

在赤水河演绎新时代酱酒故事

——世界酱香型白酒核心产区七家企业签署共同发展宣言侧记

■ 本报记者 樊瑛 张建新

6月8日,茅台、郎酒、习酒、国台、珍酒、劲牌、钓鱼台等7家重量级酱酒企业负责人齐聚茅台古镇,同心同向、聚势前行,共同发起并签署《世界酱香型白酒核心产区企业共同发展宣言》,为推动酱香型白酒产业高质量发展出谋划策、贡献力量。

据悉,这也是中国白酒历史上,赤水河两岸酱酒企业首次为彼此共同的传统、信念、理想与价值观发出赤水河谷酱酒的好声音。由此,世界酱香型白酒核心产区从概念照进现实,酱香型白酒正式走上了产区化与国际化的进程。

面对未来,赤水河畔的酱香酒企将以坚守酱酒工艺为己任,以弘扬酱酒文化为志向,共同构建“生态基础最牢固、生产工艺最独特、产品品质最卓越、标准体系最权威、产区品牌最响亮、酱酒文化最鲜明”的国际一流产区。

■ 打造高水平世界级白酒产业集群

中国酱香,赤水河谷。

下午2点,酒香四溢的“中国第一酒镇”茅台,奔涌着开放包容、合作共赢的澎湃力量。“同心同向 聚势前行——世界酱香型白酒核心产区企业共同发展宣言签署仪式”在这里举行。

中国酒业协会理事长王延才,贵州日报报社社长、贵州日报当代融媒体集团党委书记、董事长邓国超,国务院发展研究中心市场经济研究所原所长任兴洲,贵州省工业和信息化厅原副巡视员付学农,正一堂营销咨询机构董事长杨光,资深酱酒专家、权图酱酒工作室创始人张权图,中国传媒大学互联网信息研究院副院长、艾利艾智库董事长李未柠,今时代传媒董事长高高等专家学者受邀参加仪式。

茅台集团党委书记、董事长高卫东,茅台集团党委副书记、总经理李静仁,郎酒集团董事长汪俊林,习酒公司党委书记、董事长钟方达,天士力控股集团董事局主席、国台酒业董事长闫希军,金东投资集团董事长吴向东,劲牌公司董事长、总裁吴少勋,贵州钓鱼台国宾酒业总经理丁远怀等“世界酱香型白酒核心产区企业共同发展宣言”发起企业主要负责人出席仪式。

参加仪式的还有茅台集团党委副书记王焱,党委委员、副总经理杨建军,党委委员、总法律顾问段建桦,总工程师王莉,党委委员、副总经理万波,茅台酒股份公司副总经理王晓维以及相关处室、各子公司负责人。

产区,因人们对自然的崇尚而产生,因市场交易而被认可,因对生态的坚守而延续,因对技艺的改良传承而发展。

“产区是中国酒类新的品质和价值表达方式。”王延才在主旨演讲中说,近年来,中国酒业协会一直在探讨,中国白酒业究竟要走什么样的路,最终得出的共识是,中国白酒今后必然会形成一些特定的核心产区。

在王延才看来,中国酱香型白酒的核心产区,正是依赖赤水河流域独特的自然生态而形成的特色产区。特别是以茅台、郎酒、习酒、国台、珍酒、劲牌、钓鱼台等为代表的企业,正是赤水河流域为主的,同一生态下酱酒核心产区的著名企业。

不言而喻,赤水河对于生产好酒有着不可或缺或地理优势,其孕育了众多中国名优白酒品牌,既有单品销售额全球第一的茅台酒,也有郎酒、习酒、国台、钓鱼台等强势产品,还有正在赤水河沿岸大力投资的珍酒、劲牌等新锐阵营。

不夸张地说,赤水河谷的酱香型白酒产品,即便放在全球烈酒产区来看,也是竞争力最强的板块。

一组数据可以证明:过去一年,赤水河流域酱香型白酒产能约为47万千升,占全国酱酒产能的85%,实现营收约1244亿元,占全国酱酒市场的90%以上,已经形成了典型的产业集群。

“中国打造世界级白酒核心产区是必然选择。”深入分析当前中国宏观经济形势和白酒行业发展后,任兴洲认为,中国一些白酒产区因独特香型和产品特色而享誉全国甚至世界,客观上已具备打造世界核心产区的必备条件。

任兴洲说,无论是加快白酒行业的产业结构调整,促进产业的空间结构优化,提升产品品质,实现高质量发展,还是深化供给侧改革,为城乡居民提供更高质量的产品,满足消费者不断增长的需求,还是推进白酒产品的国际化,都需要打造我国白酒的核心产区,发展好先进的世界级白酒产业集群。

