

百年汉王 盛装启航

汉王酒业第二届 529 酱酒文化节长沙举行

日前,在第 21 届中部糖酒食品博览会期间,由中国酒类流通协会全程指导,汉王酒业重磅打造的第二届 529 汉王酱酒文化节在星城长沙隆重举行。

活动现场,大咖云集。原湖南省委常委、省军分区政委李有新,中国酒类流通协会执行副会长刘员,遵义市、仁怀市酒业协会执行副会长兼秘书长吕玉华,贵州食品工程学院院长、教授、博士、国家级特邀白酒评酒委员、著名白酒专家吴天祥,三一集团创始人之一、湖南汉王酒业董事长毛中吾,国家级品酒酿酒大师、中国酒道研究专家委员会专家、中国白酒学院兼职教授、贵州汉王酒业董事长欧杰,湖南汉王酒业股份有限公司总裁刘俊杰等,与来自全国各地的行业专家、媒体、经销商等上千嘉宾欢聚一堂,共同见证“百年汉王 盛装启航”这一高光时刻。

逢盛世必有好酒

2020 年,酱香酒在市场上风光无限。2020 年 1-12 月,中国酱酒产业实现产能约 60 万千升,同比增长约 9%;实现行业销售收入约 1550 亿元,同比增长 14%;实现行业销售利润约 630 亿元,同比增长约 14.5%。

对此,湖南汉王酒业董事长毛中吾表示,白酒是历史的沉淀,更是时代的升华。酱酒文化源远流长,它不仅是大汉盛世的直接参与者,还是唐宋盛景和明清繁荣的见证者,在近代更是凭借着优秀的品质和红色的基因,成为新时代时期“文化与品质并重,荣耀与品味辉映”的超级现象。“逢盛世,必有好酒”,酱酒风潮是国富民足、消费升级的必然结果,更是对当今盛世的真实反映和崇高礼敬,这是数千年来一脉相承的历史鉴证,也是新时代酱酒文化的完善创新。

贵州省仁怀市茅台镇汉王酒业董事长欧杰表示,汉王酒业作为“酱酒军团”中的一员,深受传统酱酒文化的庇佑,深深感恩;同时,汉王酒业也肩负着弘扬酱酒文化的历史重任,以切实的行动共同营造更加美好的酱酒文化氛围。

无疑,529 酱酒文化节连续两年的成功举办,是汉王酒业对民族文化、国家历史的传承,是对先辈精神的继承和发扬。通过全国嘉宾、经销商、媒体对美酒的品鉴,对文化的感受,定能凝聚思想共识,汇聚中国酒业高质量发展的精神力量。

如果说文化是汉王酒业的“根”和“魂”,是其蓬勃发展的动力“源泉”,那么,过硬的品质实力和苛刻的品质要求,则是其稳步发展的“压舱基石”。文化的“根魂”只有和品质的“体魄”相结合,才会焕发出强大的生命力。



三一重工跨界酒业

会上,汉王在延承四款主打产品的基础之上,以中华传统汉文化为核心,以传承千年酱酒文化为宗旨,四款战略新品荣耀发布。汉王四款新品整体设计风格独具,瓶盖造型融合了汉王冠与汉方鼎元素,极具汉风美学,形成了超强的记忆符号,而上小下大的造型,大气稳重,若隐若现的汉代云气纹包裹瓶身,可谓简约而不简单。

不但在外在包装体现了别具一格的东方美学,四款新品内在酒质也具有浓郁的酱香特色。据了解,此次新品酒均秉承非物质文化遗产



艺酿造,选用赤水河盆地的优质红缨子糯高粱为原料,严格恪守传统酱酒生产的 12987 酿造工艺,经百年不间断酿酒老窖池酿造,汲日月精华,历四时变换,窖藏 5 年之久,方才瓶装出品,具有醇绵柔顺、空杯留香独特酱香风格,是汉王名副其实的“金牌产品”。

在由湖南省酒业协会执行秘书长郑应平主持的汉王酒业发展论坛上,毛中吾表示,汲日月精华,历四时变换,每一滴酱香酒都来之不易,高品质酱香酒需要足够的时间打磨,上乘口感需要足够细致的技术勾调。三一重工之所以在跨界二次创业时选择汉王,其品质和工匠精神正是最佳理由。

同时,在论坛上,贵州食品工程学院院长吴天祥教授表示,让科技赋能酱酒,数字定义酱酒,正是如今酱酒发展的新课题,我们了解到,对此,汉王已建立了“全流程质量监控、全工序质量追溯、全工艺质量受控、全员质量监督”的“四全”生产质量控制体系。深入推行精细化管理,确保酱酒生产钟的 30 道工序、165 个工艺环节始终处于稳定受控状态。

