

做中国企业的思想者

# 企业家日报

## 中国酒

ENTREPRENEURS' DAILY

Chinese drinks weekly 周刊

今日 8 版 第 036 期 总第 9707 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 责编:杜高孝 版式:黄健 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2020 年 3 月 14 日 星期六 庚子年 二月二十一

新闻周刊 | News bulletin

### 郎酒股份公司设立 古蔺郎酒庄有限公司

日前,四川郎酒股份有限公司下发《关于设立古蔺郎酒庄有限公司(筹)及人事任命的通知》,宣布古蔺郎酒庄有限公司成立。

据悉,古蔺郎酒庄有限公司整体负责郎酒庄运营与管理,统筹负责公司客户接待、郎酒庄(含泸州基地、配套企业全体系)参观体验服务、郎酒庄品牌活动、高端私人定制及郎酒庄整体销售业务、天宝洞休闲度假酒店管理运营等。

据郎酒公布信息显示,郎酒股份公司副总经理、郎酒销售公司常务副总经理陈建伟兼任古蔺郎酒庄有限公司总经理,全面负责郎酒庄公司的运营管理,并分管销售公司青花郎事业部。

### 泸州老窖集团 拟发行 5 亿元融资券偿债

泸州老窖集团有限责任公司 3 月 5 日披露“2020 年度第一期超短期融资券募集说明书”,公司本期拟发行 270 天、5 亿元无担保超短期融资券,所募资金用于偿还老窖集团 2019 年度第三期超短期融资券(即“19 泸州窖 SCP003”,债券余额 30 亿元)本金。

### 五粮液: 系列酒调价延迟进行

宜宾五粮液香系列酒有限公司总经销品牌运营部下发通知,称原定于 2020 年一季度进行产品价格调整事宜,现因受突发疫情影响,出于维护各品牌运营商实际利益考虑,暂缓到 2020 年二季度执行。具体产品价格调整时间另行通知。

### 迎宏控股更名官酝控股

日前,迎宏控股发布公告,公司的中文双重外文名称由“迎宏控股有限公司”更改为“官酝控股有限公司”,自 2020 年 2 月 17 日起生效,而英文名称“IAG Holdings Limited”维持不变。此外,公司于联交所买卖股份的中文股份简称将由“迎宏控股”更改为“官酝控股”,自 2020 年 3 月 6 日上午九时正起生效。公司于联交所的股份代号“8513”将维持不变。公司表示,官酝酒业进入上市公司后,将调整战略布局,积极做大做强酒类业务。

### 皇台“保壳”之路初见成效

3 月 4 日,甘肃皇台酒业股份有限公司发布了《关于公司股票暂停上市期间工作进展情况的公告》。公告中,显示了皇台酒业股票暂停上市期间,董事会关于争取恢复上市的意见及具体措施。日前皇台酒业发布的 2019 年业绩预告显示,皇台酒业的“保壳”之路初显成效,预计非经常性损益约为 4000 万元至 4800 万元,主要由债务重组等事项产生。

### 百威啤酒和帝亚吉欧 将结束在爱尔兰的合作

帝亚吉欧爱尔兰公司和百威啤酒集团英国公司决定在 2020 年 6 月 30 日合同到期后终止合作关系。帝亚吉欧爱尔兰公司酿造、销售和分销了百威啤酒集团的部分啤酒,包括爱尔兰的百威啤酒和百威淡啤。从 7 月 1 日起,百威啤酒集团的啤酒销售和分销将转移至啤酒制造商 C&C 集团。在此之前,帝亚吉欧将继续在爱尔兰酿造和分销百威啤酒。(综合)

广告

**金钢集团** 成都分公司  
GOLDEN PAINE GROUP  
私募基金 海外基金发行 金融大数据研究 应用软件开发  
地址:成都市成华区杉板桥路1号多弗国际中心11楼  
电话:13957901888 联系人:楼先生

热线电话:400 990 3393  
新闻热线:028-86637530  
投稿邮箱:cjb490@sina.com



## 破局“双降” 中葡尼雅五星东方“云”首发

◎8 万人在线见证大咖指引行业商机 ◎打造持续赚钱的战略大单品 ◎千年底蕴 + 生态品质的极致表达

《P2》

## “后疫情时期”四特酒双管齐下抓复工



■ 李剑

突如其来的新冠肺炎疫情,对全国乃至全球市场造成了一定的冲击,面对严峻的市场形势,四特酒“一手抓疫情防控,一手抓复工复产”,在抓好防控的同时也将自己的品牌产品抓出成效、抓出品质。

复工首日,保安人员戴着口罩和一次性手套,早早地在大门口引导返岗复工人员有序间隔,排队测温,消毒鞋底,登记备案……整个流程周密细致,井然有序,严密的防控工作让大家吃了颗“定心丸”。

