

# 企业家日报

## ENTREPRENEURS' DAILY

中国酒报

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25日 星期六 农历丁酉年 十月初八 第263期 总第9014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

### 人物名片

蔡友平,1957年出生,福建石狮人。1988年创办泉州市闽祥渔业开发有限公司(后为万祥集团),2007年并购重组董酒,2008年兼任贵州董酒股份有限公司董事长。



(资料图片)

## 蔡友平：董酒续写传奇再出发

未来,董酒将进入一个全新的发展阶段,将从设施、技术的升级,人才的培养、配套设置的建设、全国销售布局等角度,科学规划今后四十年的发展目标和实现路径,实现跨越式的发展,将形成以白酒板块和健康产业为主的两大支柱产业,力争实现两大产业历史突破。

在庆典活动中,蔡友平回顾了董酒的60年历程。蔡友平强调,“虽然在上世纪末,董酒因种种问题一度陷入发展的困境。但天降大任于董酒,唯有历经岁月洗礼方能世间精粹。60年的振兴路上董酒历经沧桑,后一个甲子,董酒将再续华章续写新篇。”

在提及未来40年的宏大目标时,蔡友

平又鼓励董酒人:董酒全体员工必须同心协力,依靠省市三级政府关心支持,依靠全体热爱董酒事业的员工和社会各界董酒粉丝的智慧和力量,接好董酒事业发展薪火相传的“接力棒”。并表示要力争在2057年董酒公司庆祝建厂百年时实现千亿级的目标。

(吴宗)



酒业周刊 | Wine weekly

### 青青稞酒增资中酒云图加码大数据

“大数据”引领白酒由传统走向现代化营销,青青稞酒也希望借此拓展自身业务范围。11月22日晚间,青青稞酒发布公告指出,已同意孙公司中酒云图接受青青稞酒控股公司宁波中酒云图及追远创投以现金增资,购买中酒云图的42.8571%股权。本次增资后,中酒云图注册资本由500万元增加至875万元。

青青稞酒在公告中指出,本次交易是为了优化中酒云图股权结构,拓展中酒云图融资渠道,短期内不会对公司财务状况和经营业绩造成重大影响。

(刘一博 李永梅)

### 25款酒品获2017中国精酿啤酒大奖

近日,CCBA2017中国精酿啤酒大奖参赛结果揭晓,来自全国23家精酿品牌的25款酒品在各项分类评比中获奖,总冠军奖由问山麦酒酿造的烈性艾尔酒摘得。

CCBA中国精酿啤酒大奖由阿尔格(北京)科技有限公司于2016年发起,致力于通过高端赛事打造精酿行业交流、竞技的平台,促进商业精酿行业发展。大赛共收到全国104家精酿品牌的近400款精酿作品参赛,由来自中国、英国、美国、新加坡等的27名精酿专家组成专业评审团队,采用美国啤酒酒师资格认证协会授权的中文版啤酒评分体系进行评审。

(郭铁)

### 金徽酒拟参与设立消费金融公司

日前,金徽酒股份有限公司(以下简称“金徽酒”)发布公告称,公司拟与甘肃银行股份有限公司、广东奥马电器股份有限公司共同出资设立消费金融公司,该公司命名为“陇银消费金融股份有限公司”。公告显示,金徽酒计划以自有资金出资1200万元,占总出资款的4%。

(中财)

### 赛妮娅酒庄发布2015年份佳酿

近日,智利顶级葡萄酒品牌赛妮娅举办成立21周年庆典,并发布最新款佳酿——赛妮娅2015年份酒。

自9月11日以来,通过波尔多酒商网络,这款酒的品质迅速被国际主流葡萄酒评论家冠以智利最高品质葡萄酒的称号。世界权威酒评家詹姆斯·萨克林在其今年5月发布的年度《智利葡萄酒报告》中将赛妮娅2015年份酒评为100分满分酒。赛妮娅根据气候特点进行葡萄采摘,这是使得酒的口味保持经典的优雅感与新鲜感的关键。

(北晨)

### 皇台拟推文化酒救市

甘肃皇台酒业股份有限公司(以下简称“皇台酒业”)在资产重组期间签订新约,拟借力打造文化酒遏制业绩颓势。11月22日,皇台酒业发布公告称,该公司与高诚企业发展集团有限公司(以下简称“高诚集团”)基于双方资源、业务的互补性和国内白酒市场的快速复苏,双方就合作研发、生产、销售皇台文化、收藏和消费类白酒签订战略合作协议。

