

做中国企业的思想者

企业家日报

中国酒

Chinese drinks weekly 周刊

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第119期 总第9790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6月13日 星期六 庚子年 闰四月二十二

新闻周刊 | News bulletin

泸州老窖6月30日 召开2019年度股东大会

2020年6月30日(星期二)14:30,泸州老窖将召开2019年度股东大会。据悉,本次股东大会采取现场投票与网络投票相结合的方式召开。公司将通过深圳证券交易所交易系统和互联网投票系统向全体股东提供网络形式的投票平台,股东可以在网络投票时间内通过上述系统行使表决权。同一表决权只能选择现场、网络或其他表决方式的一种,同一表决权出现重复表决的,以第一次有效表决结果为准。

宿迁市政府班子成员 访问中国酒业协会

近日,宿迁市人民政府副市长曹秀明一行到访中国酒业协会,宿迁市工信局局长王瑞,洋河新区党工委副书记张联东,洋河新区四级调研员、洋河镇副镇长陈岗,江苏乾隆江南酒业名誉董事长张建良,总经理张鑫等随行。中国酒业协会副理事长兼秘书长宋书玉,副秘书长甘权,副秘书长刘振国等协会领导参加了会谈。

宋书玉副理事长特别表示,以酒业为中心,推动经济建设,助力乡村振兴是中国酒业协会的责任与使命,中国酒业协会将全力为宿迁市提供技术支持与各种帮助,以宿迁“中国酒都”、洋河新区“美酒名镇”建设为依托,推动当地特色产业与酒类产业融合发展。

全国书画名家 访汾酒文化交流活动举行

日前,“喝必汾 汾必喝”全国书画名家访汾酒系列文化交流活动”在中国汾酒书画院举办。刘晓勇、王岳青、冯舒涵、韩志鸿、周治锐、冯海涛、王立新、王春山等十余位书法名家走进汾酒,了解悠久的酿酒历史文化,品汾酒清香,赏国粹魅力。汾酒党委书记、董事长李秋喜,汾酒副总经理、汾酒书画院院长常建伟等领导参加本次活动。正所谓:言心声,书心画。身处翰墨之中,受书法艺术的熏陶,汾酒已经超出了酒本身的功能,成为一种特殊的精神愉悦。

郎酒: 筹建专用高粱标准化体系

近日,郎酒集团副董事长汪博伟率领郎酒品质研究院团队与四川农科院水稻高粱研究所,巡察泸州郎酒专用高粱实验田和自贡高粱种植基地,深入探讨“如何建立高粱标准化体系,从源头保障郎酒品质”。未来,郎酒品质研究院将加紧推动高粱基因测序工作,在种子培育、抗虫抗风抗害方面,加大品质表达、科研投入与精力。

王延安带领合作盟友 赴西凤集团参观交流

近日,西凤酒15年6年品牌全程创意策划运营人、陕西禧福祥品牌运营有限公司董事长王延安带领西凤酒15年6年省内地市级合作盟友及经营团队一行70多人来西凤集团公司交流学习,公司领导张正、张力、贾智勇、刘周虎、杨会军、卢军贤、师红勤、袁戊宇、王科岐、张周虎、陈军红热情接见,并围绕同心聚力、笃行致远,携手推动西凤高质量发展举行了交流座谈会,座谈会由股份公司副总经理、西凤酒品牌运营有限公司总经理周艳花主持。(综合)

广告

**双汇熟食**
SHUANGHUI DELI

**三鲜肉,更入味**

热线电话:400 990 3393
新闻热线:028-87319500
投稿邮箱:cjb490@sina.com

企业家日报微信公众号
二维码

中国企业家网
二维码

征战国际赛事 舍得首破 ITI 中国白酒三星记录

◎ITI:担心中国白酒得到“不公正”待遇 ◎舍得:在 ITI 出道即巅峰的中国白酒 ◎中国白酒:大国芬芳正当时

<<< P4

阿里与全国糖酒会“牵手” 两大巨头联合打造云展平台



日前,中粮集团与阿里巴巴集团云签约合作备忘录,双方携手将有中国食品行业“晴雨表”之称的全国糖酒会以“云展会”的形式延伸到线上,引领后疫情时代展会行业价值链重构,开拓国内食品酒类行业产销对接的数字化新机遇。

