

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 051 期 总第 10031 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

2021 年 3 月 6 日 星期六 辛丑年 一月二十三

新闻周刊 | News bulletin

顺品郎斩获 中国白酒酒体设计奖

日前,中国食品工业协会“2020 年度白酒国家评委年会”顺利召开,来自全国各省、自治区、直辖市的 300 余名白酒国家评委、专家,经过 15 轮次的盲评后认定,45%vol 兼香「顺品郎」,「晶莹透明,浓酱馥郁,芳香幽雅,绵甜净爽,余味悠长」,品质个性独特,获得中国食品工业协会颁发的产品品质最高荣誉奖项——2020 年中国白酒酒体设计奖。

分众传媒 莅临西凤参观交流

日前,分众传媒董事长江南春一行莅临西凤公司交流学习。分众传媒董事长江南春表示,西凤企业拔地而起的制曲、制酒技改大楼、智能化的成品生产专线、振奋人心的发展规划,无不体现着西凤正以脱胎换骨的勇气和智慧拥抱新时代的到来。蓬勃发展的西凤,拥有诸多可以深度挖掘的品牌潜力,相信通过提升渠道渗透力和消费者心智渗透力,一定可以助力西凤品牌再度腾飞。

会稽山 2020 年净利润 同比增长 76.21%

近日,会稽山绍兴酒股份有限公司发布 2020 年年度业绩预增公告。公告显示,预计 2020 年度实现归属于上市公司股东的净利润与上年同期相比增加 12685 万元左右,同比增加 76.21%左右;扣非净利润预计为 1.27 亿元左右,与上年同期基本持平。

疫情带来新的压力 通化葡萄酒企业停产

据通化葡萄酒协会方面向媒体透露,目前通化市内的葡萄酒生产企业都已经停产,复产还要等待有关部门的进一步指示,新一轮疫情会给当地葡萄酒行业带来一些新的压力,但年前主要货源已经发至经销商处,团购小单销售会受到影响。

西凤与山东宝真 正式达成战略合作

日前,陕西西凤酒与山东宝真酒业正式达成战略合作关系,双方就产品、渠道、运营等多领域深度合作达成一致。山东宝真酒业成立于 1992 年,以“美酒创造美好生活”为使命,是一家集名酒品牌运营和中高端白酒销售于一体的专业化酒水品牌运营商。山东宝真酒业将集中围绕山东市场,凭借在山东白酒市场的影响力及中高端白酒操作经验,助力实现西凤酒中高端产品在山东市场的全面布局和快速发展。

川酒集团 2020 年营收 258 亿

日前,川酒集团召开 2020 年总结及 2021 年工作安排部署会。会议透露,2020 年,川酒集团全年实现营收 258 亿元,利税达 6 亿元,其中酒业营收 40 亿元,形成了“六朵金花+川酒集团”的“6+1”川酒发展新格局。同时,川酒集团发布了 2021 年目标及十四五规划。到 2021 年底实现营收 300 亿元,十四五末实现营收 500 亿元。

黄酒行业协会发布 绍兴黄酒产业振兴纲要

近日,黄酒行业协会换届大会在绍兴市召开,并发布了《绍兴黄酒产业振兴纲要》,提出未来将从技术创新、营销理念、沟通合作等 10 个方面促进绍兴黄酒产业振兴,扩大海内外市场。数据显示,绍兴目前共有 SC 认证的黄酒酿造企业 80 家,总资产 106.1 亿元。其中,规模以上黄酒生产企业 13 家,2020 年实现产值 43 亿元,约占中国四分之一。(综合)

慢是匠心 醺是境界

慢醺雅韵酱酒蓄势待发



■ 岳晓声

近日,“慢醺雅韵·冬藏大典暨慢醺新年新品发布会”在中国厨师之乡河南长垣隆重举办,河南酒业协会副会长兼秘书长蒋辉、河南省安徽商会常务副会长叶建亭、慢醺创始人郑世兵、慢醺会长分会会长张喜红、慢醺战略委员会主席李振勋、慢醺文化布道官高源以及众多媒体记者、慢醺酒粉丝到会祝贺,并共同见证了活动盛况。

