

# 企业家日报 中国酒

ENTREPRENEURS' DAILY

Chinese drinks 周刊  
weekly

今日 8 版 第 083 期 总第 10063 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 4 月 10 日 星期六 辛丑年 二月二十九

## 新闻周讯 | News bulletin

### 泸州老窖总裁孙跃考察 贵州赤水酱酒研究中心

泸州老窖集团副董事长、党委副书记、总裁孙跃先生乘着春意,来到贵州省赤水河畔酱香型白酒研究中心考察调研酱香型白酒工作。贵州省赤水河畔酱香型白酒研究中心主任李小兵教授为孙跃总裁介绍了研究中心的发展历程与使命,双方就酱酒发展、酿酒工艺和智能化酿造、结构理论和标准等运用于酿酒生产和酒体研究等相关话题进行了深入交流。

随后,李小兵教授陪同孙跃总裁品鉴了酱酒研究中心研制的系列酱酒产品,介绍了有关酱酒的文化知识和孙跃总裁称赞酱酒研究中心的酱酒品质好,表达了进一步沟通合作的意见。

### 河南工信厅食品处 调研寿酒集团

近日,河南省工业和信息化厅食品处一级调研员王高潮一行在新乡市工信局四级调研员张苏芳、辉县市工信局局长吕建新、副局长司勇、河南寿酒集团常务副总李建平、副总牛广杰等陪同下来到河南寿酒集团调研。王高潮一行先后参观了酱酒生产车间、恒温酒窖等,认真了解寿酒近年来在工艺创新、产能建设、人才培养、品牌打造及市场开拓等方面情况,并给予充分肯定。

在当天召开的座谈会上,河南寿酒集团副总经理牛广杰针对寿酒集团在豫酒转型发展过程中所做的工作以及措施向调研组做了详细的汇报。调研组就现阶段白酒企业发展遇到的困难及下一步应对措施进行了交流,并对寿酒集团下一步发展提出了意见和建议。

### 珠江啤酒公布业绩 实现净利润 5.69 亿元

日前,珠江啤酒(002461.SZ)披露 2020 年年度报告。报告期内,公司实现营业收入 42.49 亿元,同比增长 0.13%;实现归属于上市公司股东的净利润 5.69 亿元,同比增长 14.43%;实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 5.23 亿元,同比增长 45.07%;基本每股收益 0.26 元。

报告显示,公司 2020 年高端精酿实现销量同比增长 34%。高档结构产品销量占比同比提升 3 个百分点,进一步提升产品盈利水平。其中,纯生啤酒销量占比 41%,同比提升 2.6 个百分点;罐类产品销量占比 31%,同比提升 1.3 个百分点。

### 英国威士忌 今年 1 月出口暴跌

据英国海关税务署(HMRC)的最新数据,今年 1 月,英国威士忌的出口与去年相比下降了近 2/3,减少了约 6650 万英镑。英国食品和饮料联合会(FDF)的分析表明,英国最大的食品和饮料出口类别威士忌在 2021 年 1 月的出口额为 3890 万英镑,较去年同期的 1.054 亿英镑下降 63.1%,成为英国食品饮料出口下降最大的类别。FDF 称,下降的部分原因是新冠疫情的影响和去年英国脱欧过渡之前的库存储备。HMRC 的数据还显示,与去年同期相比,英国对欧盟的食品饮料销售额下降了 75.5%,相当于减少了约 7.5 亿英镑。

### 中国商务部公布 对澳葡萄酒双反裁定结果

历时 6 个月零 6 天,商务部最终裁定澳大利亚葡萄酒存在倾销和补贴。日前,商务部发布 2021 年第 6.7 号公告,公布对原产于澳大利亚的相关葡萄酒反倾销和反补贴调查的最终裁定,认定的倾销幅度为 116.2%—218.4%,补贴幅度为 6.3%—6.4%。

商务部同时决定自 2021 年 3 月 28 日起对原产于澳大利亚的相关葡萄酒征收反倾销税,各公司反倾销税率为 116.2%—218.4%,根据相关规定,为避免双重征税,决定不征收反补贴税。(综合)

