

砥砺前行 把握机遇 辽酒在行动

过去的2017年,白酒产业靓点不少,是行业新的转折点。“行业回暖”尽管有争议,但这一年企业的复苏、产业反弹,让人毋庸置疑。

东北白酒作为行业内重要的一个板块,在近几年的深度调整中,虽然面临诸多困境,但也是机遇和挑战并存。

辽宁省白酒在东北白酒中有着举足轻重的地位,在行业新的转折点,辽酒会怎样把握机遇、迎接挑战、引领着东北白酒砥砺前行?

■ 金峰

宣扬辽酒成共识

近年来,辽宁白酒与全国白酒行业的发展差距不断拉大。从白酒产量在全国的排名看:1949年,辽宁白酒产量2.59万吨,属于全国生产白酒重要省份;2005年总产量26万千升,全国排第四,占全国产量的7.5%;2015年,全国排名第10位,产量46万千升,占全国产量3.5%;2016年辽宁省白酒年产量8.28万千升,跌出前十,产量已不在大省行列。

从时间节点上讲,2016年对辽宁白酒的打击很大。“穷”则思变,辽宁白酒人意识到要转变观念、整理思路,从而跟上时代发展的潮流,跟上中国白酒发展的节奏。

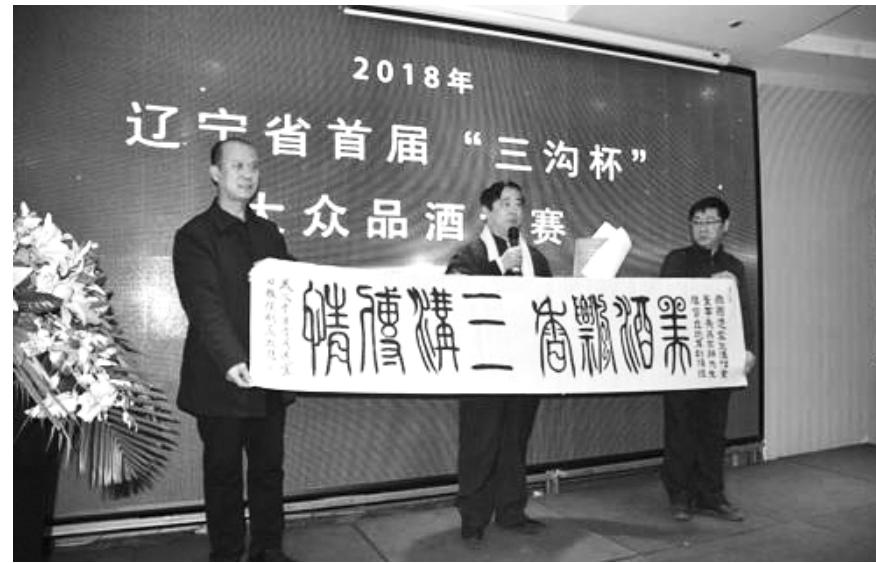
辽宁白酒如何尽快实现健康发展?辽宁省白酒协会会长王贵玉认为,首先是“请进来、走出去”。辽酒要把能量大、传播力强的活动请进来、把能人请进来,然后辽酒人再走出去学习,要走出去须企业“一把手”先走出去,只有这样才能了解自己的短板,才能宣传辽宁、宣传产品。

其次是重视资本市场。辽酒资本市场发展慢一些,但重构、整合、并购正在进行中,将来会出现结构性变化。

再次是创新。产品、工艺、装备、营销创新,从而适应新市场需求。

最后是抱团“吆喝”起来。让外人知道有你的企业、你的产品,产品“吆喝”很重要,经常搞些活动,就是推销产品,就是最好的广告。辽宁缺少有影响力、有特色的活动,缺少与行业组织、业内专家及地方政府的互动交流。