据了解,高诚集团是酒类市场整合营销方案提供商。其业务板块涵盖创意经济、酒类市场渠道建设、高端文化、收藏酒的经销和产业投资等领域。对于此次合作目标,公告指出,借助“一带一路”,白酒复苏和新商业新零售的机遇,皇台酒业将依托地方政府,深度挖掘古凉州、皇台酒的历史文化,推出皇台文化酒,实现二次创业。

(北商)

## 开社区店、推“网红酒”、共树“川酒”大品牌 川酒引领“民酒”升级热潮



周显彬

11月10日,凌晨两点,高洲酒业副总经理杨易成走下了抵达成都的航班。一天前,2017年第18届布鲁塞尔国际烈性酒大赛颁奖盛典在博鳌亚洲论坛国际会议中心举行,高洲酒业获得两金一银三块奖牌。被誉为“原酒大王”的高洲,正在原酒业务之外将目光瞄准大众消费市场,并且渐渐开始有所斩获。高洲获奖,文君出山,邛酒跨界……一个又一个信号传来,“民酒”消费升级的历程中,川酒正走出一条新的道路。

### “民酒”加速升级 抢滩大众消费市场

据四川日报报道,今年以来,白酒产业的分化型复苏已成为行业的共识。“既然是由分化带来的复苏,那么每一类产品面临的情况是不同的。”有业内人士表示,“针对大众化市场的‘民酒’产品,需要用新的思路来完成消费升级,涨价并不是优先考虑的手段。”

在“民酒”消费这个庞大的市场,川酒已经开始加速布局——新的模式其实已经逐渐清晰,提质量、强规模、树品牌。

高洲酒业的选择并不是孤例。11月3日,“蛰伏”许久的四川文君酒业终于对外“发声”,旗下主攻100元/瓶-300元/瓶价格带的真藏系列新品正式上市。文君酒经营公司董事长兼总经理任斌定出“小目标”——文君酒明年计划实现业绩5亿元,到2020年争取突

破10亿元。

同一天,一场整合泸州市酒类企业的产业发展大会在当地召开。川酒集团董事长曹勇表示,这是为了实现整合中小酒企抱团出川、出海、出国的历史使命。“这意味着肩负‘振兴泸州酒业,打造泸州酒业第三极’使命的川酒集团正式开始市场化运作。”参与会议的某酒企负责人孙立祥显得非常兴奋。

因为这样的定位和川酒在行业的优势是一致的。相关数据显示,去年,四川白酒产量超400万千升,占全国近1/3。

### 从抱团出征到百舸争流 造就行业竞争力

四川省是全国规模大、地位重要的优质白酒生产基地。在中小酒企重要的大众消费市场,产区板块的抱团推介正在成为白酒行业的一种趋势。“喝好酒,选川酒”已成为川酒的整体品牌口号,也是川酒强化规模优势、扩大市场占有率的新打法。

第七届中国(贵州)国际酒类博览会上,四川70余家企业集体参展,响亮打出“川酒”大品牌。10月27日,“喝好酒·选川酒——川酒全国行”宣传推介活动走进吉林。“川酒如同一支航母舰队,‘六朵金花’等名酒是‘巡航舰’,众多二三线区域品牌就是‘驱逐舰’,协同合作才能走得更远。”四川省经济和信息化委员会总经济师黄朝阳这样表示。“川酒抱团出征,将形成更全面的竞争力。”五粮液股份有限公司相关负责人认为。

“抱团出征”意在集中展示四川省推进白酒产业供给侧结构性改革的系列成果,企业各自在“民酒”市场的百花齐放在传来好消息——

11月8日,以“承一脉,融万家”为主题的产品五粮人家举行上市发布,这是五粮系针对大众消费市场打造的大单品。川酒“黑马”沈酒集团今年专卖店的数量已经大幅增加,在四川、重庆、广东等地完成了布点。

“政府和企业的协作打开了新的局面,川酒在大众消费时代节奏掌握得非常准确。”曲成管理咨询有限公司董事长苏元辉这样评价。

### “民酒”消费新风向 川酒抢占先机再远行

力争用5—10年的时间,打造全国最大的白酒产业集团。为了完成这样的目标,曹勇正在广撒英雄帖,“在11月19日之前,只要是‘合法经营、质量过硬、遵守契约’的泸州酒类企业就可以申请加入川酒集团。”

