企業家日報 中國酒 ENTREPRENEURS' DAILY

双雄格局 谁将是第一家千亿酒企

■ 刘保建

据统计,今年春节这几天,黄渤、吴京、沈腾三人相继完成100亿电影票房累计,晋身国内前三名"百亿演员"。无可否认,"百亿票房"这样的数据,是对三位当红明星能力的一个说明:他们建立了自己的金字招牌以及强大的票房号召力。

衡量酒企能力的数据,更为宏大。

2019年,千亿酒企正在诞生。五粮液集团和茅台集团均有望创下千亿营收,进而提前一年完成"十三五"规划目标。

这也意味着,在结果揭晓之前,行业存在着谁是第一家销售额过千亿白酒企业的悬念。

千亿目标 一步之遥

在"百亿俱乐部"还是很多区域龙头进击目标时,处于塔尖的茅台和五粮液,经过多年累积,已距离年度千亿营收目标不远了。

1月30日,五粮液集团2018年度工作总结表彰大会披露:去年,五粮液集团实现销售收入931亿元,同比增长16%;利税323亿元,同比增长45%。

由数据看,2018年,五粮液集团距离千亿营收,不足70亿元距离。这个"硬数据"还证实,在当前所有的酒业集团中,五粮液是年度营收最高的"第一军团"。

另外一家千亿"种子选手"是贵州茅台。

1月3日,茅台集团2019年度工作会透露:2018年,茅台集团全年完成营业收入859亿元,同比增长29.5%;净利润396亿元,同比增长28.2%。

不难看出,年度营收近900亿的茅台集团,尽管其销售额距离五粮液有不到100亿的差距,但也是行业中唯二可以创下800亿+的酒企。

比较而言,当前,行业中有希望"创千亿"的,仅有五粮液和茅台而已。

这也说明,茅五的双雄格局,仍是牢不可破的并立力量,后来者暂时无法超越。

数据对比 谁率先冲刺千亿

五粮液股份公司发公告预计,2018年实现营业收入398.25亿~402.24亿。

而在集团营收预破千亿的2019年,五粮液股份公司准备破500亿元,"力争再上一个百亿台阶"。

也就是说,2019年,仅凭借股份公司再增加100亿的任务,五粮液集团就能完成登顶千亿的任务。更何况五粮液集团还有着营收贡献率更高的其他版块。

贵州茅台酒股份有限公司发公告称,2018年,公司实现营业总收入约750亿元,同比增长约23%;实现净利润约340亿元,同比增长约25%。规划2019年度茅台营业总收入增长14%,达到855亿元。

分析来看,茅台公司近年增长惊人,集团其他业务板块也一路迎头直上,全年完成1000亿营收,不算难事。但对比五粮液的现有规模,其冲上千亿步伐,要慢一点点。

有意思的是,茅台集团、五粮液集团的千亿营收构成,大为不同。

五粮液方面,在2018年的930亿营收中,酒业占到400亿,其他多元化板块贡献更高一些。

为此,五粮液集团董事长李曙光提出"强化酒业"和"做强主业"方针,酒业板块在集团发展中组件"吃重",2019年预计酒业板块营收到500亿,将在千亿中占据到一半左右。

与五粮液相比,茅台集团明显属于"强干弱枝",2018年,茅台的酒文章做到750亿规模,但一枝独秀之际,则更凸显了其他产业规模的弱小。

近两年,茅台多元化重新起步,保健酒、葡萄酒以及金融领域等板块日趋壮大和丰富,但很明显,壮大到相当规模,还需时日。

后千亿时代 朝哪儿发力

茅五谁是第一个,其实没那么重要。重要的是,即便贵州茅台和五粮液这样的千亿巨头,也必须思考下,"后千亿时代"还能朝哪儿发力?