何谓慢醺酱酒?慢醺酱酒创始人、贵州慢醺酒业股份有限公司董事长郑世兵在接受记者采访时表示,慢醺酱酒是以文化命名,其含

义是:慢是匠心,醺是境界,满足的是品质消费、情感消费、价值消费和文化消费需求。

郑世兵认为,在消费升级和对健康重视的大背景下,酱香酒呈现出火热的现象,人们对酱香酒的青睐更多的是“喝少一点,喝好一点”的内在需求。慢醺酱酒成立之初,就提出了“好酱酒,要慢醺”的品牌理念。主要体现在以下几个方面:一是酱酒独特的工艺要追求“慢”,储存五年后再出酒,“慢”体现的是精益求精的“匠心”;二是饮酒要“慢”。品评酱酒要小口品鉴,强调健康饮酒;三是生活节奏要“慢”。慢醺酱酒,追求的一种境界、生活态度和饮酒习惯的转变。

郑世兵告诉记者,慢醺大力推行“七新推广法”,即坚持新设计、做出新文化、打造新品牌、开发新品类、创新新品质、带来新体验、做出新气象。同时坚持慢醺的“六慢论”理念,即慢选粮、慢制曲、慢发酵、慢品鉴、慢生活。最终坚持慢醺的 F2C 模式,把体验进行到底,把传统酒文化传播进行到底,把健康的生活方式输出进行到底。

郑世兵强调,正是在这种理念下,慢醺酱酒一直坚持做文化、品牌推广和健康饮酒理念的培育,20 年厚积薄发,在众多的酱香酒品牌中脱颖而出,成为中国酱酒慢醺时代文化的杰出代表。

酒业论坛 | Observation

2021 年中国葡萄酒市场会好吗?

“2021 年,中国葡萄酒市场会好吗?”想必是盘旋在每一个葡萄酒人心头的问题。由此,葡萄酒研究特别选取了五个市场关注度较高的问题并给出了自己的回答,试图从这五个问题中带你一窥葡萄酒行业的 2021,或许不够全面,但希望能够带给你一丝启发。

“双反”压力下澳洲酒前景如何?

2020 年,中国商务部对原产自澳大利亚的相关葡萄酒进行了“双反”调查,并采取了加收保证金的制度,高额的保证金造成了澳大利亚葡萄酒进口量锐减。长此以往,失去成本优势的澳洲酒必然将失去中国市场,尤其是部分品牌力低、议价能力弱的中小酒庄。像富邑、登嘉这些澳洲头部酒企,因为在中国市场的库存量较大,且消费者认知度高,虽然已经出现了涨价,但仍有部分消费者愿意为其溢价买单,不过如果事态长期持续,其在中国的市场压力也可想而知。

谁会成为新的进口酒“播主”?

相关数据显示,在“双反”之前,澳洲酒占到中国进口酒市场份额的四成左右,为中国

第一大进口葡萄酒来源国。“双反”消息出来之后,各大产酒国均“摩拳擦掌”,试图抢占澳洲酒留下的市场空缺。目前来看,这几大产酒国均有各自优势,法国酒进入中国市场的时间更长,消费者认知度高;智利酒与阿根廷同为新世界产酒国,口感易饮,性价比,且智利享有零关税优势;葡萄牙亦为老牌葡萄酒生产国……另外,对国产葡萄酒而言,亦是一个新的机会。但是,这些国家的葡萄酒能否在中国市场崛起与澳洲酒的“失利”并没有必然联系,只是提供了一个机遇,未来还是要看其具体的营销推广策略以及市场投入。

下滑的中国葡萄酒 2021 会好吗?

国产葡萄酒产量下滑是不争的事实,与市场结构性调整、统计方式的变化、减水份等多种因素都有关系。尤其是在疫情尚未彻底结束之前,国内的消费需求仍然受到遏制,国产葡萄酒的产量也必然受到影响。但是我们要看到,日前,由中国酒业协会发布的葡萄酒“十四五”规划中,明确提出“产量追上进口葡萄酒峰值,建立自己的葡萄酒文化”的发展目标,预计到 2025 年,我国葡萄酒行业产量达到 70 万千

升,销售收入达 200 亿元,实现利润 40 亿元。另外,烟台产区、宁夏产区均有自己的规划出炉,其中亦有关于“保障种植者收益,提高葡萄酒产量”的类似表述。从企业层面来说,长城葡萄酒也在 2020 年年会上提出了“从源头酿造好酒,进一步扩大葡萄酒种植面积”。由此可见,未来几年,在政府、产区、行业协会以及生产企业的多方努力下,如果各种措施能够有效落地,国产葡萄酒必将进入快速发展的上升通道,葡萄酒产量也将得到提升。

后疫情时代酒商在渠道如何变革?

