企業家日報 中国酒 ENTREPRENEURS' DAILY Chinese drinks weekly 周刊

丹泉酒业 强势启动西北攻略

近日举行的“洞藏不凡,聚势共赢”丹泉酒业战略合作签约仪式上,记者获悉“丹泉洞藏30”首单获500万回款,取得了高端酱酒产品在西北市场的重大突破。在西北市场,丹泉酒业积极布局,让越来越多的消费者认可南派丹泉酒。

据了解,本次签约合作方位团购经销商铭嘉轩商贸有限公司,其负责人胡故虎表示,丹泉酒作为中国高端酱酒第三极,拥有世界上最大的天然藏酒洞,凭借着绝佳的酿造工艺与天然洞藏的优势,已经与茅台、郎酒已形成了酱香白酒金三角,有“黔茅、川郎、桂丹泉”之美称。在当前酱酒纵围越来越好的氛围下,丹泉酒在西北市场的影响力不断提高,品牌张力持续增强,作为丹泉洞藏30的经销商,他将紧密配合丹泉酒业营销团队,为丹泉酒的美好未来共同努力。

丹泉酒业西北大区总经理、国家级品酒师王虎在签约仪式上表示:对西北市场日益成熟、品牌氛围日益浓厚。无论是团队规模还是经销商对丹泉的追捧,都充分说明丹泉的品质和模式之优。

中国洞藏酱香酒有南派桂丹泉之美誉的丹泉酒,位于广西西北部云贵高原南麓的世界“长寿市”河池,为中国酱酒云贵高原南部产区,特殊的地理结构和生态环境都赋予了丹泉酒从香味到口感醇细腻柔雅酒韵。(蒋文)

白酒瓶瓶口设计通用要求 团体标准召开讨论会

近日,中国副食流通协会标准化技术委员会在四川泸州组织召开《白酒瓶瓶口设计通用要求》团体标准第二次讨论会。

中国副食流通协会副秘书长高海伟、中国标准化研究院高昂、泸州老窖集团有限责任公司总工程师李锦松、古贝春集团有限公司总经理助理兼灌装车间主任王树文、四川宜宾普拉斯包装材料有限公司主任工程师胡昌红、四川宜宾普拉斯包装材料有限公司工程师凌生愉、泸州老窖集团有限责任公司技术中心副总经理张超、泸州老窖集团有限责任公司技术中心副总经理唐永清、海普智联科技股份有限公司技术总监陈先林、安徽吉井贡酒股份有限公司副总经理周茂华、四川宜宾环球集团有限公司工业设计部副部长杨祖亮、沈酒集团有限公司副总经理杨磊、贵州国台酒业股份有限公司包装技术主管范宇、叙永郎酒东风玻璃有限公司副总经理朱袭红、叙永郎酒东风玻璃有限公司质量管理部部长张威、合江华艺陶瓷制品有限公司质量管理部部长文献、云南地道酒业有限公司质管部经理吴鑫泽、贵州仁怀酒业有限公司物资部负责人潘杰、金石滩酒业集团有限公司金石滩沙州公司总经理王显义、贵州龙黔威酒业有限责任公司副总经理罗明鼎、山东百脉泉酒业股份有限公司副总经理杜祥宝、北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂质量管理部部长寇晨光、北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂质量部科员辛颖、北京红星股份有限公司包装开发与技术标准部部长徐颖、上海中商网络股份有限公司市场总监王刚、山西杏花村汾酒厂股份有限公司技术中心标准化负责人褚丽君、山西汾酒厂股份有限公司中级工程师王薇、四川省古蔺郎酒厂有限公司质量管理部部长周艳出席了本次会议。

