行业营销专

家方刚这样表示。空白，预示着机会，也代表着困难。最好的态度就是以“敢为天下先”的气势出击。

### 规模突破 应对“成长的烦恼”

“目前这些产品都是品类创新，产品发展的市场空间有限。”业内人士凌峰认为几十亿元的规模已经接近极限。对比中国白酒目前6000亿的市场规模，这些创新产品在绝对值上似乎都并不值得激动。

对于这样的“极理论”，也有不同的观点。“桃花醉最开始的目标客群是女性，后来逐渐发展到男女共饮场景，再后来就囊括了所有的年轻人。”泸州老窖桃花醉产品的相关负责人确信，市场是可以培育的。“我们在品类上聚焦，在产品上不断延伸。”

方正证券食品饮料行业首席分析师薛玉虎认为，“中国酒类消费对于品类的需求是比较饥渴的，未来，新的品类会不断出现。通过品类细分尽可能地扩大总体规模是一种战略。”

从行业数据分析，未来5年创新型白酒和新生代酒型饮料消费市场将进入行业发展的爆发期。



## 高端白酒销售 陷入“两难”境地

■ 王鹏洪

高端白酒的销售情况在2017年可谓是一路飙升，然而在市场旺销背后，经销商们却陷入了“两难”。一边是白酒好卖，可以获得更多利润，另一边却是产品卖完后无货可卖。价格上涨、产品缺货成为当下高端白酒市场的真实写照，而最受益的当属高端白酒企业。

### 高端酒缺货成常态

据济南日报报道，自2012年限制三公消费开始，白酒行业由十年黄金期转入了下行通道，在经过近三年的调整之后，2015年开始优质企业业绩向好。进入2017年，中国酒业加速向上，这一次的回暖与以往主要依靠公务消费不同，其主要动力来源于消费升级所带来的集中度提升和高端需求增长。

其中，以茅台、五粮液、泸州老窖等为代表的一线酒企业绩保持高速增长。从市场上来看，以五粮液、贵州茅台为代表的高端酒在市场上的销售十分火爆，经销商库存可以用“零”或极少来形容，“断货”成为经销商们的家常便饭。

据五粮液华东营销中心的数据显示，目前，华东地区已经完成2017年年度规划的60%以上。而五粮液华南营销中心则表示，华南力争到2020年五粮液及系列酒品牌实现40亿元销售目标。同样，贵州茅台酒紧俏已经不是新鲜话题，在“无货可供”的背景下，53度飞天茅台酒的价格也一路飙升，为此，贵州茅台不得不出台控价政策，对于扰乱市场价格的经销商进行处罚。

### 下半年延续旺销势头

随着消费能力的提升和消费者品牌意识的增强，白酒行业的集中度将进一步提升，而拥有优质品牌和产品的中高端白酒将成为最大的受益者。

在白酒行业内，53度飞天茅台和五粮液以及国窖1573是消费者普遍认可的高端品牌，而本轮白酒市场回暖的主要动力，也来自于这几大产品的量价齐升。

有业内人士在接受采访时表示，五粮液的经销商出现“断货”是因为它们卖的价格太低了，所以提前卖完了。厂家所做的一切除了保证产品持续健康发展外，也会让经销商有钱可赚，只要五粮液坚持目前的策略，下半年经销商也一定会有20%的利润空间，意味着五粮液的批发价接近千元左右，而在这样的势头下，势必造成五粮液下半年旺销的局面。

实现线上线下融合

找链酒科技

佳池股份  
GARTCHEE  
中国白兰地文化推动者

股份代码:880051  
**www.gartchee.com**

免费400服务热线  
**400-090-8939**

邀请热线: **13980606808**

## 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。

凡有意愿担任“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**