根据备忘录,双方将合作打造全国糖酒会云展平台,将充分运用人工智能、云计算等技术,集线上展示、供采对接、直播营销、洽谈交易为一体,实现数字化虚拟展馆、实时互动交易、智能商贸洽谈、全链路参会体验、展会生态服务等功能,并能够与线下展位及活动

实现互动互融,为展商及专业观众提供创新的参展体验。

中粮集团与阿里巴巴集团还将围绕全国糖酒会项目,在淘宝电商专区、直播活动、展会夜经济、金融服务、物流供应链等多个领域开展合作。

中粮集团党组书记、董事长吕军在签约仪式上表示,作为中国最大的粮油食品企业,中粮集团在抗击疫情过程中,全力服务大局、保障粮油食品民生物资供应,同时大力拓展线上渠道,不断创新营销模式,加快推进经营管理的数字化、信息化、智能化转型。中粮集团和阿里巴巴集团作为各自领域的领军力量,优势互补、携手合作,是在数字经济时代面向未来、寻找新增长点的探索,是助力食品行业产业链顺畅,在危机中有新机、变局中开新局的实践和行动。希望双方协力同心,为经济社会加快恢复、满足人民美好生活,共同做出应有贡献。

阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官张勇在签约仪式上表示,阿里与中粮集团在各领域合作由来已久,这是首次进入食品酒类领域。在现实需求和重大机遇之下,阿里很高兴有机会发挥技术力量和生态优势,令会展这种传统的商业贸易往来形式与数字经济紧密结合。

当今世界充满各种不确定性,而最大的确定性就是数字经济的发展大势,和推动数字化转型的社会共识。

全国糖酒会是中粮集团旗下重要业务之一,是中国最为知名的大型专业展会之一,是推动食品和酒类行业深化全方位合作、携手高质量发展的重要平台。(会宣)

“地摊经济”引爆啤酒概念股的狂欢

徐雅玲

一声“地摊经济”的号召,除了恢复了多个城市许久不见的人家烟火气,股票市场“地摊经济”相关的概念股纷纷飘红。

近日,沪深两市开盘后地摊经济概念股继续大涨,与地摊经济相关的啤酒、食品板块也异动拉升。其中,A股三大指数集体高开,啤酒概念股走强。当日,珠江啤酒涨9.86%接近涨停,燕京啤酒、惠泉啤酒、重庆啤酒涨幅均超4%。青岛啤酒报收于67.30元/股的历史最高价。据悉,4月份青岛啤酒销量、收入、利润等各项经济指标均实现了同比两位数的增长,其中销量同比增长12%。

业内人士分析指出,在地摊经济中,餐饮必定是不可或缺的,啤酒旺季动销值得期待。根据国家统计局发布的2020年4月啤酒产量数据显示,4月我国啤酒产量达到307.9万千升,同比增长5.4%。此外,同属酒类,今年以来啤酒板块收益高于白酒板块。据相关统计,今年以来白酒股的收益率为11.47%,而啤酒股的收益率为15.12%。

事实上,仅从6月份以来的市场表现看,7只啤酒股全线上涨,兰州黄河、惠泉啤酒、燕京啤酒3只个股期间累计涨幅均在10%以



上。随着啤酒消费的黄金期夏季到来,受疫情影响的餐饮消费逐渐恢复,各地的夜经济“亮起来”,必然带动啤酒的消费恢复。

“夏天本来也属于啤酒消费旺季,加上近日‘地摊经济’的刺激,在二级市场快速拉伸也符合资本市场规律。”广发证券刘芷君指出。

盈亚证券投资咨询有限公司投资顾问易凯告诉记者,经过近几年的市场竞争,啤酒行业头部企业的地位基本确立,销量稳中有升,品牌知名度深入人心,生产规模扩大、成本下

降,带动整体行业的盈利能力提升。去年啤酒淡季时各大啤酒厂商的涨价行为,已经验证行业中长期拐点出现,板块的配置价值引起中长期资金的关注;而近期啤酒股股价的上涨,是受益于夜市经济、天气变热等因素,市场预期啤酒需求扩大而引发的资金介入。