会议由中国副食流通协会副秘书长高海伟主持。高海伟首先介绍了参会的各位嘉宾及会议流程并和大家讲解了标准制定的规则与意义。

为加强白酒瓶瓶口设计管理与标准化,满足我国食品饮品接触容器的制备与管理的需要,中国副食流通协会于2020年4月28日立项了《白酒瓶瓶口设计通用要求》团体标准。此标准的立项有助于规范白酒瓶瓶口的设计、统一白酒瓶瓶口的尺寸、把控服务质量,为白酒生产上下游企业提供专业化、标准化、规范化、流程化的服务。因此,标准立项之初便得到了众多白酒企业及技术单位的关注和认可。

白酒作为我国主要饮品之一,消费量巨大。不同于啤酒和瓶盖的单一瓶型,白酒酒瓶品种繁多,目前市面上流通的就有几千甚至上万种。生产厂家花费大量的人力、物力、财力制作多种酒瓶瓶盖酒具,然而因不适应市场消费者需求或品种更新换代,造成酒瓶及瓶盖的大量积压和模具浪费。粗略估计全国因瓶口制作各种模具每年花费近十亿元,这还不包括积压和闲余的各种酒瓶及瓶盖的成本。

此种现象给国家和企业造成了严重资源浪费和经济损失,增加了生产成本,降低了工作效率。多样且个性化的瓶口和瓶型也对企业实施自动化、信息化形成了巨大的障碍限制,在很大程度上限制了白酒企业的自动化水平和生产效率。随着人工智能及市场格局的变化,这一问题已经变得越来越突出,瓶口的标准化需求非常迫切。

讨论组专家听取了标准起草组对标准的编制说明和内容介绍后,对标准文本逐项逐条地进行了讨论发言,就标准的适用性和涉及到的详细数据提出了见解。讨论会过后,标准起草组围绕会上存疑的问题开展下一步调研及讨论稿的修改工作,以增强标准的实操性。(辛文)

产区发展加速 “十四五”谁领风骚?

■ 赵鑫

近日,各地“十四五”规划相继出炉,重要的产酒省份或地方政府都针对白酒相关产业进行了发展规划。其中,不仅提到了对重点企业的扶助,更强调了“产业基地核心区”“产业集群区域”等产区概念。

在地方政府的推动下,白酒产区的发展力度空前。

“十四五”期间,产区的赛道上将呈现出怎样的景象?是寡头独大,还是双雄比肩,又或三足鼎立,甚或群雄混战?这个赛道上主导胜负的力量来自政府还是来自领军企业?这或许需要从各产区的发展中寻找端倪。

谁是产区赛道上的主导力量?

尽管白酒生产对于产地环境有很高的依赖性,但白酒产区的概念是近几年才兴起的。

2017年,中国酒业协会在其举办的世界名酒价值论坛上发布了“世界十大烈酒产区”,宿迁、亳州、遵义、宜宾、泸州、吕梁等产区入选,这标志着白酒产区概念的正式亮相。

2018年以来,贵州、四川、山西等开始着力打造白酒产区。

2019年4月,国家发改委出台了《产业结构调整指导目录》(2019年本)征求意见稿,其中白酒列为限制类,但优势产区除外。如何确定白酒优势产区将对白酒产业的未来发展起到决定性作用。

为此,中国酒业协会制定发布了《中国白酒优势产区界定与考评标准》,为白酒优势产区建设提供规范指引。

2019年6月14日,“中国酒业协会白酒优势产区评价标准分析座谈会”在四川成都召开。来自全国20多个地区的政府领导、40多家企业及地方酿酒协会近80位代表参加了会议。

会上,中国酒业协会理事长宋书玉的一段发言被广泛引用:我们正处于不缺酒但缺好酒的时代,对于未来的中国白酒,品质酿造是导向,产区表达、酒庄表达和标准表达是三个重要的表达方式,产区的建设应从顶层设计入手,构建以优质白酒生产为导向,一、二、三产高度融合联动的发展模式。