### 厂商共克时艰 出货 2896 箱

春节期间是白酒销售的黄金时段,可占全年销量的 30%以上。尽管酒企、经销商已在年前完成了终端铺货,但受新冠肺炎疫情影响,消费需求下降,仍有不少白酒库存积压在经销商手中。销量不畅、成本支出叠加、现金流吃紧,让不少酒水经销商、零售商颇感时艰。

四特酒自疫情发生以来,不断制定帮扶措施,并给予相应的政策支持,帮助商家提升产品动销。疫情期间,樟树市区限制机动车辆通行和外地人员进入。四特酒在收到经销商提货需求后,提前规划、多方沟通,并要按照

求备齐资料,到高速卡点接洽,使经销商的货车成功进入四特酒厂区提货。现场,货车司机全程未下车,相关流程和票据均由四特酒工作人员代为办理,仅两个小时,2896 箱的复工首单出货任务便圆满完成,有效保障了经销商的利益和生产经营需求。虽然当下整体销售环境不佳,但是在四特酒一系列的扶持政策下,其经销商对未来的预期普遍持乐观态度。

### 酿造基酒超 1.1 吨,灌装近 1.4 万箱

自疫情爆发后,四特酒第一时间成立疫情防控工作小组,科学部署各项防疫工作,如:疫情防控宣传教育、人员摸底排查、员工健康信息跟进、厂区环境检测监测、物资保障储备等。在严格做好疫情防控的前提下,四特酒稳步有序地推进复工复产,分期分批复工,降低风险。自复工后,四特酒一直严要求、高标准防控疫情,并层层督查,把防控工作抓实、抓细、抓落地。

3 月 4 日凌晨 4 点,静谧的夜色被一句“开窖啰”的高亢声打破,出池糟醅、配拌原料、上甑蒸馏……在火热的生产中,四特酒酿一车间 4 个班组正式复工复产,抓住春酿的好时机,酿造优质基酒。上午 8 点,包装二、

五、八车间也各开启了一条生产线,有条不紊地进行喷码、贴标、装盒等工作。据统计,复产首日,四特酒完成基酒酿造超 1.1 吨,灌装产品近 1.4 万箱。

在业内有这样质疑的声音:这段时期酒企生产车间密集复工,是否会加重库存压力?行业专家表示,白酒是特殊的快消品,从酿造到出厂需要一个“贮存”环节,而这个环节甚至长达数年,所以说资金雄厚的白酒企业暂时不会面临高昂库存的风险。另外,即便是白酒企业灌装车间复工,瓶贮 3 个月以上再上市销售也很正常,会有利于酒体稳定,消费者饮用起来口感更柔和。

此外,根据当下行业普遍观点:疫情过后会有一段时间的报复性消费,各种宴请、聚会、酒席会引发酒类产品销售的小高潮。能够看出,值此疫情期间,四特酒复产首日的生产数据,可谓高效、惊人,切实保障疫情过后市场反弹的消费需求。

### 分析销售市场 挖掘营销机遇

白酒行业的复工大多都是分阶段进行,目前基本处于后勤、酿造车间的复工阶段,销售端复工还在筹备当中。在以往的春节期间,具有社交性的白酒行业正值销售旺季,但今

年受疫情影响严重,渠道动销乏力,且如今无法完全复工,库存压力如何消解也是白酒企业所需要思考的问题。业内专家表示,全面复工难在销售,销售的推进,要看其覆盖的销售区域中各地经销商、分销商、零售终端开业情况。现在不少商超和便利店已恢复营业,但餐饮行业受疫情影响严重,在短期内餐饮渠道的打通仍需努力。针对疫情带来的影响,四特酒主动谋变,挖掘市场机遇。

2 月 15 日,四特酒销售四中心“2020 年第一次全体工作会议”借助“YY 语音”和“YY 直播平台”顺利召开,共 157 人参会。会上,四中心总经理李志杰就后疫情阶段的危与机作了深入解析,从渠道和消费者层面切入,在产品、渠道、客户、资源投放等方面提出了工作要求。

据四特酒有关人士表示,受疫情影响,整个酒类市场都面临着库存消化放慢,销售周期拉长的挑战;而疫情过后,又可能出现因渠道快速出货导致价盘、物流失控等现象。在经济环境与疫情双重压力下,大众消费降级亦趋明显。但行业存在的变局就是机遇,各区域要快速行动,稳、准、狠地落实各项工作,如:及时安抚慰问经销商、终端客户,配合客户做好市场梳理和客情建设工作,结合疫情后快速爆发的宴饮需求匹配有效的宴席政策等。

四特酒营销系统在无法深度开展市场工作的情况下主动谋变,纷纷利用视频会议、线上直播、线上讨论、在线培训等方式,提升员工专业技能、剖析市场形势、部署市场工作,围绕既定的市场目标,积极推动各项营销工作,进而深度挖掘市场机遇。为实现疫情后的华丽转身,四特酒积极开展线上品牌活动,如“云酒局”、“逆行抗疫,四特致敬”最美逆行者评选活动、“我的抗疫故事”分享活动等。