## 科技赋能 资本支撑 上海贵酒发布 2021 年度全新战略

■ 李玉友

日前,上海贵酒在中国第一高楼上海中心大厦举办了 2021 年度战略发布会,正式发布全新的战略规划——“奇迹之光 大有可为”。

发布会上,上海贵酒总裁高利风表示,2021 年,是中国“十四五”规划的开局之年,对上海贵酒来说,也是承上启下的一年,经历了三年的快速发展与积淀,公司在规模、品牌、文化等方面取得了良好的成绩;展望未来,上海贵酒在持续聚焦高品质白酒,以创新模式助力行业升级的同时,将不断践行作为上市公司的责任和担当,持续为股东和社会创造更多价值。

### 聚势整合 构建白酒品牌新形态

当前,伴随消费升级趋势的加剧,及白酒行业头部竞争逐步白热化,产业优化与整合迫在眉睫,并积极呼唤创新者与整合者。上海贵酒作为发轫于上海的创新型白酒企业,承袭“海纳百川、追求卓越、开明睿智、大气谦和”的城市精神,正站在关键的历史节点,担当行业使命,发挥资源的最大整合效力。

发布会上,高利风表示,在多元化、资本化的助力下,公司致力于通过上下游延伸和深耕,培养高效的运营能力,进行全产业链布局;同时,整合全国乃至全球的优势资源,畅通市场渠道,发挥资源的最大整合效力。

事实上,去年以来,上海贵酒在资源整合方面便动作频频,对外整合章贡酒业和长江实业等企业资源,对内获得控股股东注入的高酿酒业部分股权,通过资源整合、渠道融通打通上下游产业链的同时,提升行业竞争力。

立足于上海这一国际化大都市的资源优势,上海贵酒表示,未来公司将依托资本力量,在全球范围内整合、并购优质酒企,畅通市场渠道,增强资本实力,为企业做强、做优、做大提供支撑。



### 科技创新 赋能产业新价值

在强化国家战略科技力量的时代背景之下,白酒行业科技赋能、智慧酿造等正成为新趋势。作为行业后起之秀,上海贵酒以“创新”为品牌标签与价值主张,通过科技赋能追求自我的不断进阶,努力在挤压式的白酒市场中突出重围。

为此,上海贵酒提出 4 大战略举措,即“全域新零售、矩阵式布局、数智化赋能、创新品牌力”。据高利风介绍,上海贵酒打造的线下直营模式、体验店、专卖店以及线上旗舰店等业态,就是“流量”到“留量”,积极探索和实践线上全触电、线下全渠道的“全域新零售”模式。“矩阵式布局”,从去年开始,上海贵酒在全国范围内推进网格化和条线化管理模式,通过矩阵式管理信息平台,实现省市联

动、资源共享,不断创新和完善公司治理。

在科技创新的背景之下,“数智化赋能”成为行业共识。上海贵酒以数据赋能企业的线上业务链条,建立以数据分析、数据应用为基础的数字化运营体系,并创建一条能更快响应消费者需求的智能供应链。去年 8 月,上海贵酒与全球智能制造领先者日本三菱电机达成合作,在国际化标准酱香和绿色智能制造等方面展开全面合作;今年 3 月,上海贵酒还基于自身数字化转型发展需求,携手中国联通、吉客云等企业在数字集成支付、供应链一体化管理、客户综合服务体验等领域开展合作,均是其“数智化赋能”的重要实践。

### 责任践行 树立上市公司良好形象

优秀的企业,社会责任内生于商业模式,

并将其与发展大计融为一体。上海贵酒董事长韩宏伟曾多次表示,我们要在践行社会责任的前提下筑造自身品牌。

作为中国白酒行业新兴力量,自成立以来,上海贵酒在创造自身经济效益的同时,也积极承担社会责任。从企业内部生产和环保到社会公益,从为员工创造价值平台到积极回馈投资者,上海贵酒都彰显出作为民族品牌的责任和担当。

此外,上海贵酒积极贯彻国家“稳就业、保民生”的指导方针,启动“千城万店”战略,创新合伙人模式,打造退役军人创业就业新引擎,在加速构建产业链新型人才协同发展体系、助力消费升级的同时,已帮助数万名退役军人创业致富。对内,上海贵酒从小团队到大组织发展壮大过程中,为每一位员工提供施展能力的价值舞台,与员工共创共享。

## “溢心溢意”酿好酒 著名影星沙溢代言八道酿料酒

■ 李文

日前,著名影星沙溢代言“八道酿”料酒签约仪式在北京隆重举行。此次活动是会稽山绍兴酒股份有限公司高调进军高端料酒市场的行动宣言。

中国酒业协会副秘书长、酿造料酒分会理事长方嘉喜,酿造料酒分会副理事长谢友刚,秘书长董丽娜,八道酿料酒品牌方——会稽山绍兴酒股份有限公司董事长虞伟强,副董事长王强、品牌总监林志明和八道酿料酒生产方——会稽山旗下子公司嘉善黄酒总经理鲁瑞刚,部分合作伙伴和经销商代表齐聚现场,共同见证沙溢与八道酿料酒品牌形象代言签约仪式这一历史性璀璨时刻!