其实疫情对行业造成的最大影响便是线下渠道受阻,消费场景消失。因此,转战线上是一个必须考虑的问题,并且随着各种 app 的广泛应用以及线上线下渠道的构建,线上线下联动早已成为一个市场大势。对酒水而言,其社交属性较强,具有一定的即时性,因此,同城配送值得酒商考虑。其实,同城配送并不新鲜,业内比较知名的“酒小二”和“酒便利”均属于这种模式,都是“线上引流+线下配送”,但这种一体化模式对企业资金实力、人才储备、渠道搭建有着很多的要求及限制。对于一般酒水销

河南酒业协会副会长兼秘书长蒋辉认为,慢醺酱酒以消费者体验为核心,成立了“慢醺会”平台,并以“为懂酒的人选好酒,为好酒找懂酒的人”为使命,融入原生态场所(慢醺酒馆)进行融合场景体验,以“慢醺会”为线下社群组织。作为粉丝互动平台,首创白酒界“三位一体”全新的商业模式,即酒与餐与会的融合场景营销模式;坚持做真是年份酒,坚持自酿不外购,坚持窖藏不虚假的做法,成为消费者喜爱的酱香酒品牌。

河南省安徽商会常务副会长叶建亭认为,这是一个有别于其他白酒品牌的一款产品,慢醺不但拥有一个好名字,更是一款集“好品质、好文化、好模式、好品牌”于一身的好酱酒。

河南长垣慢醺会长张喜红告诉记者,和慢醺结缘时谈到,初衷是为了给会员和更多人提供一个品茶、品酒、品人生的环境高雅的免费休闲场所;同时和极富文化底蕴的慢醺酱酒牵手,就是要让会员们在繁忙的工作和生活中,体验到慢是匠心,醺是境界的文化品味,让慢醺成为人们美好生活的重要元素,让更多人喝最健康的纯粮酱香酒!

谈到 2021 年的发展时慢醺文化布道官高源告诉记者,2021 年,慢醺酱酒将在河南市场 18 个地级市、108 个县实现无缝隙全覆盖。在立足河南的基础上,在全国建立其他省份建立 10+分公司、50+慢醺会、慢醺酒馆突破 1000+实现慢醺在河南的深度覆盖与全国市场的广泛布点。

对于慢醺酒的发展模式,恒涵战略咨询机构、白酒营销专家黄文恒认为,场景融合的理念在于共创、共享、共建、共赢,场景融合的优点在于文化引领、聚人聚财、共创共赢,慢醺会的发展,得益于以慢醺文化为引领,凝聚了对慢醺文化认可的同道者,通过大家共同建设,实现了共赢!

据了解,截止目前,慢醺会已经在全国建立了 12 家分会,200 家文化体验馆,在创新和传统产品中找到了让用户喜欢、合伙人认可,走出一条独特的酱香型白酒发展之路。

售商家而言,可以选择入驻饿了么、美团等外卖平台实现配送,同样也可以自己组建配送团队,服务于某个区域内的消费者。

2021 年直播带货还会继续火热吗?

2020 年,可以说是葡萄酒行业的直播带货“元年”,直播带货大火。不仅是张裕、长城等头部酒企,频频通过抖音、快手、淘宝等平台进行线上直播带货,各大中小酒庄以及一众经销商也纷纷试水直播,可谓是一场“直播狂欢”。可以预见,在线上时代愈发重要的今天,直播带货将成为企业获得流量以及销量的重要方式。但是,直播火热背后也埋藏着隐患,一是由于直播监管不严,各大平台虚假宣传、夸大宣传的现象层出不穷;二是直播平台常常以“低价获取流量”,质量低次的葡萄酒流入市场很可能会影响葡萄酒市场的长远发展。因此,如果 2021 年对葡萄酒直播的管控进一步加强并且会有相关的处罚措施出台,直播可能会迎来降温,但是随之而来的则是葡萄酒直播的规范化和正规化,而这想必也是每一个认真做市场的业内人士和广大消费者所期待看到的。(据葡萄酒研究)



双汇熟食

SHUANGHUI DELI

三重卤,更入味

广告

剑南春酒厂出品

剑南红



全国运营中心:四川剑南红酒业有限公司
服务电话:028-83388900
地址:成都市科华北路62号力宝大厦北塔21楼

广告