总的来看,疫情对行业需求水平的影响是阶段性的。目前,主流企业有序复工,由于复工略有延迟,整体影响有限。从中期来看,领先企业的战略应该保持稳定,并以更加务实的方式应对。在短期冲击的帮助下,它们可以以加快调整和转型,增加份额,增强竞争优势。作为经销商的坚实后盾,四特酒在严格做好疫情防控工作的前提下,保障产品的质与量,满足客户需求,防疫复工“两手抓、两不误、两促进”策略突显成效。

## 白酒市场未“解冻” 人事调整已先行

■ 刘保健

疫情之下,市场还未“解冻”,但白酒企业已经在大量地调整人事。

新年过后,白酒行业一般会迎来人事调整的小高潮,但如今年这般调整得非常频繁的,实属罕见。结合当前新型冠状病毒肺炎疫情持续冲击的背景,更让人感觉出乎意料。

2 月 10 日,洋河股份原副总裁兼销售公司总经理朱伟正式出任贵州醇酒业有限公司董事长兼总经理。

新年前夕,朱伟悄然离职洋河股份,22 天后便加盟贵州醇。随后,朱伟还向酒行业发出公开信,洋洋洒洒地谈自己、谈行业、谈贵州醇规划。计划以两年为时间节点收购一家企业,三年筹备上市并计划在五年内完成,并在第十年时贵州醇打造为全新的两千亿市值酒企。

目标能不能完成且不谈,但无论贵州醇

的发展还是朱伟个人的职业生涯都掀开了新篇章。

2 月 12 日,川发展并购内蒙古河套酒业正式落地,原泸州老窖股份有限公司销售公司副总经理涂吉林等老窖系相关工作人员入驻河套酒业,涂吉林取代张卫东成为河套酒业公司新任总经理。在泸州老窖积累下丰富销售经验的涂吉林,出任河套酒业的“操盘手”,川发展很明显希望他来拉升河套酒业的市场份额。

2 月 20 日,四川省绵阳市丰谷酒业有限责任公司前副总经理梁成履新贵州酒中酒集团销售总经理。梁成从事白酒营销工作已有 23 年,并在泸州老窖、丰谷等浓香酒企履职近 20 年,他的这次职业选择却是奔着酱酒热趋势而来。

2 月 26 日,茅台领导班子再次生变。贵州省国资委宣布茅台领导班子调整充实的决定:推荐涂华彬、王晓维为茅台酒股份公司副

总经理人选,推荐游亚林为茅台酒股份公司监事会主席人选,建议免去万波、张家齐、李明灿三人茅台酒股份公司副总经理职务。

3 月 1 日,李贤富出任茅台生态农业公司党委书记、董事长、总经理。茅台集团宣布为每个车间班子至少配备一名 80 后干部,进一步补齐人才成长梯队。

3 月 3 日,茅台重磅“换帅”。李保芳卸任,48 岁的原贵州省交通运输厅厅长高卫东履新茅台集团“双料”董事长。我们看到,茅台本轮的人事调整幅度最大,除了大量擢升在公司内部成长起来的高管,并青睐有基层历练经验、作风更务实的中坚力量走上公司高级管理岗位,更重要的是在“一盘棋”的思想下,实现了最高负责人的更迭,对未来影响深远。

同一时间,金种子酒宣布贾光明出任董事长,聘任张向阳为公司总经理等。原贵州醇酒业有限公司总裁肖进春,履新岩博人民小酒销售公司总经理。

青岛啤酒现任执行董事和总裁樊伟到龄退休,“复星系”石琨出任青岛啤酒非执行董事。作为“复星系”的高管,石琨今年仅 40 岁,他将填补“复星系”在青岛啤酒董事会中的席位。

从上述人事调整看,有的酒企是直接“换帅”,有的是引进行业优秀的市场“操盘手”。从原因上分析,“换帅”代表一家企业发展战略的重新布局,其着眼点是“破旧立新”。“换将”则是在原有“一盘棋”格局下优化配强,提升销售战线的运转效率,其出发点是原有战略的加速落地。

大量人事调整的背后,折射了行业发展进入某种“拐点”。在疫情冲击、行业调整、加速分化等综合背景下,广纳具备战略谋划和市场执行的人才已成酒企当务之急。

广揽人才入队的酒类企业,等到疫情结束的时候,势必将在发展上掀起阵仗。而这也也许会在未来拉升一个企业的长跑优势。

**伊百路**  
好鞋伊百路 健步人生路  
养生热线:400-100-2912

**双汇熟食**  
SHUANGHUI DELI  
三重卤,更入味