“今年对于宜宾高洲酒业来说是一个丰收年。”高洲酒业副总经理杨易成透露,今年原酒销售业务稳步回升,自建品牌也开始有所斩获,下一步的发展也将聚焦“民酒”领域。“我们会在全国范围内开展社区门店,大力推广优质原酒零售的消费模式。”据他介绍,大展拳脚的第一站选在了广东。

在切分“民酒”消费这个大蛋糕方面,邛酒则走出了另一条深度合作的路子。近日,网红“一坛好酒”结缘邛崃“千年美酒窝”的故事被传为美谈。据邛崃市委常委、常务副市长杨竞介绍,从今年以来,邛崃白酒产业不断开启新的合作模式,此前已经先后与燃点集团推出了燃点·邛酒版,与红旗连锁共同推广全新产区概念小酒“岷一口”等创新产品。无一例外,这些产品都瞄准大众消费市场。

“好产品的诞生从自发形成阶段走到了自动创造的阶段,新一代的‘民酒’产品必然是技术和品牌叠加的结果。”中国食品工业协会白酒专业委员会秘书长马勇表示,“拥抱‘民酒’时代,川酒拥有深厚的积淀和巨大的潜力。”



### 国产葡萄酒“正面迎战”进口对手

陈琳

以长城、张裕为代表的国产葡萄酒,正通过调整产品线、发力中高端等方式,开启与进口葡萄酒的正面战。近日,国产葡萄酒长城两次下发通知文件,主题分别是全面梳理长城葡萄酒产品线、淘汰低效无效产品,全面梳理长城桑干酒庄产品线优化结构。国产葡萄酒张裕则于11月19日宣布解百纳第九代新品上市开售,并强调“性价比极具国际竞争力”。从酒企来看,作为国产葡萄酒“领队”的张裕、长城都遭遇业绩压力。张裕2017年前三季度,张裕净利润为8.16亿元,同比下滑1.04%。而2011年-2016年整体净利润也呈现下降趋势。长城葡萄酒业绩压力同样不小,公开资料显示,截至2017年6月,长城葡萄酒母公司中国食品的国内葡萄酒业务已连续30个月亏损。

酒业专家蔡学飞接受记者采访时指出,国产葡萄酒增长乏力,一是因为在整个消费升级的大趋势下,国产葡萄酒没有跟进相应的品牌高端化升级战略,依然以中低端为主要产品结构;二是整个新生代对于酒水消费多元化以后,国产葡萄酒的品牌塑造过于单一和传统;三是国外葡萄酒的大举进入。

11月15日,中粮酒业长城事业部又发布“长城产品管理字[2017]2号”《关于全面梳理长城桑干酒庄产品线优化结构的通报》,淘汰长城桑干酒庄品牌下的49个SKU,明确了未来主推四款大单品,其中之一是特别珍藏西拉干葡萄酒在未来酒庄产品结构中地位会愈加重要。这份通知提到,长城桑干酒庄是长城葡萄酒全产品系列中唯一成规模化打造的高端酒品牌。在新的市场环境下,长城桑干酒庄将通过精简产品线,树立桑干西拉等大单品,开启新的发展之路。

中国食品产业分析师朱丹蓬认为,长城作为国产葡萄酒的第二品牌,进行瘦身调整是一个战略性的举措,对于优化整个中国葡萄酒行业的秩序将起到标志性的典范作用。

尽管目前国产葡萄酒整体“不敢”进口葡萄酒,但对于国产葡萄酒的未来,多名酒业专家表示看好。海纳机构总经理吕咸述表示,葡萄酒正在成长为一个大群体、大容量、高增长、高盈利的品类,不远的几年内将是千亿级的产业。朱丹蓬认为,中国未来的葡萄酒市场向好,如果国产葡萄酒能在食安、品牌、品质、性价比等方面与新生代对葡萄酒的需求相匹配,还是有一定的发展空间。

实现线上线下融合

找 链酒科技

链酒

股票代码:838713.00C

区域代理商招募中

联系人:廖先生

联系电话:13241123699

企业电话:400-6368-919

邮箱:nayafeng@lianjiutech.com

北京市中关村科技园科创六街1号

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

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