八道酿酿造料酒,是由会稽山旗下子公司浙江嘉善黄酒股份有限公司生产的一款纯粮酿造料酒。作为公司的匠心之作,八道酿料酒坚持走纯粮自然酿造之路,在传统酿造基础上优化、创新工艺,酒体经过多年陈化,富含对人体有益的多种氨基酸和微量矿物质元素,去腥解膻效果更佳,烧菜更香更鲜。



签约活动中,沙溢与会稽山公司董事长虞伟强亲切交流,虞董向沙溢介绍了会稽山品牌和八道酿料酒的发展规划,沙溢频频点头。关于这次合作,沙溢表示非常期待,对“讲究的食材,就用八道酿料酒”广告语及八道酿料酒坚持纯粮酿造的品牌追求完全不吝“溢”美之词,欣然表示愿意为八道酿料酒代言,从而让人民的生活更添一份美好。

此次品牌形象代言合作,打响了会稽山强势进军高端酿造料酒市场的重要一枪,标志着八道酿料酒品牌的宏图伟业扬帆起航!期间,沙溢还在会稽山公司赠送的大师兰亭黄酒上签名留念,这瓶有着特别意义的黄酒

将以沙溢之名,在会稽山黄酒博物馆中永久珍藏,继续醇化老熟。

签约后,媒体分别采访了八道酿料酒生产方——会稽山旗下子公司嘉善黄酒总经理鲁瑞刚、中国酒业协会酿造料酒分会理事长方嘉喜和部分经销商代表。鲁瑞刚表示:会稽山之所以选择沙溢代言八道酿料酒,是因为沙溢的“居家好男人”形象与会稽山所倡导的“讲究的食材,就用八道酿料酒”品牌文化不谋而合。

方嘉喜理事长在采访中分析了调味料酒和谷物料酒的区别。方理事长表示,随着中国酿造料酒新标准的出台和民众营养健康意识的不断提高,特别是经历了全球新冠疫情的考验后,酿造料酒已成为民众高品质生活的必需品,近年来,以会稽山为首的黄酒龙头企业积极进军酿造料酒产业,匠心打造出八道酿酿造料酒,又选择了沙溢作为品牌代言人,势必将引导消费者新的消费理念,促进料酒行业的竞争发展,推动中国料酒行业的变革与发展。

随着品牌方与沙溢形像代言人的成功签约,接下来,八道酿料酒将一如既往地坚守匠

心,持续不断提供优质、健康的产品回馈消费者和社会各界。同时,八道酿料酒将整合品牌自身资源及代言人资源,在线上、线下媒体、产品形象、终端形象等方面全面发力,快速抢占消费者心智,开启八道酿料酒品牌“溢时代”,为更多的人群提供更优质的产品 and 更好的服务!

业内认为,百年会稽山立足于艺术、文化和品位,优化企业发展战略,整合子公司资源进军纯粮酿造料酒市场,打造八道酿料酒品牌,邀请与企业品牌内涵一致的代言人为料酒品牌代言,主动谋求产品的结构优化,无疑是提升企业知名度、曝光度,推动企业发展跨越新高度的重要举措,必将树立起中国高端酿造料酒新典范,带动中国酿造料酒产业更快更好发展。

八道酿谷物酿造料酒,精选优质大米为原料,经过八道(浸、蒸、酵、耙、沉、榨、煎、陈)主要传统工艺自然发酵,足时陈酿而成。产品色泽橙亮,酒香浓郁,酒体醇厚协调,具有较强的去腥去膻、增香提鲜、丰富菜肴整体风味等作用。

Advertisement for 双汇熟食 (SHUANGHUI DELI) featuring a pig logo and the slogan '三重卤,更入味'.

Advertisement for 剑南春酒厂 (Jiannanchun Wine) featuring a bottle of 剑南红 wine and contact information for the national center.

新闻热线:028-87319500  
投稿邮箱:cjb490@sina.com



企业家日报微信公众平台 中国企业家网

广告

广告