至此,白酒产区4个字迅速成了繁荣发展,贵州酱香产区、四川浓香产区、山西清香产区等产区形象日渐明确,随之而来的是与形象匹配的市场和经济效益。

仁怀市人民政府网站消息,2020年,仁怀白酒行业规模企业运行产值完成983.87亿元,同比增长5.3%,其中茅台集团完成产值912.14亿元,同比增长4.8%;其他2000万元以上的白酒产值完成71.73亿元,同比增长11.3%。“仁怀酱香酒”品牌价值达721.9亿元,位列全国知名品牌示范区榜首。

四川经济网数据显示,2020年宜宾市白酒产业51户规上企业完成产量68.1万千升,增长3.1%;实现营业收入1430.8亿元,增长10.5%;利润总额313.1亿元,增长10.9%。其产量、营业收入、利润总额三大指标分别占四川省的18.5%、50.2%、59.2%;占全国同行业的9.2%、24.5%、19.7%。

白酒产业在获得发展之后很好地反哺了当地的财政,这也让地方政府对白酒产区的发展规划尤为重视。

以贵州仁怀为例,预计2020年工业总产值达1055亿元,其中,仁怀白酒行业规模企业运行产值为983.87亿元。

当然,还有更为直接的方式,2020年12月,根据贵州省国资委要求,茅台集团通过无偿划转的方式,将持有的贵州茅台5024万股(占总股本4%)转让给贵州国有资本公司。今年,贵州国有资本公司合计减持4086万股,减持金额约700亿元。

可以预见的是,在经济效益的刺激下,地方政府积极入场支持,将给白酒产区发展带来前所未有的能量。随着产区的深入发展,未来产区品牌张力的形成将打破“大品牌、小产区”的格局,推动白酒进入真正意义上的产区品牌发展新时代。

“十四五”谁最强?谁最大?

酒水行业分析师蔡学飞在接受《华夏酒报》记者采访时表示:“目前来看,无论是酒城还是酒都概念,都需要相应的品类领导企业才能实现全国性推广,并且整个地区要有一定的产业链规模价值。产区的质量与发展前景取决于当地的领导酒企,以及本地政府对于区域内资源的整合效率。从这个态势来看,贵州产区、四川产区会是中国第一批成熟型产区。”

《贵州省国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》指出,贵州将继续一步做强做优白酒产业,稳步扩大酱香型白酒产能,加强酿酒原料基地建设,保障白酒酿造优质原料供给,以龙头企业为引领培育壮大白酒企业梯队,打造贵州酱香型白酒品牌,构建“品牌强大、品质优良、品种优化、集群发展”的贵州白酒产业发展体系。到2025年,贵州白酒产量计划达到60万千升,白酒产业产值达到2500亿元。

在品类领导企业的打造上,目标纲要也提出,贵州将做大做强茅台集团,力争把茅台集团打造成为省内首家“世界500强”企业、万亿级世界一流企业。以“百亿产值、千亿市值”为目标,培植提升习酒等一批在全国具有较强影响力骨干企业,加快推动企业上市,培育一批国家级、区域级知名企业。

正如3月4日,著名白酒专家李克良在媒体的发言:“今天,是一个酱香酒发展较快的大时代,是茅台酒和酱香酒共同发展的时代。酱香酒发展到今天,要想走得长远,也需要走产区化路线。”

借着酱香热的时代风潮,拥有中国最大酱酒企业的贵州产区在贵州政府的鼎力支持下,或将成为“十四五”期间核心竞争力最强的白酒产区。

相较于贵州聚焦核心的规划,四川产区的“十四五”规划在体量规模和产业链的完整上更胜一筹。

为了打造全国白酒全产业链示范区,构筑世界级优质白酒产业集群新优势,2月24日,四川省经济和信息化厅发布了《推动四川白酒产业高质量发展的若干措施(征求意见稿)》,提出推动川酒产业集聚发展等十二项重量级举措。

