

# 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11月18日 星期六 农历丁酉年 十月初一 第257期 总第9008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

A 酒道·酒界要闻  
Alcohol arts



人物名片

陶石泉,江小白酒业创始人、董事长兼CEO。2011年,创立“江小白”,打造了定位于新青年群体的青春型小酒品牌。曾获得过“中国酒业年度人物”等荣誉。

陶石泉崇尚简单生活,极具反叛精神。他将文艺青年的态度作为塑造江小白品牌形象的基调,江小白部分文案也是出自他本人之手。

陶石泉认为,在开拓市场时,轻易不去咬一个新市场,但一旦咬下去会坚持很长的时间。同时,在过程中,无论遇到多大

## 陶石泉: 江小白坚持小众 拒绝大规模增长

的困难,都咬住不放,让客户和员工明白无误地了解这种懂得坚持、咬住不放的特性。

江小白从创立之初就立足于将白酒产业年轻化,将受众集中于年轻群体。无论是江小白写给客户《致我们情绪的青春》微电影、歌曲MV的拍摄,还是产品语录瓶、表达瓶的更迭,都在围绕青春主题进行,品牌力

主与消费者的交流与沟通,在回馈中不断进行创新,从江小白与大众的诚心交流出发,与其说做酒,不如说是在做用户体验,从品牌经营理念来说,江小白一直在追随年轻群体的步伐,一直在探索年轻群体的消费思维,笃定让白酒年轻化。

最近,陶石泉表示,“不管未来光瓶酒

市场规模是1000亿还是2000亿,其实与我们关系不大。因为总的来说,短期之内我们不太想看到江小白特别大规模的增长。”对企业来说,非常重要的一件事是找到自己的位置。江小白的“位置”可以用三个词描述:一是精品化,二是小众化,三是差异化。

(吴宗)



成都一加一文化传媒有限公司  
独家运营  
热线 028-87369123  
监督电话 028-87363110  
业务邮箱:3086645109@qq.com

酒业周闻 | Wine weekly

### 全球酒业大牌 亮剑第19届中国(广州) 国际名酒展

由广州科通展览有限公司主办的“第19届中国(广州)国际名酒展”于11月12日在亚洲最大展馆——中国广州进出口商品交易会琶洲展馆C区隆重开幕。各葡萄酒产国驻穗总领事馆官员、各国商会代表、全国各地政府官员及各商协会会长、部分展商代表应邀出席,鼎力支持此次盛会。

本届展会面积达40000平方米,参展企业达到1000多家。来自全球72个葡萄酒产国的葡萄酒和国内酒类进口商与经销商齐聚一堂。全球万款美酒,3天内60多场不同主题活动,涵盖酒文化、品鉴会、行业渠道与发展等不同主题。

(姚志彬)

### 《定制酒标准(草案)》出台

近日,由中国酒业协会主办、贵州茅台集团有限公司有限责任公司承办的2017年中国酒业协会定制酒联盟年会在贵州省茅台集团国际会议中心举行。

据悉,会上,中国酒业协会定制酒联盟发布了《定制酒标准(草案)》,规定了定制酒的术语和定义、产品分类、技术要求、试验方法、检验规则、标志、包装、运输和储存等内容。(北商)

### 四川建立全省白酒产业发展联席会议制度

四川省政府近日同意建立四川省白酒产业发展联席会议制度。该制度意在协调解决全省白酒产业发展过程中面临的困难和问题,推动全省白酒产业供给侧结构性改革,加快行业结构调整和转型升级,进一步做大做强白酒产业。

全省白酒产业发展联席会议制度,主要职责是组织省直有关部门及单位调查分析白酒产业发展情况、研究制定全省白酒产业发展战略和相关政策措施、协调推动白酒产业发展过程中遇到的重大问题限时解决和承办省政府交办的其他事项等。

(沈经)

## 白酒名优品牌引领市场增长

■ 陈海宁

今年重庆秋季糖酒会上,“消费升级”俨然成为热词,不论酒厂、经销商等讨论的话题均不离此。此外,今年三季度报告数据显示,20家白酒上市公司共有16家实现营收增长,营收合计同比增长近30%,中高端产品销量同步增长。众多业内人士认为,消费升级推动白酒行业新一轮的发展,而高端白酒率先受益,引领白酒第一波增长。

### 消费升级 名优酒引领增长

近几年来,众多行业都在谈论消费升级,这俨然成为一大趋势。消费升级最直接的体现就是人们的收入增长、生活水平提高。消费需求也随之向品质、健康、产品附加价值如品牌内涵、体验等需求转变。