辽宁省白酒工业协会秘书长刘立新表示,辽酒要多做活动、做好宣传,酒香也怕巷子深,任何文化、品牌都需要宣传。充分利用



辽宁白酒文化、品牌、质量、人才及个性化优势,集中、特色宣传,提高辽酒的整体品牌形象。

活动纷呈人气旺

2017年的一年里,辽酒人把传播力强、能量大、国内影响大的行业活动“请”了进来。6月,由《华夏酒报》、辽宁省白酒工业协会主办,凌海市凌河酿酒有限责任公司、沈阳华莱威白酒酿造自动化设备有限公司承办,辽宁凤城老窖酒业有限责任公司、辽宁忠华酒业有限责任公司、辽宁灯塔市铧子酒厂协办的“中国辽酱白酒发展研讨会暨辽宁白酒自动化生产工艺培训论坛”在凌海市凌河酿酒有限责任公司举行。其间,政府官员、专家、学者,全省优秀白酒生产企业及媒体记者等百余人与会。

10月,由辽宁省食品工业办公室、辽宁省白酒工业协会主办,大连金石滩酒业集团有限公司承办,主题为“不忘初心、匠心好酒”的“辽宁‘工匠酒’特等奖授奖新闻发布会暨中国白酒工匠精神高峰论坛”在大连金石滩国际温泉公馆举办。其间,政府官员、专家、学者、文化名人,省内部分白酒企业代表、金石滩酒业重点合作单位企业家代表及媒体记者等200余人参加了新闻发布会及高峰论坛。

在半年多的时间里,辽宁省举办了三场在国内属于较大型且有影响力的酒业活动。

承办企业有说道

随着我国小康社会的建设,消费者对白酒的了解越来越深入,消费习惯、消费理念在不断的变化中升华。传统酱香型白酒自然、绿色健康的品质被越来越多的消费者认同,酱香型白酒市场占有率日渐提升,白酒生产企业及经销商纷纷把目光投向酱香型白酒市场。辽宁省白酒工业协会捕捉到了打造辽宁省大凌河流域酱香型白酒产区的时机,基于此,中国辽酱白酒发展研讨会在凌河酿酒有限责任公司举办。

辽宁朝阳凌塔酿造科技开发有限公司是一家有着400年酿酒历史的老字号,在任一历史发展阶段,在酿造工艺上,都始终如一地保持“凌塔白酒古法酿造、传统酿制技法”,秉承“天窖地藏”的传统贮藏技艺。凌塔酒人吃苦耐劳、勤于敬业,刻苦钻研、术业专一的工匠精神在东北地区传为佳话。

在弘扬“凌塔酒工匠精神”、聚智集慧兴“辽酒”开幕式上,王贵玉坦言,凌塔酒业是辽宁白酒的一面旗帜,大会的主题就是学习凌塔酒业的工匠精神,树立凌塔“复合清香”的典型,推动凌塔“纯正”白酒的发展,打造技术创新的好样板、好榜样。大会的目的是扩大白酒行业的影响和主管部门的行政作用,最大值地聚集辽宁所有力量,齐力推动、振兴辽宁白酒的产业。

辽宁“工匠酒”特等奖授奖新闻发布会暨中国白酒工匠精神高峰论坛是在大连金石滩酒业集团有限公司举办的,该公司是辽酒新成员,但通过几年的努力,已发展成为辽宁省白酒骨干企业。

目前,金石滩酒业拥有176口国家级非物质文化遗产窖池,系列白酒是以泸州百年酒窖为根基、以东北优质五粮为原料,与国家顶级白酒专家团队合作,依托大型山体洞藏研发、生产而成,且得到国内多数专家的认

可:酒体丰满、醇厚绵柔,已经达到了国家高端白酒的品质。近两年,先后荣获“辽宁名酒”、“辽宁纯粮固态好酒”、“辽宁工匠酒”特等奖等荣誉。

大咖坦诚话辽酒

参与全部活动的辽宁省食品工业办公室主任郭建国坦言,通过扶持支持、环境优化、搞好服务等有效措施,引导白酒企业转变发展方式、调整产业结构、扩大生产规模,加强服务,助力辽酒走出难关、困惑是政府主管部门应尽的义务。