新时代证券研报指出,啤酒行业持续受益于消费场景的延展,从佐餐到休闲,消费者价格敏感度在降低,行业企业产品与品牌的创新在引导与迎合消费升级趋势同时将持

受益吨价提升带来的业绩弹性。寡头竞争格局稳定,高端化已成行业共识,2019年A股啤酒上市公司营收、利润增速分别为3.86%和53.72%。

盈亚证券在研报中指出,行业高端化逻辑清晰,基本判断是:短期气温提升催化“夜经济”与“地摊经济”等排挡、夜场场景恢复促进放量+产品提价,啤酒销量与气温(尤其是30度)以上具有强相关性。2020年5月全国30度以上平均天数9.6天,同增3.1天,2020年4月啤酒产量同增7.5%,预计5月份行业销量将有双位数增长;中期看,关厂提效,优化产能结构,提高ROE水平;长期看,受益于产品结构提升(高端化)带来的业绩成长。重点推荐股权激励标的青岛啤酒和嘉士伯中国资产注入预期标的重庆啤酒,2020年PE分别为43X和55X;显著受益标的华润啤酒、珠江啤酒。

既然啤酒股有望迎来新机会,那么投资者应该如何参与呢?

易凯分析指出:“啤酒消费受天气、饮食习惯和品牌效应的影响较大,所以选择相关个股可考虑:其一,产品知名度覆盖面较大的企业;其二,高温天气持续时间较长地区的企业;其三,夜市经济活跃度较高地区的啤酒品牌企业。”

厚道做人 匠心酿酒 厚匠酒开启酒旅融合之路

日前,厚匠酒河南战略合作商团队由刘锋董事长带队一行20多人返厂游及参观学习,对厚匠酒原酒的生产工艺和各个环节进行了深入的了解和体验,并就2020年下半年厚匠酒的销售工作进行了交流沟通,大家热情高涨,充满信心。

贵州省仁怀市天邦伟业酿酒有限公司是茅台镇专业酿酒生产销售酱香型白酒的核心企业,其前身企业组建于1992年,经不断的并购重组,现已形成一定的体量规模,占地476亩,建筑面积90000平方米,制曲车间一栋,酿酒车间10栋,生产窖池500口,现代化灌装生产线两条的规模企业。年生产大曲酱香酒5000余吨,储存基酒20000余吨,生产线已具有日灌装酒100000瓶的生产能力。

厚道做人,匠心酿酒。打造健康酱酒,弘扬酱酒文化是我们的事业。

中国名酒大师,天邦酒业总工程师龙则



河给团队讲解厚匠酒特点与风格。他讲到酿酒不仅要注重安全品质,更要对得起酿酒人的本心。酿好酒,远远不只纯粹的工艺,酒德、酒礼、酒文化等都融合在小小的一杯酒中。龙大师讲到:“酒,源于阴阳,生于土木,成于金火,溶于水中。酿酒讲究阴阳调和,小麦属阴,

冬天生长,春夏成熟;高粱属阳,夏天生长,秋冬成熟,两者1:1,交汇发酵,才能产出酒。”酒有酒道,酸甜苦辣咸,阴阳一体,水火相容,是酒,也是人生。

交流期间公司领导程飞在厚匠酒品牌文化方面做了陈述,厚匠酒以“厚德”和“匠心”为主要诉求和基本点,形成独特的属于厚匠品牌的文化。

厚德载物——只有行善积累厚厚的功德才能承得起你今天所拥有的所享受的物质和精神文明。享受的多、拥有的多就越需要更多的积功累德。一个有道德的人,应当像大地那样宽广厚实,像大地那样载育万物和生长万物。一个人在做人处世时要心胸开阔,立志高远,要严于律己宽以待人。做人要增加内涵,做事要贡献社会。

匠心精神——虚以待物,宽以待人。匠心意味着严谨、一丝不苟、耐心、专注、坚持、专业,

敬业、淡泊名利。以极致的态度对自己的产品精雕细琢、精益求精、注重细节、追求更完美和极致精神理念。不投机取巧,确保每一瓶酒的质量,对产品采取严格的检测标准,不达要求绝不轻易交货。不断提升产品和服务。

现阶段正是酱香型白酒消费热度上升期的关键时点,如何快速打动消费者对厚匠酒的品尝购买欲望,接下来是销售模式与方法的切入,以品质酱香和“厚匠”文化为内涵,以体验游为载体,厚匠酒正展开一场与消费者的深度沟通,这将为诸多厚匠发烧友,更好的了解厚匠酒,以及酱香白酒提供了一个绝佳的途径。同时,这种集自然之美,文化之美,功能之美,业态之美,以及旅游度假、文化商贸、康养休闲、会展经济、观光农业等诸功能为一体的酒+文旅产业融合发展,也是符合当代休闲旅游的新业态,对白酒产业的跨界发展,树立了一个绝佳典范。(企宣)