企業家日敦中國場

吕梁产区:中国白酒的"清香天下"

■ 欧阳瑾

山西,因太行山而得名;吕梁,因吕梁山而得名;汾阳,顾名思义,位于汾水之侧,自然是以汾河而闻名于世。

古人认为,山为阳,水为阴。一阴一阳,五 谷滋长;有山有水,万物欣荣。酒为粮之精华, 自是得益于此,一方水土、一方气候,都深刻 影响着这个地区的白酒风格和品质。作为与 国际口感接轨最有优势的山西白酒,以其独 有的"清香纯正,醇甜柔和,自然谐调,余味爽 净"等特点,备受中外消费者推崇。

随着 2017 年"世界十大烈酒产区"的确立,在当地相关部门的领导下,在"中国酒魂" 汾酒的带领下,清香型白酒核心产地的"吕梁产区"高歌猛进、迅猛发展,正在形成一片辽阔的中国白酒"清香天下"。

作为中国白酒"祖庭产区",清香型白酒的优势与生俱来。那么,如何将先天优势转化为发展态势;吕梁产区打造的中国白酒"清香天下"未来如何发展?产区领头羊汾酒又在"清香天下"中发挥着怎样的能动性和牵引力?

问渠那得清如许,为有源头活水来

2017年11月19日,中国酒业协会在上海评选出了"世界十大烈酒产区",其中中国独占6席。据了解,参与评选的代表有国内行业知名企业,有世界著名烈酒公司代表,也有政府领导以及协会代表,宿迁、亳州、遵义、宜宾、泸州、吕梁、苏格兰、干邑、波多黎各、瓜达拉哈拉最终入选。

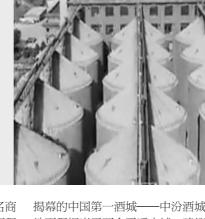
针对"世界烈酒十大产区"这一概念的提出,中国酒业协会理事长王延才表示,"产区"是全球消费者对于优秀的酒类饮品最重要的判断标准,也是世界烈酒最好的品质表达方式。如提到"白兰地"就会想到法国干邑,说起"威士忌"就会想到苏格兰,提到"朗姆酒"则会想到波多黎各。

中国酒业协会副理事长、秘书长宋书玉认为:产区表达是中国白酒的核心表达,百花齐放,各展其芳,才是中国白酒的产区价值的真正体现。中国白酒酿造五绝中的水、粮、曲、窖、艺,与酿造场所微生物关系密不可分,造成白酒酿造恰恰是最讲产区,所以中国白酒是最能彰显产区价值的世界美酒。

"吕梁产区"的确立,标志着作为中国最大的清香型白酒生产基地——山西吕梁拥有了白酒行业的"世界级"名片,该市白酒行业"清香天下、天下清香"的发展目标再迈战略性步伐。那么,以汾酒为代表的"吕梁产区"是如何进入评委们的"法眼"的呢?换句话说,"吕梁产区"的核小竞争力在哪里?

据汾阳市委副书记、市长吴晓东介绍,吕梁产区的产业定位,具有先天性的资源整合价值,无论历史还是现实,都足以支撑当地支柱产业的发展构想。吕梁地区是中国酒的发源地,也是世界烈性酒的重要发源地之一。早在隋唐时期,这里就酿制出了"干和"汾酒,并随着山西商人的脚步传遍了全国,孕育出了世界烈性酒的重要代表——中国白酒。至今,从"干和"汾酒逐渐发展成熟的固态发酵法,仍是中国白酒独步全球的根本。而"汾酒大王"的日渐回归,更是为吕梁产区提供了未来发展的"中国酒魂"。