分析意见稿可知,四川白酒产区具备浓酱两种香型的优势,拥有长江上游优质浓香白酒核心区和赤水河流域酱香酒谷,正在打造泸州、宜宾两个世界级优质白酒产业集群。从企业的带动作用来看,四川产区不仅拥有六朵金花这样的头部企业,还拥有十朵小金花等腰部品牌企业,以及强大的原酒生产企业。另外,四川产区还有从原粮生产到市场末端的完备产业链。“十四五”期间,四川仍将是我国规模最大的白酒产区。

当然,其他白酒产区也在探索中前行。

紧抓山西省委发展“十大产业集群”中打造酿品集群的有利契机,昌梁市发布的2021年政府工作报告中,明确提出要打造“清香型白酒生产基地和酒文化旅游胜地”,并制定了“争取五年内实现白酒产能50万吨、产量50万千升、销售收入500亿元”的目标。

围绕建设全国最大的清香型白酒产业核心区,昌梁将继续支持汾酒集团抢占高中端白酒市场,培育壮大“十朵小金花”白酒企业。昌梁要实施杏花村文旅小镇等7个酒文旅项目,再现“收童遥指杏花村”的美景,立足自身的特点和优势,提供深度体验。

江苏省宿迁市也提出要加快建设有实力的“中国酒都核心区”。对标“中国酒都核心区”建设目标,宿迁市洋河新区坚持“高端化、品牌化、现代化、国际化”发展战略,依托一二三产高度融合的“酒”特色优势,打造了颇具影响的洋河品牌。

在白酒产业加速发展的同时,洋河新区还充分发挥“酒旅”高度融合的产业优势,围绕“酒、游、农”的深度融合,以现代农业为突破,推动一产转型;以白酒产业为主导,推动二产集聚;以全域旅游为统揽,促进三产融合。

“产区内的酒企由于具备品类的一致性,更容易抱团发展,未来竞争优势也更大一些。”蔡学飞向《华夏酒报》记者表示,产区的价值主要体现在酿酒环境的不可复制性、相应的工艺技术带来的附加值,以及产区代表品类的领先性,这对于规范本地企业经营、提升产品标准、领导品牌雁群效应带动整个区域发展都有积极意义。中国白酒未来要实现品牌化与品质化,必然要依托产区来实现附加价值和全国性的品类推广。

破局“小众化” 黄酒如何出招?

■ 杨孟涵

作为历史最为悠久的品类,黄酒长期以来多局限在江南一隅之地。其他地区虽也不乏其身影,但同样属于“小众化”品类,难有大的影响。

数据显示,多年来,我国黄酒总销量仍在百亿左右徘徊,与白酒、啤酒等其他品类相比,明显偏小。如何突破现有体量成为业界关注的焦点,在屡屡强调“古法酿制”而不奏其功的情况下,黄酒业开始寻求新的突围方向。

千年黄酒开始图谋变身?

日前,古越龙山召开了年度营销工作会议,如何在“十四五”开局之年开启黄酒业的新发展图景,成为外界关注的重点。

值得注意的是,古越龙山此前动作频频,“越酒行天下”系列活动的推广、“不上头”新品的上市,都引发关注。其中尤以“不上头”黄酒最为特殊,它是2019年由古越龙山联合江南大学合作设立黄酒酿造创新实验室,启动“好酒工程”所研发的新品。

“‘不上头’的定位,在一定程度上是按到了黄酒行业的痛点。”有业界人士表示,黄酒以健康化、低度化著称,但是相比白酒,人们普遍认为黄酒“更上头”,这在一定程度上削弱了普通消费者对黄酒的消费热情。

相关研究显示,人们容易形成“黄酒度数低”的固有印象。但实际上,黄酒相比白酒虽然度数较低,但是其酒精度为啤酒的5-6倍,另一方面,其发酵后含有的杂醇、乙醛等物质,被人体吸收后更容易形成身体反应,导致一般消费者认为其“容易上头”。