■ 开放合作 共享发展机遇

近年来,白酒消费趋势呈现出显著的“酱酒热”。据不完全统计,2019年,酱香型白酒产能约55万千升,完成销售收入1350亿元左右,实现利润约550亿元,占全国白酒行业7%的产能,实现了21.3%的销售收入和42.7%的利润,酱香型白酒已成为名副其实的“黄金产业”。



● 签署《宣言》的七家企业主要负责人共同合影

观点集萃

习酒公司党委书记、董事长钟方达:产区不同企业的酒有风味差别是非常好的事,一方面让消费者有更多选择,另一方面也是差异化竞争,还丰富了酱酒产品。酱酒已经有一套标准体系,最重要的是执行问题,相比之下,定核心产区标准并不急迫。

天士力控股集团董事局主席、国台酒业董事长闫希军:核心产区企业要树立大茅台观,学习茅台的历史、文化、人格精神、质量,坚守工匠精神,树立酱酒的新理念,使酱酒的产区、产品、企业品牌继续热下去。

金东投资集团董事长吴向东:产区意味着社会责任、社会贡献和社会信誉度,产区企业一定要有一个底线,希望今后一提到赤水河,就是世界上最好的酱香白酒的代名词。

劲牌公司董事长、总裁吴少勋:从“对手如林”到“战友成群”,《宣言》的签署意义深远,让我们酱酒企业在茅台带领下互相学习、互相促进,占领更多中国市场,而且能够走出去。

贵州钓鱼台国宾酒业总经理丁远怀:产区内每一个企业都有自己的味道,合而不同,“合”酿的都是传统工艺做的好酱香酒,“不同”是指我们的符号不同、风格差异不同,各有各的味道。

登高望远,唯有开放合作,方能共享机遇。

基于对酱酒产业的共同关注,为凝聚共生共荣、竞合发展的价值追求,贵州四川两地政府多次沟通、协调,希望跨行政区域打造以赤水河流域为核心的世界酱香型白酒产业集群,推动全国白酒产业高质量发展,与世界酒业发展接轨。

在此次世界酱香型白酒核心产区企业共同发展宣言签署仪式上,茅台集团党委书记、董事长高卫东,郎酒集团董事长汪俊林分别作主旨演讲,围绕核心产区建设建言献策。

“建设核心产区要有三个‘硬核’。”高卫东用三个“硬核”阐述了茅台对建设核心产区的看法:“硬核”产品、“硬核”行动、“硬核”企业。

“消费者对成功产区的追随,其根本是对优质‘硬核’产品的认同。”在高卫东看来,赤水河沿岸的世界酱香型白酒之所以受人欢迎,就是因为大家和而不同,虽然各有各策,但是都有严苛的工艺要求、复杂的工艺流程,厚重的历史积淀,一起塑造了品质与品牌并驾齐驱的商业逻辑。

高卫东认为,“世界酱香型白酒核心产区”打造“硬核”产品有两个标准,一是出色的品质,二是具有跨地域、跨文化影响力的品牌实力。

“酱香型白酒,是高度依赖于环境与生态的传统产品。”高卫东在讲话在中倡议酱酒企业要有保护生态的“硬核”行动:“作为有幸成长于这片土地的受益者,我们有责任行动起来,为赤水河流域的生态保护作出更大贡献。”

在这方面,赤水河谷酱酒企业早已做过许多有益的尝试。2018年6月,茅台、郎酒、习酒、国台、钓鱼台等五家企业,就联合出资



● 赤水河流域独特的自然生态,为其成为中国酱香型白酒核心产区提供了有利条件。



● 会议现场,参会嘉宾见证了世界酱香型白酒核心产区从概念照进现实,酱香型白酒走上了产区化与国际化的进程。

2400万元,在赤水河源头贫困地区开展生态补偿扶贫公益活动。

“我们必须清醒地看到,赤水河沿岸的生态容量总有一个‘天花板’。”高卫东表示,尽管酱酒板块持续升温,酱酒企业在规划与布局时,仍要充分考虑这片区域的环境与自然压力。“我们一定不会因为产量和市场的发展,改变和调整我们的标准,不能吃祖宗饭、断子孙路。”

此外,建设世界酱香型白酒核心产区,还需要有“硬核”企业。这些“硬核”企业需要更多坚守品质与品牌、适应新的消费趋势,同时推动产区发展,共同把酱香酒市场这块蛋糕做得更厚实、更有效益、更有质量。“产区成功的核心,离不开品质与口碑,也离不开更多有情怀、有担当、有责任心的企业。”高卫东认为,只有更多的产品起来了,更多的企业做强了,核心产区才能真正成为消费者心目中朝圣的核心产区。