吕梁作为世界十大烈性酒产区之一,中 国最大的清香型白酒生产基地。全市现有酿酒企业72户,有汾酒、竹叶青、杏花村、汾阳 王等4个全国驰名商标,老白汾、玫瑰汾、金 在 2018 "举杯汾阳·品味世界"的 酒博会召开之际,刚刚揭幕的规模宏大的"中国汾酒城"已成为标杆性的行业 坐标,而汇聚 17 大名酒的白酒产区论坛,也成为深化产区产业化探索的思想谷地。产区引领下的中国白酒国际化之路的交流和探讨,日新成为中国白酒企业发展中不可忽视的行业共识。这种世界性的行业关注,让"吕梁产区"这个话题,再度被放了聚光灯之下,小产区、大品类的"清香天下"的行业梦想,已在杏花村这片土地上呼之欲出……



家、晋善晋美、老传统等 20 个山西省著名商标。这里的杏花村经济技术开发区,规划面积35.8 平方公里,园内有酿酒企业45 户,白酒产能已达到30 万吨。未来,对吕梁产区的政策支持、资金支持、税收支持,将是当地经济中一个支柱性产业的集群性战略。

如果说"吕梁产区"的规模还不足以让你感觉到这片"清香天下"的魅力,那么其品质的优良、文化的深厚以及对中国白酒的影响绝对可以让你震撼。

众所周知,吕梁产区的核心在汾阳,汾阳的核心在杏花村。汾酒集团党委书记、董事长李秋喜说,杏花村所出产的汾酒,最大的魅力在于其独特的历史文化,汾酒拥有6000年的酿造史、1500年的成名史和1300年的蒸馏史,是中国白酒产业的奠基者,是传承中国白酒文化的火炬手,是中国白酒酿造技艺的教科书,是见证中国白酒发展历史的活化石。

杏花村汾酒在历史上经历了多次辉煌。
1200多年前,晚唐大诗人杜牧游经杏花村,提笔写下了"借问酒家何处有?牧童遥指杏花村"的经典诗句,广为传唱,杏花村的汾酒也随着这首诗而家喻户晓,名扬海内外。到了近代,汾酒更是大放异彩,1915年,汾酒在巴拿马万国博览会上一举荣获中国白酒品牌唯一甲等大奖章。1949年,汾酒、竹叶青酒成为第一届全国政治协商会议国宴用酒。新中国成立的后五次全国评酒会上,汾酒均被授予"中国名酒"称号。其产品工艺独特、品质上乘,成为清香型白酒的典型代表,被誉为"国酒之源、清香之祖、文化之根"。

试上高楼"清"入骨,岂如春色嗾人狂

在汾酒的标杆作用下,整个吕梁产区呈现出一片欣欣向荣的景象。除了上述"规模宏大、历史悠久"之外,"吕梁产区"还具有"业态完整、前景广阔"的显著特征。据吕梁市委副书记、市长王立伟介绍,汾酒是世界的白酒,杏花村是有文化的符号。自去年开始,吕梁市委政府与中国酒协多次沟通,决定以世界酒文化博览会的形式,推动以杏花村为代表的清香型白酒走向世界,推动白酒文化进一步发扬光大。

近年来,当地政府以汾酒为依托、文化为奉引,深度挖掘打造了一大批旅游景区景点,完整的业态使白酒产业实现了与旅游、文化产业的融合发展。在杏花古镇,可以亲身体验白酒之都的独特魅力;到保存完整的千年老酒作坊,亲自参与古法酿酒;到汾酒博物馆,实地领略汾酒 6000 年酿造文明的深厚底蕴;日前

揭幕的中国第一酒城——中汾酒城,它的占地面积相当于两个平遥古城、建筑面积相当于十个北京故宫,走进去可以真切地感受绵延 10 公里青砖垒砌的城墙、100 多座仿唐宋明清建筑群的气势恢宏,连缀成 6000 年的中华户西文化注脚。