中高端白酒企业率先尝到消费升级的甜头。笔者查阅白酒上市公司披露的报告发现,20家上市公司共有16家实现营收增长,营业收入合计达到1251亿元,同比增长近30%,净利润合计413亿元,同比增长36.53%。其中,中高端产品销量逐获增长。

在中国酒业商业领袖50人论坛2017年度峰会上,五粮液股份有限公司副总经理朱忠玉表示,名优白酒迎来春天,大量的中低价位产品,竞争仍然非常惨烈。业内人士分析,国内白酒行业将分层拉升,最先进行复苏的是茅台、五粮液等高端、超高端产品。而次高端、中端产品,全国二三线及区域龙头品牌将迎来一个缓慢增长的过程,未来消费者的选择一定会聚集到主流品牌的主流产品。

### 一线品牌“瘦身”聚焦大单品

白酒单品众多,然而能占据消费者心智的屈指可数。尤其是高端品牌,过于冗杂的产品线反而会稀释核心品牌的价值。

安徽古井贡集团有限责任公司董事长梁金辉认为,有些企业一味地追求产量、规模,白酒产品多,概念多,让消费者难以选择,需要通过限产、限量、限香型等方式抓好白酒行业的顶层设计,慎用概念混淆香型,引导白酒行业走向集约化生产,减少资源浪费。

白酒行业产能过剩问题有多严重?梁金辉告诉笔者一组数据:2016年中国白酒产量



达到1358万千升,2017年上半年达到782.8万千升,同比增长6.6%。他估算,国内白酒的消费能力实际上只有1000万千升左右,白酒在整体上仍然处于产能过剩的状态。

一众高端白酒品牌正在精简产品线,逐步从大而全向少而精进行过渡。事实上,白酒企业早已刮起了“瘦身”风。今年7月,五粮液对于旗下18个系列酒品牌进行集中清退;9月,茅台对产品线继续进行“瘦身”策略,由原来的214个品牌、2389款产品缩减至59个品牌,406款产品。此外,泸州老窖从2015年便推出大单品战略。

### 白酒品牌要会讲故事

在“G50”峰会上,五粮液、洋河、泸州老窖、西凤、古井贡酒等企业掌门人纷纷谈及“品牌”与“故事”。过去,白酒企业埋头苦“炼”好产品,如今,在消费升级的大背景下,随着对品牌价值塑造越来越重视,白酒企业也开始“讲故事”。

许多具有一定购买力人群在消费酒水产品时,除了注重产品的功能与品质外,也更愿意为产品的附加价值买单,即品牌价值、文化内涵等。塑造品牌,就是讲故事,通过故事向消费者传递品牌的理念。

江苏洋河酒厂股份有限公司董事长王耀认为,很多消费者对白酒认识还比较模糊,所以要不遗余力讲出真实的动人好故事,让消费者在享受美酒的同时,更能领略到蕴藏深厚的白酒文化,体会到它的独特消费价值。

### 白酒消费回归理性

白酒疯狂增长的时代已经过去,消费回归大众,消费者也从追求价格过度到追求品质,从追求齐全过度到追求体验,满足消费者更高层次的需求。

酒企要捕获大众消费者的心思,就得从产品研发、传播乃至销售路径中,以消费者为中心,以消费者的感受为导向。朱忠玉认为,随着互联网信息化的快速发展,为每一个企业建立真正的消费者为中心的服务体系和营销体系,提供了可能。企业、经销商与终端一起以消费者为中心,来制造产品,提供优质服务,与消费者建立互动和沟通。

### 相关链接

#### 中国酒业“G50”年度峰会 在重庆召开

近日,2017中国酒业商业领袖50人论坛2017年度峰会在重庆召开。本次“G50”论坛大腕云集,来自中国酒类流通协会以及经济学家、企业代表等近百人参加了本次峰会。

由中国酒类流通协会主办的“中国酒业商业领袖50人论坛”(简称“G50”)成立于2016年9月,“G50”论坛由酒类生产领域和流通领域的50家核心企业创建组成,是酒行业最顶端的商业领袖组织,经过一年多的时间,已经成为酒业商业领袖企业开放、互助、合作、创新的重要平台。

实现线上线下融合

找链酒科技

链酒

股票代码:838713.OC

区域代理商招募中

联系人:那先生

联系电话:13241123699

企业电话:400-6368-919

邮箱:nayafeng@lanjutech.com

北京市中关村科技园科创东六街1号



佳池股份

GARTCHEE

中国白兰地文化推动者

股票代码:880051



免费400服务热线

400-090-8939

www.gartchee.com

### 中国酒周刊 设立信息采集中心 邀请函

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