他表示,辽宁省食品工业办公室下一步的主要工作就是进驻酒厂做调研,把白酒生产企业最真实的情况反映出来。作为生产企业,不但要全面构建诚信体系,还要把自己切切实实的真心、真情、真意投入到白酒中去,从而让政府和生产企业形成合力,变成一个紧握的拳头,加速辽宁白酒“打”出去;通过活动把辽酒大振兴、大发展的声势、气势造出来。

高景炎认为,随着行业“供给侧改革”的深入,名酒凭借其良好的品牌张力进行主力产品价格上调,进一步抢夺区域性品牌的市场份额,使得区域酒企的运营和生存压力剧增,这将助推同业并购,改写区域品牌竞争格局,行业的品牌集中度和分化现象越来越明显。辽酒的诸多活动,让辽宁白酒人感到在当地、在东北区域内,甚至在国内有希望、有前途、有奔头。

他表示,辽酒的消费增长动力来自两个方面,一是中产人群持续扩大带动中档酒消费市场的扩容,二是持续扩大的富裕群体消费。

在“辽酱”研讨会上,季克良建议,辽宁搞的麸曲酱香白酒注意提高质量,降低成本。适当增大有益于人体健康的成分的麸曲菌群。在工艺条件上做一些调整,生产对人体健康最有益的53°酱酒。加入大曲,改良麸曲酱酒的口感。改善长时间储存酱酒的容器等。

“白酒产业调整不只是调整产能过剩、产品价格,也不是调整瓶子的大小,而是调整白酒人的观念,调整白酒人对消费者的观念,最重要的观念就是要坚守品质。”高明表示,纵观白酒的发展史,只有行业品质的坚守者和提升者,才是最终的成功者。

钟杰表示,中国白酒作为世界烈酒鼻祖,天人合一、道法自然的风物及数千年文化传承,应是全世界消费者认知、喜爱、体验及享受的精神热饮。产区自信、品质自信、文化自信、历史自信为独属于中国白酒的四大属性。作为白酒行业的从业者,做消费者教育,唤起大家对白酒的兴趣更是工匠精神一种体现。

迎驾贡酒: 醉得慢 醒得快 有点甜

生态文明建设是新时代中国特色社会主义事业“五位一体”总体布局之一。而在白酒产业中,也有一家企业高举生态大旗,全面贯彻落实“六位一体”的大生态品质理念,并得到中国酒业协会理事长王延才的极高赞誉:“迎驾贡酒,是中国生态酿酒的倡导者和引领者”。

如何将生态的理念真正融汇到白酒酿造中,生态酿酒的品质标准又是什么?中国酿酒大师、迎驾集团总裁倪永培给出了答案——醉得慢、醒得快、有点甜。多年来,他带领团队,以“生态产区、生态剐水、生态酿艺、生态循环、生态洞藏、生态消费”的大生态品质理念,铸就了迎驾贡酒“醉得慢、醒得快、有点甜”的鲜明风格。

当前,随着时代的发展和生活质量的提升,适量饮酒、喝健康好喝的酒的生态消费理念已经深入人心。迎驾依托稀缺的生态资源与精益求精的工匠精神,酿造出“醉得慢、醒得快、有点甜”的生态好酒,符合现代消费者的健康消费理念,迎驾贡酒也因此成为广大消费者心目中健康好喝的酒、国人的迎宾酒。

在迎驾,“醉得慢、醒得快、有点甜”的品质标准并非空穴来风,而是建立在迎驾得天独厚的自然环境以及迎驾人的匠心之上。稀缺的生态资源是“醉得慢、醒得快、有点甜”的天然保障。作为国人的迎宾酒,迎驾率先在白酒行业打造出“生态产区、生态剐水、生态酿艺、生态循环、生态洞藏、生态消费”六位一体的大生态品质理念,在中国白酒行业中一马当先。