完整的业态为产区的腾飞奠定了坚实的基础,吕梁白酒产业的广阔前景,主要表现在白酒产业已成为当地转型发展的战略性优势产业。吕梁市委副书记、市长王立伟说,目前吕梁市以白酒为重点的优势产业集聚集群发展格局已初步形成,产能开始释放,不仅明显拉动了GDP增长的百分点,白酒产业增加值在GDP的占比也有大幅提升。到"十三五"末,吕梁市计划实现白酒产量50万吨,白酒及相关产业营业收入达到500亿元、利税150亿元,将吕梁打造成全国一流、世界驰名的清香型白酒生产基地和酒文化旅游胜地。

吕梁产区发展前景的广阔,并不意味着 当地白酒产业要搞"运动式"发展。白酒是一 种集文化与物质于一身的特殊产品,因此,白 酒产业的发展更需要传承与匠心。"短平快" 不是白酒,"看长远、稳发展、慢下来"才是白 酒厚重内涵的体现。

9月16日,李秋喜在"一带一路"中国名酒价值论坛上提出,"中国白酒是天人合一的纯粮食精华,是世界上品质最好,规格最高的蒸馏酒。名酒应该树立这种堂堂正正的产业自信,中国名酒的传承起至应该是传承匠心精神,我对匠心精神的理解只有四个字:用心守望。"

好一个"用心守望",好一个"产业自信"! 这不正是"试上高楼清入骨,岂如春色嗾人 狂"吗?

众所周知,汾酒自去年实施了一系列的 有效措施以来,在行业中创造了令人侧目的 "汾酒速度"。近段时间,汾酒除了国内市场的 稳步发展之外,国际化之路更是屡建奇功,可 以说是当前中国白酒行业中发展态势最好的 企业之一。

在这种情况下,一般很多人都会"头脑发热",然而汾酒掌舵人还能如此冷静的提出"用心守望",不得不佩服秋喜老总的沉稳和理性。窥一斑而知全豹,我们从产区"扛把子"汾酒身上,亦可探寻到"吕梁产区"的未来发展之路。

不要人夸好颜色,只留"清"气满乾坤

在2018第二届酒博会召开之际,在世界十大烈酒产区之地,清香型白酒的祖庭式发

源地——吕梁市汾阳,再度受到世界性的关注。而作为吕梁产区的中流砥柱企业汾酒,自然受到国内外的广泛讨论及注目,从当地政府的政策重视,到中国酒业的规划布局,到企业自身的产业觉醒,都无一例外地把未来吕梁产区的发展,当作重中之重的责任与使命。

汾酒集团"清香天下"的战略定位,"中国酒魂"的信仰回归,都致力于把清香型汾酒推向世界。而放眼中国白酒产业,清香型汾酒是最接近国际化的口感,把汾酒产区化、把产区国际化,无疑是最好的品质与品牌诉求。

吕梁产区的确定,对于汾酒的行业地位, 是锦上添花的大好事。对于中国白酒来说,世 界十大烈酒产区中国占据其六,这是鼓舞人 心的行业之幸。但是,如何树立产区的品牌形 象及行业影响力,并不是一个评选就能一劳 永逸的。除了产区本身具有得天独厚的产业 基因之外,标杆性企业的崛起与壮大,产区品 质的独一无二,产区品牌的社会公信力与行 业影响力,才是决定一个产区的实质性内存 的大小。而汾酒无以伦比的品质基因与品牌 文化,正是无法复制与无法替代的产区之魂。

面对"白酒之源"的无上荣耀,面对"清香第一把交椅"的行业地位,面对"汾老大"的曾经辉煌,面对这两年引人注目的"汾酒速度",汾酒没有骄傲过,更没有迷失自我。他就像那静静流淌着、千百年不曾中断的汾水,用心守望,全力而为,以产区龙头的身份尽职尽责,带领产区其他酒企走向远方。这,大概就是"不要人夸颜色好,只留清气满乾坤"吧。

汾酒的"颜色好"在于品质,在于品牌,在 于文化,在于靓丽的"成绩单",而"清气"则是 汾酒的一种责任与担当,特别是带动整个产 区完成"满乾坤"的梦想,是汾酒善莫大焉的 史诗般壮举。