不只是古越龙山对传统的酿造方法开始进行改造提升,其他多家黄酒企业的负责人,也开始提及黄酒酿造标准改进与放宽的问题。

会稽山绍兴酒股份有限公司董事长虞伟强认为,黄酒企业已经到了“跳出黄酒看黄酒”的关键时候。

在行业标准上,不要将自己限制在绍兴黄酒标准里,要顺应市场消费趋势,适度放宽绍兴黄酒产品标准,增加绍兴黄酒大众化的属性,为绍兴黄酒品种多元化腾出发展空间;在产品衍生上,要适时开发糟烧白酒等副产品;在产品开发上,求大同存小异,打破年份酒的传统观念,以提高饮酒群适度多原则,让绍兴黄酒品类多元化,让更多人成为绍兴黄酒的忠实粉丝。

行业大佬的表态、领军企业的尝试,实际上是要打破沿袭数千年的黄酒酿造模式与标准的桎梏。在业界人士看来,针对黄酒文化宣扬中“古法酿造、历史悠久”这两大元素,适度放宽标准、变化口味,可谨拢更多的消费者,为黄酒突破“小众”标签做出努力。

手工化仍必拖了黄酒体量的后腿?

不只是提及放宽生产标准,在饮用上,黄酒也类似于之前的白酒,向着“鸡尾酒”等融合化的方向探索。

今年年初,由会稽山与古若跨界合作,联名开发的“酒香沁”乌龙黄酒妙茶,引起了业界的关注,也引起业界好评。业内认为,这颠覆了传统黄酒“老年化印象”,又给时尚产品注入了传统的中华民族元素。

那么,传统黄酒放宽标准与奶茶黄酒之类产品的出现,是否得到了专业认可?

实际上,在2020年9月15日举行的“2020绍兴黄酒产业发展调研座谈会”上,中国酒业协会理事长宋书玉对黄酒产业发展提出三点建议,其中“明确产业技术创新导向”在一定程度上或为这种“超脱行为”做了背书。

产业界对黄酒的发展前景有着切身考量。

针对传统宣扬黄酒“手工酿造”、消费者在这种论调下也更偏好“手工酿造”的现实,会稽山绍兴酒股份有限公司董事长虞伟强提出,黄酒企业走智能化酿造的道路是大势所趋,是传统企业转型升级的有效途径。

在他看来,手工酿造限制了黄酒行业的产能和体量规模,无益于黄酒做大做强。实际上,手工酿造、机械酿造、智能酿造等酿酒方式异出同工,都可以酿出好酒。在保持黄酒传统、追求酒的高品质过程中,选择性价比高的智能化酿造手段,是企业有效突破的途径。这有利于绍兴黄酒行业的集群发展、抱团发展和快速发展。

浙江塔牌绍兴酒有限公司董事长缪育平认为,黄酒色泽、香味要以数字化来说话,用数字化提升传统工艺;黄酒行业要像白酒、葡萄酒一样,建立核心竞争力,这是讲好故事的基础;黄酒行业要坚持创新而不是模仿。

实际上,过分强调手工酿造,已经严重制约了黄酒的体量。

根据中国酒业协会发布的“十四五”酒业规划显示,计划到2025年,黄酒行业产量240万千升,比“十三五”末增长50%,对比之下,白酒行业2025年的发展目标是,产量稳定控制在800万千升,两相比较,黄酒未来的产能目标也不过是白酒的三分之一。从营收体量上来看那就更小了。白酒2025年目标是营收达到8000亿元,而黄酒则为250亿元。从一定程度上讲,是手工化作业拖了后腿。

怎么破局“小众化”?