工匠精神是迎驾贡酒“醉得慢、醒得快、有点甜”品质的内在保证。迎驾的工匠精神集中体现在精益求精的生态酿艺、行业一流的生态循环与稀有珍贵的生态洞藏上。迎驾一直秉承已成为“非物质文化遗产”的传统酿造工艺,将传承与创新完美结合。正如白酒泰斗沈怡方先生实地考察迎驾时所说:“迎驾贡酒甜香醇厚,这是自然环境和酿酒技术的结合,这是生态和人的结合,才能产出这么好的酒。”

(迎宣)

奔富酒园“2018 赢在终端战略工程”全面启动

日前,“奔富酒园 RUSHRICH”全面启动决战市场的年度目标行动“2018年再次——赢在终端战略工程”。

奔富股份总裁隋大刚向记者介绍:“赢在终端战略工程”于2018年1月正式启动,全国有21个省级公司近200位销售团队的小伙伴们正在积极落实总部战略。奔富酒园用行动证明:2017年1000场的全国巡回品鉴会计划已经顺利完成,2018年的目标计划是全国范围内落地50000个一对一专职人员服务的终端样板品牌陈列和销售门店。

隋大刚详细介绍了奔富酒园2018赢在终端战略目标的落地分为几个方向推进的内容:大师传奇M系列要实行战略突破,终端全面铺市和落地,让品牌建立牢固的市场基础,各省级公司要有专人负责M系列的招商与推广;私人臻选VIN系列稳步推进核心终端的战略,目前广东、湖南、浙江、云南等市场都找到了有效落地的方法;杰出之选R系列作为高端产品在核心终端的推进中全力促销拉动,2017年完成1000场以“你就是我的品酒大师”为主题的VIP专场品鉴会;大师传奇M系列的市场目标是80%的酒类销售终端和消费者,私人臻选VIN系列和杰出之选R系列的目标是20%的中高端酒类销售终端和消费者;招商和布局市场是2017年的重心(已经完成),而落地生根布局全国各地的终端则是2018年所有工作的重心。

此外,隋大刚还对奔富酒园2018赢在终端战略工程的实施办法也作出了详细阐述,具体有以下几点:占领终端:要有足够的铺市率;优化终端:有章法有重点铺市,区分清楚终端类型A类核心终端VIN和R系列齐发,B类终端以VIN系列为主,C类终端以M系列主打;动销终端:所有的工作都是为了动销,价格偏离会阻碍动销,投入后没有产出;管理终端。

(李玉友)



该报告数据同时显示,在传统消费渠道中,黄酒作为以健康、养生为卖点的低度酒类,冬季往往是其传统消费旺季,但在线上渠道则出现了新的趋势。在夏季线上购酒中,黄酒意外成为最受消费者欢迎的品类之一,并且成长趋势最为显著。而这也正是得益于黄酒企业有效、精准的市场营销。以会稽山为例,从推广“吃大闸蟹、喝会稽山”的营销策略,到“G20国宴用酒”的高端品牌定位,再加上线上及个性化定制等模式把品牌影响力植入到消费者心中,从而为黄酒市场打开新空间。

走行业特色的“套路”

近年来,黄酒企业不断探索开拓新型渠道,通过线上线下结合,根据市场“套路”意欲走出属于行业特色的“套路”。

古越龙山早前的一则公告显示,2017年6月12日公司董事会审议通过《关于拟参与竟拍黄酒集团商业房屋的议案》,拟参与中国绍兴黄酒集团有限公司所有的14套商业房屋的竞拍,用于直营形象旗舰店和专卖店的开设、电商直营送配运营中心及定制展示中心的建设。参与竞拍旨在根据市场情况和网上销售兴起等渠道变化,以及进一步加强大本营市场建设。这也意味着公司或将通过加大对核心市场的建设,进一步将黄酒影响力做大。