汾酒集团作为吕梁产区的领军企业近年 来不断创新进取,在国内通过一系列不间断 的活动营造出"清香天下"的氛围,特别是今 年4月份以来的"行走",更是酒业营销界教 科书般的经典案例。

除此之外,在国际市场上汾酒也不断发出中国白酒的声音、发出吕梁产区的声音。国外一些重要活动的赞助暂且不说,单就世界烈酒生产消费大国俄罗斯建厂而言,就意味着中国吕梁产区与俄罗斯伏特加产区的一次完美对标。另外,本月初汾酒在加拿大建立清香型白酒酒庄的项目也已经落锤定音,更是为其美洲市场打下了前瞻基础。

正如"加拿大清香型白酒酒庄"新闻发布会上,李秋喜接受媒体采访时感慨道:100年前,同是美洲国家的巴拿马,汾酒以产品的形式走出国门,为国际友人所喜爱和认可;100年后,汾酒在加拿大建立酒庄,标志着中国白酒的制造也走出了国门。

是啊,在白酒行业从"产品走出去"到"制造走出去",汾酒人用了整整100年的时间,这得益于汾酒的用心守望、传承发展。而随着吕梁产区影响力的进一步扩大,无疑将会更好地推动汾酒与中国白酒在国际市场上的发展。

另据最新消息,被称为"酒业奥斯卡"的比利时布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛,也已经确定明年在吕梁产区举办。这预示着,吕梁市将在2019年与全世界的优质烈性酒交流碰撞,国际烈性酒产业也将因为这次交流碰撞而改变。吕梁产区离不开与世界烈性酒的交流与碰撞,世界烈性酒也能在这片土地上看到中国白酒的未来与希望。

而这,只是"清香天下"的开始。

精酿将成为 高端啤酒的代名词

据国内多家啤酒企业上半年业绩显示,大部分国内主要啤酒上市公司净的利润增长,但啤酒销量却没有得到相应幅度的增长,多数表现为平稳,部分公司甚至出现销量下降的情况。业内人士分析认为主要是因为价格提高以及消费升级:燕京啤酒、华润啤酒和青岛啤酒均宣布对产品进行提价;青岛啤酒的众多高端产品销量增长6.8%,燕京啤酒也大力发展高档啤酒(原浆白啤酒和纯生)和中档啤酒(鲜啤),从而扩展了产品盈利空间。不仅国内高端啤酒则越来越受到欢迎,国际品牌正在加大投入推广旗下高端啤酒。

主流啤酒在低迷中迎来精酿啤酒的消费升级

从嘉士伯集团近年来的财报来看,旗下的乐堡、嘉士伯等高端品牌在全球范围内的营收增长均依靠以中国为代表的亚洲市场。有媒体报道,对此,嘉士伯集团决定将花费约5亿丹麦克朗(约合5.2亿元人民币)在中国推广乐堡、嘉士伯以及凯旋1664等高端品牌。而另一家巨头百威英博也将业务重心放在了高端市场。无论是去年8月与帝亚吉欧达成5年合约,拿下高端黑啤品牌健力士在中国大陆地区的独家运营权,还是9月又将售价15元左右的低卡米凯罗啤酒引入中国,试图用健身、低热量等概念吸引追求健康的中国年轻人,都不难看出百威英博致力于中国高端市场的一系列举措。

啤酒公司之所以集中于中高端市场,其根本原因是来源于不断提高的我国人均可支配收入和消费升级趋势。以上海为例,根据上海市统计局数据,2016年全年上海市居民人均可支配收入相较于十年前的2007年,十年之间已经翻了一倍。而随着人们收入水平的提升,在日常消费中对商品价格的敏感性也会有所降低,也是促进消费升级的一大重要原因