“维护茅台引领,做优产区品牌。”立足聚力企业优势、推动产区发展,汪俊林建议,“维护茅台就是维护酱酒行业和在座的酱酒品牌。”

在谈到世界酱酒核心产区如何建设时,汪俊林认为,首先是建设环境友好型的生态产区,坚实保障酱酒酿造高品质;其次是建设产业可持续的人文产区,打造各具特色的品牌集群;第三是建设产业带动的消费者互动产区,促进酱酒产业品味升级。

“茅台是酱香白酒行业内的老大哥,是我们的榜样,也是标杆,在茅台带领下,我们一起做优核心酱酒产区这个金字招牌。”

提升产品品质,是建设核心产区的应有之义。汪俊林希望,酱酒企业要拒绝粗制滥造,对消费者负责,推动产区高品质发展。同时,找准各自定位,强化产区意识,积极竞合发展,扩大

产区优势,向市场要更大效益。

■ 共谋产业发展 同创酱香未来

“凡本产区企业,无论资本来源,均认同并珍视产区人文传统,把坚守传承、遵循天道当作共同价值理念,视质量为生命,弘扬工匠精神……”宣言签署环节,高卫东、汪俊林、钟方达、闫希军、吴向东、吴少勋、丁远怀代表7家酱酒企业,共同上台签署了《世界酱香型白酒核心产区企业共同发展宣言》(以下简称“《宣言》”),承诺共建产区光明未来,给世界贡献更多美好,并期待产区更多同业加入。

据了解,《宣言》由茅台、郎酒、习酒、国台、珍酒、劲牌酱酒、钓鱼台7家企业共同提议,经过半年时间反复磋商才最终形成,集中体现了“酱酒人”视质量为生命、以产品赢口碑、以共赢谋共荣的坚守与担当。《宣言》中涵盖了坚守工艺、保护环境、诚信经营、做细服务、做优品牌等内容,旨在倡议产区从业者深化共识、承载责任,同心同向、聚势前行,不断提高酱香酒的知名度和美誉度。

茅台集团党委副书记、总经理李静仁在介绍产区背后的理念与愿景时说,这份宣言,释放出酱香型白酒企业响应政府号召、加快行业高质量发展的强力信号和鲜明态度,在当前越加复杂的国内国际经济社会形势下,对行业和地方经济发展具有特殊的意义。

同心同向,聚势前行。世界酱香型白酒核心产区概念的落成,不仅意味着酱香型白酒正式走上了产区化与国际化的进程,更意味着所有核心产区相关企业和品牌的命运,也在这一刻更加紧密地交织在了一起。

“核心产区概念的提出和《宣言》的发布,对贵州白酒产业的发展是至关重要的,带来的机遇也是显而易见的。”习酒公司党委书记、董事长钟方达深有感触地说,机会来临,能不能

乘势而为的还是企业的综合实力,需要主动出击,寻找与市场、与消费者的契合点,推动企业高质量发展。

天士力控股集团董事局主席、国台酒业董事长闫希军表示,把核心产区打造成为具有世界影响力的优质酿酒产区,是赤水河谷酱酒企业的底气和信心,在产区品牌上,也会给产区企业带来市场话语权和影响力。

“一个产区最大的价值,就是坚守传统白酒酿造工艺,酿造出具有稀缺价值的工匠级好酒回报消费者。”金东投资集团董事长吴向东认为,核心产区的打造极具战略意义,酱酒企业可借势提升企业品牌力和产品知名度,展示企业责任形象。

“核心产区一定会催生核心产品。”作为酱酒行业的“新兵”,劲牌公司董事长、总裁吴少勋坚信“有产量才有存量,有存量才有质量”,正在“十年磨一剑”的劲牌茅台镇酒业有限公司,预计到2027年才推出产品。

贵州钓鱼台国宾酒业总经理丁远怀认为,核心产区的成立势必会促进产业一体化管理和产区品牌知名度、影响力的提升,为中小企业带来了极大的发展空间,各企业要有精准的市场定位和品牌培育,不断扩大品牌影响力。

“疫情之下,《宣言》的推出充分彰显了中国酒业的自信,以及进一步推动中国酒业与世界酒业融合发展,走向共赢发展、协调发展,构建酒业和谐秩序的魄力。”王延才希望7家发起单位带好头,以高度的社会责任与担当、全产区全品类全行业的站位以及国际化的视野,优化产区生态,培育产区优质品牌,推动产区内酒企的共同发展,促进我国白酒产业高质量发展。

参会嘉宾一致认为,在所有核心产区领军企业的共同努力下,酱香型白酒行业定会不负众望、奋勇拼搏、开拓创新,以良好的经济效益和社会效益回报社会和广大消费者的厚爱。