在1218五粮液经销商大会上,面对五粮液渠道、组织、系列酒和机制四个短板,李曙光提出,补短板、拉长板、升级新动能、抢抓结构性机遇、共享高质量发展。

分析来看,李曙光这份"安排",不仅指向突破千亿的2019年,更点明了"后千亿时代"的努力方向:"高质量发展"。

如同"二次创业"一样,五粮液的"后千亿时代",将通过有序地推进战略创新、品牌创新、营销创新等,持续提升五粮液的品牌势能和影响力,以及开拓市场格局,引领中国白酒产业发展。

茅台的2019年,同样是在跨越千亿台阶中,把握高质量发展新理念。

茅台集团党委书记、董事长李保芳提出,要继续坚持"能快则快、不留余地、不留退路"的思路和原则,坚定信心、鼓足干劲,"跳起来摘桃子",全力保持生产稳、市场稳、效益稳、人心稳的良好局面。

此外,"文化茅台"被频频提及,成为推动茅台进入下一个阶段的重要战略发展。

不知不觉中,茅台、五粮液已把视野放向辽阔的"千亿之外"。

后百亿时代 牛栏山"五大"工作部署定调

日前,"顺鑫牛栏山酒业事业部2018年度厂务公开暨总结表彰大会"举行,会上,牛栏山酒业事业部党委书记、牛栏山酒厂厂长宋克伟不仅首次肯定了牛栏山2018年的百亿业绩,更提出2019年是牛酒的转型发展年,总体要实现两大目标:一是要实现百亿+稳定增长,二是要从快速扩张向高质量发展转型。

"市场+品牌"并驾齐驱 坐实"百亿"规模

1月底,顺鑫农业披露2018年度业绩预告,预盈7.01亿元—8.33亿元,同比增长60%—90%,这样利好的数据也让牛栏山酒厂2018年业绩成为业内关注的焦点。此次会议坐实"百亿"规模,也正式将牛栏山推入到一个新的台阶。

而在"百亿"规模背后,是市场、品牌、科研创新等多方面的快速发展。回顾2018年,牛栏山的的确确呈现出了不少让行业瞩目的亮点。

市场营销方面,可谓速度与质量齐头并进,2018年,牛栏山牛栏山的亿级市场已经增至22个。重点打造的板块市场,成绩显著,传统市场呈复苏之势,新兴市场突飞猛进,中高档产品销售逐步增长。

品牌推广方面,坚持"正宗二锅头,地道北京味"的品牌定位,延伸出以"京味好酒,时尚百年"为核心的浓香型产品品牌诉求,牛酒获评"中国工业旅游创新成果奖单位","牛栏山"以301.83亿元的品牌价值,荣登第十届华樽杯中国酒类品牌价值200强榜单。

科研创新方面,接连牵手庄文颖院士团队和孙宝国院士团队,达成合作意向;在微生物高通量测序和多菌种混合培养生产调味酒领域,两项专利正在申请。同时,在在生物技术和风味技术领域,也开拓出了新局面。

此外,在管理改革方面也有了大幅提升,包装库协同管理软件等信息化系统的应用,全面提升了生产保障能力;业务流程梳理、内部轮岗交流等更是激活了内部管理机制。

"百亿"规模路口 划定"五大"工作部署

面对后百亿时代的到来,宋克伟表示:"站在'百亿'规模和'泛全国化'的路口,迎接我们的不仅有鲜花和掌声,还有集中度进一步提高的行业发展机遇,同时也有不进则退的挑战和压力。"

基于此,宋克伟对2019年的工作进行了五个方面的部署。包括落实"四个坚持"、强化"四大优势"、加速"三大转变"、着力"三大创新"、完善"三大体系",全方位促进牛栏山发展。

"四大优势"作为增强核心竞争力的重要举措,其意义不言而喻。

品类优势上,"二锅头"延续差异化和品类高度,占据"民酒"典型的品类代表;"牛栏山"继续占据差异化品类优势的先机,通过专业细分,营销切割,实现市场竞争优势。

品牌优势上,在坚持"牛栏山"品牌基本定位的前提下,结合产品结构升级和年轻消费群体增长的现实需求,做好对品牌价值的表达;结合产品细分和消费群体细分,实现差异化传播,将"牛栏山"逐步培育成为"民酒"中的价值标杆。

品质优势上,继续保持"品质为先"的传统,发扬匠心精神,从优秀走向卓越。

人文营销优势上,坚持倡导"包容"的企业文化,践行"和谐共生、合作共赢"的人文营销理念,全面增强了广大经销商对"牛栏山"品牌的信心和忠诚,成为厂商一心,共同撬动全国市场营销的利器