CBCE——精酿啤酒 顺应消费升级趋势的选择

精酿啤酒的快速发展也是啤酒消费升级 中的主要力量,近几年一直保持着约50%的 年复合增长率。而作为亚洲权威的精酿啤酒 行业国际盛会 CBCE2018 的成功也验证了这 一点。前不久刚刚落下帷幕的 CBCE 2018 展 位面积达到了10,000平方米,海内外知名精 酿品牌齐聚 CBCE2018: 汇聚 50 个国家 9,841 位专业观众和 12 个国家和地区 180 余 家参展商;来自全球的40余位重量级演讲嘉 宾,分别就相关细分议题进行了深入的分析 和研判,分享生产运营中所遇到的痛点和难 点,与总计超过800位的参会代表深入互动, 为参会代表提供了解决问题的灵感与思路。 CBCE 中国精酿明星奖评选活动吸引了 900,000+的点击, 总投票数突破 10 万大观。 这些惊人的数字使 CBCE 在精酿行业里迅速 脱颖而出,成为一匹被行业人士注目的黑马。

CBCE 2019 将再度升级

备受行业瞩目的 CBCE 2019 上海国际 精酿啤酒会议暨展览会经过四个月的筹备, 现已初见成效。虽然活动刚开始接受报名不 久,但已有众多行业知名品牌报名参展。其中 包括致力于精酿啤酒生产及酒吧设备的企业 有:沪港、塔罗斯、迦南、迈拓、天泰、卡罗琳 娜、远航、今日饮料等;在国际原料市场中占 据很高市场份额的雅基玛、巴特哈斯等企业; 还有在精酿啤酒品牌中已经拥有很高知名度 的:莱宝、蓝堡、锦鲤、优布劳、梦想等企业。另 外,2019年的 CBCE 将迎来国际展商的快速 增长, 预计将吸引来自于国内外的大中小型 酒厂、餐饮、酒吧、商超、经销商/代理商、设备 与原料生产商、啤酒协会/商会、院校和科研 院所的行业专家学者超过1万人前来参观并 寻找商业合作。据新鲜出炉的 CBCE 2019 周 报显示, 和去年同期相比, CBCE 2019 的展 位销售进度已经翻倍增长。CBCE 2019 将移 师上海世博展览馆的2号厅,较去年可以容 纳更多的展品,且展示的产品和装备将没有 以往在重量和尺寸上的限制。

CBCE 2019 预计将迎来展商 300 家,展示规模也将突破 15,000 平方米。从今天起,行业将共同期待 2019 年的 5 月 15 日——个云集海内外经营精酿啤酒的生产、研发、销售、品牌推广、精酿文化、社交、教育、行销及贸易于一体的一站式行业交流服务平台。

(据佳酿网)



京津冀一体化,三省酒业现实与蓝图还有多远?

■ 李澎 思科

品牌与市场共识正在形成,企业交流与 沟通也在加强,这些都为未来共同市场的形 成奠定了基础。

京津冀一体化,三省酒业现实与蓝图还有多远?京津冀一体化,三省酒业现实与蓝图还有多远?

区域经济与发展已经成为21世纪中国改革开放新一轮的助推剂与新的内生动力。新旧动能转换的关键时期,适逢中国酒业发展面临新形势、新问题和新挑战。近年来,围绕首都北京及周边长远规划与发展形成的京津冀一体化,尤其是国家级战略雄安特区的规划与公布,北京城市副中心的建立等一系列项目的促进,使京津冀形成事实上的共同市场。

"酒业京津冀一体化",有待揭开面纱

从历史传统上看,京津冀三地虽然包含了二座人口超千万的直辖市,以及北方人口、制造业大省河北,但生产与消费市场长期处于各自为战的孤立状态。京津冀酒业发展的现状究竟如何?市场的融合潜力有多大?未来能有哪些作为?区域一体化对该地区产业规划的影响有哪些?诸多问题成为酒业各界关注的焦点。