除了市场建设这一“套路”外,兼并收购、参股等资本运作模式也是黄酒企业目前较为

惯用的“套路”之一。例如,古越龙山参股公司浙江明德微电子股份有限公司于2016年5月3日正式登陆新三板。根据古越龙山的公告,公司持有明德微电子1720.25万股股份,股权比例为35.84%。再如会稽山拟收购咸亨股份等。

另外,业外资本的涌入也将为黄酒行业注入新动力。一方面是产品升级新思维,打破黄酒传统的低端形象,以创新产品定位及渠道拓展开拓市场;另一方面是通过资源整合,打破黄酒区域壁垒,如将黄酒带到葡萄酒、洋酒饮用区域等。

同时,需要关注的是,黄酒企业应当始终把消费者体验放到市场推广环节的重要位置。

例如,第23届绍兴黄酒节全国推广活动之“风雅绍兴·黄酒文化万里行暨绍兴黄酒原产地保护品牌品鉴之旅”,通过线上公开征集及主办方邀请模式让百余位社会精英感受真正的黄酒文化,从而进一步了解黄酒,传递黄酒文化。

在“粉丝经济”时代,黄酒人更需要在专注力上做文章,让更多的人了解黄酒,爱上黄酒。正如当第四届世界互联网大会召开之时,“丁磊饭局”“东兴饭局”等成为时下“流量担当”时,饭局菜单中的黄酒产品也自然也成为了市场关注的焦点之一。

2018年,蛰伏多年的黄酒有能力成为“流量担当”,更有能力通过所有黄酒人的努力成就自己的快意江湖。

独家协办

中国食品工业协会
酒类食品高新技术培训中心
四川省川技王
酒类研究设计院
四川省广元市
酒类技术研究所

电 [0839]3600888
话 [0839]3602639

黄酒 低调蛰伏多年 成就快意江湖

■ 肖洛

2017年,白酒行业实现华丽转身,从深度调整期转向复苏,尤其是在高端白酒提价的带动下迎来了新一轮涨价潮,多只白酒股股票年内涨幅翻番。

相较高调的白酒行业,黄酒行业的2017则显得相对寡淡,三只黄酒股表现也较为疲软。不过,换个角度来看,随着酒行业的整体复苏,在内外环境或全面向好的大背景下,黄酒行业的2018将在机遇与挑战中前行。

“低调”前行

古越龙山2017年三季报显示,公司前三季度实现营业收入11.87亿元,同比增长5.89%,归属于上市公司股东的净利润1.02亿元,同比增长6.88%。会稽山2017年三季报显示,公司前三季度实现营业收入7.59亿元,同比增长26.69%,归属于上市公司股东的净利润9842.12万元,同比增长32.86%。金枫酒业2017年三季报显示,公司前三季度实现营业收入6.7亿元,同比减少11.04%,归属于上市公司股东的净利润4860.67亿元,同比减少11.73%。

从三家上市公司2017年的三季报来看,会稽山营收、净利润增长较为迅速,而古越龙山增速平缓,金枫酒业则业绩疲软。

从三家公司的股价表现来看,古越龙山全年跌8.3%,会稽山跌17.3%,金枫酒业跌22.6%,相较小井坊、五粮液、山西汾酒、贵州茅台、沱牌舍得、泸州老窖年内144.9%、131.7%、127.8%、108.7%、106.5%、100%的涨幅,黄酒股表现并不突出。

针对会稽山三季报,西南证券研报认为,公司第三季度单季度实现营业收入1.8亿元,同比增长15.4%,实现归母净利润1399万元,同比增长193%。研报认为,从公司经销商数量来看,省内本期新增3家至388家,经销商结构较为稳定,省外则新增50家至602家。从中可以看出,省外市场处于非常重要的战略地位,将是未来增量的主要来源。省外市场培育难度较大,短期内较难放量,但空间仍然巨大。

另外,会稽山公司于2017年11月初发布的拟收购绍兴咸亨食品有限公司100%股份的公告也引起了市场的关注。根据