在强化"四大优势"的基础上,牛栏山将加速"三大转变",推动市场营销升级。即:通过"深分销"实现从全国化扩张向市场纵深发展转变;通过"调结构",实现从大单品一枝独秀到明星产品多头并进转变;通过"树样板",从深耕北京到同步打造外埠样板市场转变。

此外,牛栏山还将落实"四个坚持",促进牛酒健康发展;着力"三大创新",不断增强企业活力;完善"三大体系",保障后百亿时代高效运营。

"四个坚持":坚持把党的政治建设摆在首位;坚持履行安全、环保责任不动摇,落实国企担当;坚持精细化管理为前提,逐步实现现代化管理目标;坚持文化兴企,建设和谐企业。

"三大创新":科研创新;人力资源管理机制创新;绩效管理创新。

"三大体系":完善基地建设体系;完善市场协同保障体系;完善质量管理体系。

"百亿牛酒"已经坐实,牛栏山将如何与百亿阵营里的其他选手共竞后百亿时代让世人期待。 (企宣)

伊力特酒三厂做好行车安全确保安全生产

2月20日下午,新疆伊力特公司酒三厂安全领导小组成员认真开展对酿酒行(hang)车安全运行检查,确保酿酒行车的安全运行。

伊力特公司酒三厂酿酒生产行车在使用过程中大都属于满负荷生产操作,在使用中,行车作业中容易造成轨道磨损,出现一边磨损严重,一边磨损轻,出现偏轨的现象,从而造成安全隐患。

为了防止行车的安全事故发生,该厂安全领导小组对全厂酿酒行车进行仔细排查,对轨道磨损大的出现偏轨的行车将小跑车及时调整,确保酿酒行车作业的绝对安全。

通过两个多小时的认真检查,伊力特酒三厂对酿酒行车全面拉网式排查,对企业酿酒作业中的行车的安全运行做到心中有数,从而确保酿酒生产中的行车安全无事故,为企业安全生产奠定了坚实基础。

日前,新疆伊力特公司酒三厂制曲人员正在对曲子进行定量包装,确保公司酿酒生产用曲达到统一的计量标准。近年来,该公司不断完善酿酒曲子的统一计量包装后,投入酿酒生产用曲达到统一,即减少了浪费,又便于运输和定量投放使用的良好效果。

(吕增强 文/图)

●伊力特公司

立足本职 追求卓越

——记山东秦池酒业有限公司总工西玉玲

■ 孙晓琳

西玉玲,山东秦池酒业有限公司总工,白酒国家级评委、山东省人大代表。作为一名科研工作者,该同志数十年如一日,扎根科研一线,倾心科研事业,舍小家顾大家,在平凡的岗位上做出了不平凡的业绩,展现了新时代女性的卓越风采。

1991年8月,西玉玲从滨州农校毕业,来到山东秦池酒厂技术部工作,从此与白酒结缘。看到身边的品酒师傅兢兢业业、一丝不苟细品每种酒的差异,她深受感触,也暗下决心:一定要通过自己的努力,成为一名不同凡响的品酒师。

成为一名合格的品酒师,并不是一件容易的事,不仅要对酿酒技艺了如指掌,更要对品酒知识烂熟于心。这需要具有不同常人的味觉、嗅觉,此外要权衡各方面的综合因素,对各种白酒生产的地理、气候和湿度方面进行综合考量,得出让白酒专家认可的考评结果。为了尽快成长,西玉玲同志虚心向企业的酿酒前辈学习,获取酿酒品评经验。同事们之间,互相切磋评酒技能,找差距寻不足。为提高白酒理论水平,她坚持经常阅读白酒方面的专业书籍和杂志,充实更新专业知识,积极走出去开阔眼界,通过参加白酒质量鉴评会等活动,向评委专家请教,不断提高自己的鉴评水平。