注的焦点。 2018年上半年,《中国酒业》杂志社在国 内率先发起了"中国酒业京津冀一体化?区域 经济品牌探索行"大型采访交流活动,记者一 行拜访了酒类相关行业组织、深入企业一线、 市场前沿,与生产企业、经销商、流通商贸企业管理者、经营者与消费者面对面深度沟通, 务实交流,对京津冀三地酒业一体化的现状与未来进行了深入的调研,取得了诸多第一手信息与调研成果。

差异与差距,现实与机遇共存

作为京津冀,乃至全国酒类消费的风向标与一线城市市场,北京酒类生产与消费市场长期呈现开放、繁荣的表现与态势,北京、天津、河北甚至全国各地的酒类品牌均能在北京市场见到。在充分竞争的北京市场,北京本地的品牌无疑占据最为主要的中、低端市场,牛栏山、红星以及近年来日趋活跃的京都、永丰等受到本地消费者的欢迎;而在中高端品牌市场,由于北京城市功能的政商与文化属性,全国特色产品,茅台、五粮液、泸州老客、洋河等同样拥有自身的"露脸"与曝光机会,占有自己家乡酒的一席之地,天津、河北的名酒也能在商会及同乡聚会活动中见到,但由于缺乏更多的特色与吸引力,无力与本土与全国名酒竞争。

与首都相邻的天津位于渤海之滨,始终 把握优良港口优势,这里的酒类市场同样开放,但生产企业则相对固化,品牌也呈现本土 弱无外强的态势。由于缺乏战果激励,本地津 酒等品牌占据部分中低端消费群体,而绝大 部分白酒消费则被洋河、泸州老客、剑南春等 川酒瓜分,周边北京与河北品牌仍缺少核心 亮点支撑,巨大的消费市场仍有待本土品牌 与北京、天津的点状热点消费不同,占据空间与传统优势的河北省则呈现出不同区域间的巨大差异与壁垒,记者多路出击走访后发现,河北市场往往以区域为界,一山一河可能呈现出区域本土产品、消费风格与品牌喜好的不同。如冀南地区的石家庄区域、保定区域、邯郸地区、冀东的唐山、秦皇岛沿海、冀北的承德、张家口地区都呈现出区域品牌的生产与消费传统,各地拥有当地的主力消费品牌,而企业经营的现状出各不相同,带有自身强烈的本地特色。而从市场开放度来说,除了省会及主要城市,天津与北京的产品则很难深入河北市场腹地。

深入河北市场腹地。 总体来看,京津冀虽然作为中国酒业市 场版块中的重要组成部分,但是市场格局却 呈现出分散的局面。企业众多,但应对市场风 险能力却普遍不足。京津冀地区的地产酒各 具特色,相比于名优产品毫不惧色。但是由于 品牌观念与区域间经济水平与消费习惯的差 异化,在品牌价值上却远不如名牌酒企。因 此,对于区域性地产酒来说,更应该树立合作 共赢的理念,推动区域型经济发展。

各方携手合作,成果值得期待

近年来,随着京津冀一体化国家战略的 快速推进,三地间的人员往来、产业链互通与 消费水平差距正在缩小,由此带动的酒类与 餐饮消费正在具有更多的共性。消费者的品 牌与市场共识正在形成,生产企业间的交流 与沟通也在加强。这些都对未来酒类共同市 场的形成奠定了基础。 记者从有关方面获悉,为了贯彻国家京津冀一体化的整体构想,进一步加快落实京津冀一体化品牌发展战略。由北京酿酒协会、天津市酿酒工业协会和河北省白酒葡萄酒工业协会共同主办、《中国酒业》杂志社承办的"2018 中国酒业京津冀一体化产品品评暨品牌发展高峰论坛"将于11月29日在北京召开。届时酒类行业组织领导、三地政府代表、行业专家、域内企业家、主力经销商、品牌咨询及采购方代表将云集北京,有关区域一体化规划、共同市场打造的政策方针,未来产业蓝图也将适时披露。

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