

做中国企业的思想者

企业家日报

中国酒

Chinese drinks 周刊
weekly

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第 061 期 总第 9732 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 4 月 11 日 星期六 庚子年 三月十九

新闻周刊 | News bulletin

拉动内需成政策导向 酒类板块备受关注

随着国内疫情趋势向好,拉动内需促进消费成为政策导向,餐饮行业逐渐恢复。此外,上周我国升级了严防外来输入疫情的管控措施,为营造安全放心的消费环境提供政策保障。目前,根据不同的防疫形势,内陆省份二三四线城市已经逐步放开餐饮、文体娱乐服务业,而一线城市放开进度稍慢。随着消费环境的进一步好转,以及国家政策的推动,而国外疫情蔓延,多国执行封国政策,酒类饮料板块作为重要的内需板块,备受关注。

泸州老窖: 启动市场 5 月前不压货

据悉,泸州老窖销售体系向全国各片区发布了营销新政策的通知,主要公布了泸州老窖下一步的市场运营节奏。这份“通知”主要包含三个方面内容:一是 5 月之前全国片区与客户,不能压货和通路促销;二是泸州老窖全国市场预计将在 4 月中旬逐步启动,5 月之后全面实施配额;三是统一全国各市场启动的标志是该市场终端动销面达到 70% 以上。

百润股份拟投 3 亿 邛崃开建体验中心

百润股份发布 2019 年度业绩,报告期内公司实现营收 14.68 亿元,同比增长 19.39%;实现净利 3 亿元,同比大增 142.67%。其中预调鸡尾酒业务实现收入 12.79 亿元,同比增长 22.42%。

另据百润股份公告,公司同意全资子公司上海巴克斯酒业有限公司与邛崃市人民政府签署投资协议书,拟投资约 3 亿元在邛崃市建设巴克斯烈酒品牌文化体验中心,同时在邛崃市“成都绿色食品产业功能区”建设烈酒生产基地升级项目。

古井贡酒 第三届桃花春曲节“云上” 成功举行

古井贡酒第三届桃花春曲节 3 月 28 日成功“云上相约”。当天上午 9 时,凤凰网、新浪安徽、安徽公共频道及沸闻天下头条号等多个平台同步开播,安徽公共频道主持人大亮、靖玮变身古井主播打卡古井,带领观众一起深度云游了古井贡酒原产地,赏桃花,饮美酒,吃桃花包,品曹操宴,观中国白酒文化博物馆,揭秘桃花春曲制曲工艺,观众们足不出户就赏花了品过了节,尽享了一场“色、香、味”俱全的桃花盛宴。

四川燕京啤酒优化升级 确保产量 14 万吨

燕京啤酒工艺优化创新研究项目是四川省南充市嘉陵区 10 件大事——百亿级产业集群培育工程子项目。该项目主要为控制生、鲜啤酒的氧含量,降低啤酒中的溶解氧含量、瓶氧等,有效控制生、鲜啤酒的新鲜度,延长啤酒保质期,从而提升燕京啤酒的产品档次、生产力水平、市场竞争力,满足市场需求、适应消费变化。四川燕京啤酒表示,公司将开足马力全线生产,确保今年啤酒产量达到 14 万吨。

(综合)

广告

微速云商业直播
诚征全国各省市代理

加盟咨询:18382425534 地址:四川省成都市东城根上街78号

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



不误春耕保酒业 名酒企业“粮满仓”

◎名酒企业部署“私家粮仓” ◎中小型酒企如何解决“粮仓问题”

《P2

西凤酒股份有限公司助力中小学复课 向宝鸡市教育系统捐赠 500 万只一次性医用口罩



日前,为助力全市中小学复课,给广大师生返校复学营造健康安全的环境,西凤酒股份有限公司向宝鸡市教育系统捐赠医用口罩仪式在市行政中心广场举行。市委副书记吴铁、市人大常委会副主任王都让、市政协副主席宋建国及相关部门负责人、捐赠企业代表参加了活动。捐赠仪式由市政府副秘书长周斌主持。

西凤集团公司党委书记、董事长、股份公司董事长张正表示,大疫面前,西凤公司始终保持初心,不遗余力发挥国企责任,与全国人民一起,积极投身抗疫大战之中。在全力组织

复工复产的同时,发动各种资源与渠道,分批次向奋战在疫情防控一线的医护人员、工作人员送去抗疫物资,并联合全国 300 多个城市的经销商,齐心协力为抗疫定点医院、公安、交警、环卫等最美逆行者送去口罩、消毒液、50 度以上西凤酒以及其他生活必需品,以快速响应汇聚陕西酒正能量。

关爱下一代、保护孩子们的健康是西凤公司义不容辞的责任和义务。为了保障广大师生的健康与安全,西凤公司积极响应号召,向宝鸡市教育系统捐赠总价值 1500 万元的



一次性医用口罩 500 万只,为全市 55 万中小学师生复学复课贡献自己的力量,将中华民族的仁爱之心薪火相传。

西凤公司作为国家名酒制造企业,一直致力于社会公益和脱贫攻坚事业。每年慰问驻地学校,组织无偿献血、开展青年志愿者服务,为社会奉献爱心,济危扶困。先后设立了爱心助学、筑巢公益基金;参与了抗震救灾、资助贫困县大学生、关爱退伍军人及烈属、关怀孤寡老人、关爱自闭症儿童、向公安民警英烈基金会捐款等公益活动,并与全省二十多