日常工作中,西玉玲严格要求自己,坐得住,静下心,每天认真品评每一杯酒样,对每杯酒样眼观色、鼻闻香、口尝味,综合起来看风格,细微分辨质量差,耐心地、反复地分析、体味、感悟,不断磨练提高自己的感官鉴评能力。因为每天不停地尝酒,舌面有时候被酒精刺激得发黑,时常感到舌头隐隐作痛,常常饭吃不好,觉睡不香。为了保持味蕾的敏感,她平时酒、茶、化妆品"三不沾",吃饭以清淡为主,连孩子都埋怨她说"妈妈做的饭不好吃"。作为专业的品酒师,她深深懂得,要在品酒这方天地里有一番作为,不仅需要一股精益求精的钻劲,还要经得住诱惑,耐得住寂寞,克制住欲望。

白酒省级评酒委员、国家级评酒委员,代表着一家酿酒企业的科研实力和产品质量水平,对增强企业的竞争优势、促进企业大发展,起着十分重要的作用。为此,西玉玲同志励志要考取省和国家评委。2007年,经过不懈努力,她在全省参考的167名技术人员中取得了第五名的好成绩,成功考取省级评酒委员。此后,许多外地白酒企业高薪聘请她去工作,都被她婉言谢绝,西玉玲同志说:"我的根在临朐,舞台在秦池,是秦池培养了我,我要将自己的一生奉献给秦池。"

在考取了省级评酒委员后,集团领导着眼长远,鼓励西玉玲考国家级白酒评委。成为一名白酒国家评委,是所有品酒人的梦想,也是西玉玲自己的心愿,因此,全国的白酒厂家都跃跃欲试,不遗余力地加大对品酒师队伍的培训投入力度,竭尽全力培养出作为企业科研支柱的白酒国家评委。白酒国家评委换届大考每五年一届,代表各省参加考试的,都是白酒品评精英人才,竞争十分激烈。

梦想虽然遥远,但西玉玲骨子里就有一种不服输的精神。她坚信,只要奋斗,就会成功!2011年7月,省食品协会从全省139名省级评委中选拔10名同志参加白酒国家评委的考试。西玉玲同志脱颖而出,以全省第二名的成绩通过了本次选拔考试!为备战白酒国家评委的考试,西玉玲更是倍加努力:全部13种白酒香型标样,反复进行白酒香型鉴别、质量差、重复再现性的品评训练;600多页的两本理论考试教材,先后研读复习了5遍,书都快"啃烂"了。到考试结束,体重减轻了近10斤。功夫不负有心人。最终以优异成绩通过白酒国家级评委考核,被聘为第八届白酒国家评委,成为临朐白酒历史上第一位国家评委。从此,秦池集团在每年的全国白酒专家品鉴会上有了自己的一席之地。

严格的企业制度和完善的技术梯队是企业产品稳定运行的保障。为使企业科研工作更具有规范性,西玉玲组织科技部人员根据企业质量认证标准和行业标准,结合自身实践经验,修订完善了《企业白酒质量大纲》和《白酒勾调细则》,使白酒质量管理更加规范科学,更具操作性。为了培养年轻科研人员,她耐心向科技部的同事们讲解各种工艺参数,一起搞化验分析、校样比对,使一批年轻人很快成为企业科研骨干。

几年来,为确保产品质量,提高秦池酒的市场占有率,她根据不同市场的地域特色和风俗习惯,积极研制开发出了不同风味的秦池系列白酒,既丰富了秦池酒的品种系列,又满足了不同地区消费者的需求。秦池系列产品先后被评为市优、省优产品,连续多年被评为"山东名牌"产品,特别是龙琬重酿酒以高贵典雅的品质,被誉为"齐鲁小茅台",受到了酱酒消费者的喜爱和青睐。

产品的推陈出新代表企业创新发展的成果,更显示了一个企业的科研实力。在研制新产品期间,白天,西玉玲在品酒室细细品评各种酒的品质和香型差异,认真记下自己的分析评语和感悟;晚上,翻阅书籍资料比对各种浓香型酒的理化指标,精选优化配方方案。那段时间,仅工作笔记就写了三大本。功夫不负有心人,在全省白酒质量鉴评会上,53°龙琬重酿、40.8°酒海原浆酒全被评为质量感官金奖,东镇1032获得感官质量创新奖,2018年10月15日由西玉玲带领的技术团队,经过三年的精心研发,龍琬·鲁醬壹號横空出世,致力于打造山东酱酒标杆产品,一上市就受到专家的一致好评。

广告

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

电话 (0839)3600888
(0839)3602639