酿造方式、标准上的固守,让黄酒摆脱不了“小众化”的标签,实际上,文化宣扬的不力,价格定位的局限,也在一定程度上让黄酒难以堪比酒顶肯。

根据中国酒业协会的数据,2020年白酒产量预测790万千升,比“十二五”末下降43%,完成产品销售收入8590亿元,增长6%。实现利润1460亿元,增长100.1%。黄酒完成销售收入180亿元,比“十二五”末同比下降1.1%,实现利润21亿元,同比增长11.2%。

从2020年数据看,黄酒营收仅相当于白酒的2%左右,利润仅相当于白酒的1.4%左右。

以最负盛名、产业化最为集中的绍兴黄酒来说,其多年来一直徘徊在百亿元销售额之内,主要销售地仍在江浙沪一带,这与有中华国酿之称的绍兴黄酒地位很不相称。

业内人士认为,这与黄酒文化的宣扬不力有关,以至于消费者多认为黄酒属于“南方酒”、属于“老人酒”。再加上价格定因素,大众化黄酒的主销区域集中于江浙沪,且多以几十元的单价产品为主。

中国绍兴黄酒集团有限公司党委书记、董事长、总经理孙爱保认为,黄酒要解决这些问题,需要从多个方面入手。

一方面是走高端化路线,突破黄酒属于低价酒的标签。其次是走年轻化道路,让下一代消费者更认可黄酒。

此外,突破地域限制也是当务之急。绍兴黄酒需要突破区域限制,走全国化道路,要走“中原崛起、东北振兴、西部大开发”的道路,即要把绍兴黄酒销售到河南、东北、西部一带,突破北方市场,真正做到越酒行天下。

为此孙爱保建议,把“十四五”全国黄酒行业营收目标定为500亿元。要实现如此突破,绍兴黄酒既要崇本守道、传承古法,更要老有所新、与时俱进,通过建设黄酒产区、推广工坊黄酒、重构标准体系等途径,构建中国黄酒品质价值表达新体系。

中国酒业协会理事长宋书玉强调,协会在“十四五”规划编写中,关于黄酒产业如何发展提出了三个明确方向:一是推动产业向优质、优势名酒产区和黄酒特色产区发展;二是明确产业技术创新导向;三是提升品质和品牌价值。

法院公告
(2021年5月8日)
宋振兴、王士群:本院受理原告王铁诉被告宋振兴、王士群借款纠纷一案,案号为(2021)皖0302民初631号。现公告送达(2021)皖1522民初620号民事判决书。本判决书已依法公告送达,自公告之日起15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于大安市中级人民法院。
安徽省霍邱县人民法院
宋振兴、王士群:本院受理原告王铁诉被告宋振兴、王士群借款纠纷一案,案号为(2021)皖0302民初631号。现公告送达(2021)皖1522民初620号民事判决书。本判决书已依法公告送达,自公告之日起15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于大安市中级人民法院。
安徽省霍邱县人民法院
王铁:本院受理你申请你与宋振兴等人借款纠纷一案,案号为(2021)皖0302民初631号。现公告送达(2021)皖1522民初620号民事判决书。本判决书已依法公告送达,自公告之日起15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于大安市中级人民法院。
安徽省霍邱县人民法院
刘国涛:本院受理你申请你与宋振兴等人借款纠纷一案,案号为(2021)皖0302民初631号。现公告送达(2021)皖1522民初620号民事判决书。本判决书已依法公告送达,自公告之日起15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于大安市中级人民法院。
安徽省霍邱县人民法院
2021年5月7日
安徽省蚌埠市龙子湖区人民法院
蚌埠德果农业有限公司、潘福友、王法:本院受理原告蚌埠市龙子湖区人民法院诉被告蚌埠德果农业有限公司、潘福友、王法借款纠纷一案,案号为(2021)皖0302民初192号。现公告送达(2021)皖1522民初620号民事判决书。本判决书已依法公告送达,自公告之日起15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于大安市中级人民法院。
安徽省蚌埠市龙子湖区人民法院
刘昌盛:本院受理你与宋振兴等人借款纠纷一案,案号为(2021)皖0302民初488号。现公告送达(2021)皖1522民初620号民事判决书。本判决书已依法公告送达,自公告之日起15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于大安市中级人民法院。
安徽省蚌埠市龙子湖区人民法院
2021年5月7日
宋上海:本院受理原告王某诉被告宋上海、王某某、王某某、王某某