个村组开展了对口帮扶工作,通过产业扶贫模式,带动近万名农民脱贫致富。

公司先后荣获全国“首批精准扶贫最具影响力企业”“2019 年度中国企业社会责任杰出企业奖”,多次被授予“三秦泰星”、宝鸡市“最具爱心慈善冠名基金捐赠企业”和“企业扶贫先进集体”等荣誉称号。

本次爱心捐赠,是西凤公司再次践行做一个“懂感恩、讲感情、有温度”的企业承诺,承担企业社会责任,为宝鸡防疫发展双胜利贡献西凤力量的生动实践。

(企宣)

2020 春季郑州国际糖酒会取消 2020 秋季郑州国际糖酒会将如期举行

2020 年春季疫情发生以来,郑州国际糖酒会组委会密切关注疫情发展态势,反复研判疫情对今年四月份举办的春季郑州糖酒会造成的影响,经过 1-3 月份的观察和研判,结合当下疫情防控形势,更为了切实保障参会客商的身体和生命安全,按《河南省新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控指挥部关于暂停举办大型公众聚集性活动的通知》要求,郑州国际糖酒会组委会经过审慎研究,决定取消原定 2020 年 4 月 25 至 27 日在郑州国际会展中心举办的“2020 春季郑州国际糖酒会”。已确

定参展并支付部分或全部参展费用的企业,其相关权益在 2020 年秋季郑州国际糖酒会履行。

作为全国第二大糖酒食品类知名会展品牌,郑州国际糖酒会始终以参展企业和参观商为最高服务主体,长期坚持以诚为本的办展宗旨,积极优化展会各项服务,紧紧围绕展会效果做功课,不断深入一线市场了解各类食品分布结构和新消费需求,力争将郑州国际糖酒会打造成为国内外食品行业最强力的交易平台。

在这个特殊时期,组委会做出这个艰难

的决定,应该是最妥善和最负责的安排,也得到广大参展商、专业观众、媒体和合作伙伴的理解与支持。

同时,组委会温馨提醒各位食品界同仁,“2020 秋季郑州国际糖酒会”将如期于 2020 年 8 月 21 至 23 日在郑州国际会展中心举行。本届秋季郑州国际糖酒会展览规模 48000 平方米,使用郑州会展中心一号馆 6 个展厅及二号馆 3 个展厅,将首次增设“国际进口食品展区”。届时,更多全球优质食品、饮品将同台亮相。

2020 年秋季郑州国际糖酒会由中国国际商会、中国酒类流通协会、河南省酒业协会、河南省糖酒食品流通协会、河南瑞城文化传媒集团联合主办,郑州瑞城展览服务有限公司独家承办。

组委会表示感谢各参展企业、各位专业观众、新闻媒体及相关合作机构长期以来对郑州国际糖酒会的支持和关心,衷心祝愿所有食品行业同仁能够早日复工复产,重拾信心再创辉煌,让我们共同携手迎接美好事业新篇章。

(据郑州国际糖酒会组委会)

青啤 2019 业绩报喜 净利增速创十年新高

■ 卞川泽

日前,青岛啤酒发布 2019 年年度业绩报告,公司全年共实现啤酒销售量 805 万千升;实现营业收入人民币 279.8 亿元,同比增长 5.3%;实现归属于上市公司股东的净利润人民币 18.5 亿元,同比增长 30.2%。2019 年,青岛啤酒以人民币 1,637.72 亿元的品牌价值继续保持中国啤酒行业品牌价值第一。

中高端竞争 开拓“啤酒 +”新业务领域

报告期内,青岛啤酒以啤酒市场的高端化、多元化、特色化消费升级需求为导向,持续优化产品结构升级,酿造具有“基础质量+特色质量+魅力质量”的差异化产品,积极引



领中国啤酒行业高质量发展。

2019 年公司主品牌青岛啤酒共实现销量 405.1 万千升,同比增长 3.49%,其中“奥古特、鸿运当头、经典 1903、纯生啤酒”等高端产品共实现销量 185.6 万千升,同比增长 7.08%,保持了在国内啤酒中高端产品市场的

竞争优势。

在继续坚定不移做强做优啤酒主业的同时,公司发挥创新性思维,整合平台资源积极开拓“啤酒+”新业务领域,开发生产了以王子海藻苏打水为代表的海洋健康饮品等新产品,打造与主业互补的多业态共赢共利生态圈,为长期可持续发展奠定了基础。

多措并举 推动经营业务持续稳健增长

2019 年青岛啤酒秉承“能力支撑品牌带动下的发展战略”,围绕消费者的多元化需求,提出了“品牌引领、创新驱动、质量第一、效益优先、结构优化、协调发展”六大战略指引,积极开拓国内外市场,大力推进新旧动能转换和产品结构升级,通过开拓基地市场战

略带,打造规模化、智能化生产基地,建设高效智慧供应链等举措,增强新旧动能转换驱动力;充分发挥青岛啤酒的品牌和品质优势,持续优化提升产品组合,不断增强区域市场竞争力,多措并举推动公司经营业务的持续稳健增长,实现高质量发展。

报告期内,青岛啤酒公司发挥覆盖全国主要市场的网络布局优势,继续大力推进产销协同,在国际市场,公司以“青岛啤酒”高品质、高价格、高可见度的定位,树立“中国质造”高端形象。在继续深耕欧美等传统市场的同时,积极开拓“一带一路”沿线国家新市场,通过举办“同一个世界(one world)同一个节日(one festival)同一杯啤酒(one beer)”啤酒节等活动,提升在新开发市场的品牌影响力。目前青岛啤酒产品已行销全球一百余个国家和地区,产品销量和国际影响力不断提升。

广告

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