正因如此,汉王酒业旗下产品深受专家认

中国酒类流通协会执行副会长刘员表示,酱酒的火热是多方面因素叠加的结果,茅台镇也正成为炙手可热的投资热土。但是真正要把热土变成乐园,单纯的投资肯定是不够的,这需要时间的沉淀与多方优势的集成和磨合,特别是文化方面的挖掘与传播,更是一支不可忽视的重要力量,汉王酒业深谙其道,连续两年重磅打造的“529 汉王酱酒文化节”立意深远、效果显著,是中国白酒行业的一大盛事,更是白酒文化传承发扬的典型案列。

可和消

费者欢

迎。

特别

是其核

心大

单品

——

汉王

·传

承,

凭借

“微

黄透

明,酱

香突

出,酒

体协

调,醇

和干

净,空

杯留

香,舒

适持

久”

的

特

点,在

2020

年

度

白

酒

国

家

评

委

年

会

中

受

到

来

自

全

国

各

地

方

的

300

余

名

专

家

和

国

家

评

委

的

一

致

认

可

斩

获

国

家

级

最

高

奖

“2020

年

度

中

国

白

酒

体

设

计

奖

”

硬

核

品

质

实

力

夺

金

。

同

时

,汉

王

酒

业

也

将

不

断

升

级

改

进

现

有

产

品

,研

发

新

产

品

,持

续

丰

富

汉

王

产

品

线

,实

现

不

同

阶

层

的

产

品

全

方

面

覆

盖

,满

足

消

费

者

在

不

同

场

景

的

消

费

需

求

。此

外

,原

贵

州

茅

台

酒

厂

集

团

副

总

工

程

师

,高

级

工

程

师

,白

酒

国

家

评

委

陈

兴

希

,原

贵

州

茅

台

酒

厂

集

团

技

术

开

发

公

司

党

委

书

记

,高

级

工

程

师

,白

酒

工

艺

大

师

陈

孟

强

,原

怀

有情怀的产业

期待有温度的投资人

苗倩

“如果你真的喜欢酒,只想酿一杯更好的酒,欢迎投资酒业。但有一个条件,口袋里不差钱,又能耐得住寂寞。欢迎这样的投资人投资酒业。”近日在北京召开的“2021 中国国际·酒与社会”论坛——中国酒业价值投资论坛”上,中国酒业协会理事长宋书玉指出,“欢迎有情怀、有温度的投资人”投资酒业,引发业界共鸣。

环境公平化 产业健康化

做酒业投资,一定要了解酒业,还要了解酒业所处的宏观形势,着眼于酒业未来 5 年、10 年的发展趋势,做长期主义者。

《尚书·周书·泰誓上》中说:“惟人万物之灵。”在人口红利向人才红利转变的今天,在劳动力人口每年净减少 1000 万、老龄化社会渐行渐近的此刻,经济学博士、教授、中国政策科学研究院会经济政策委员会副主任徐洪才表示:“中国 14 亿人口,有接近 2 亿人接受了高等教育和职业化培训,这是我们未来发展高端制造业、现代服务业和高科技产业的人力资本。”对于整个市场环境的发展,徐洪才给出的预判是:“未来,产业政策的重心会侧重于构建公平竞争的环境,而不是像过去那样给予各种补贴、优惠政策,如何让国有企业、民营企业、外资企业感受到一视同仁,构建公平竞争的市场环境至关重要。另外,要素的市场化改革将是未来的改革重心。”

酒业要落子于人才建设,培养数量精、技能性强的技术型酿造人才、管理人才、营销人才团队,依靠科技赋能提升产品品质,是酒业实现高质量发展的根基。

“与老龄化社会相适应的养老健康产业的发展,是巨大的机遇。”徐洪才提出。酒业与健康产业历来息息相关,汾酒集团党委委员、董

事、竹叶青产业公司党委书记、执行董事杨波在今年的春季糖酒会主论坛上,也阐述了“向健康出发,既是中国白酒行业开启新增长周期的升级之路,也是行业推动经济效益和社会效益良性循环发展的必然使命”。

酒业及中国股市将往何处去?

这几年,茅台的一骑绝尘带动了整个白酒板块的业绩持续向好。2020 年,白酒板块作为资金抱团的主线,以贵州茅台为代表的绩优股股价屡创历史新高,2021 年,酒业及中国股市将往何处去?

“同志们,牛市到了!”英大证券首席经济学家李大霄给了解读说,“之前 13 年,中国股市是以 3000 点作为中轴线来波动的,未来中国股市将在地平线上展翅高飞。”

在谈到后疫情时代的十大趋势时,李大霄提出,娱乐方式将会发生翻天覆地的变化,谁把握了这个趋势,谁就占据了赚钱的方式和方法。另外,贫富差距有可能会加剧,这是全球共同要面对的问题。

李大霄提出的这两点与酒业消费息息相关,酒业一直在关注从经营产品到经营用户的转变,在 00 后、90 后娱乐至上的消费理念加持下,如何与他们玩到一起,形成强大的消费黏性,是酒业需要长期关注的。

结合徐洪才谈到的“我国还有 6 亿人的月均收入不足千元,尽管有 4 亿多中产阶层,但收入分化非常严重”的事实,对强分化下企业战略、产品架构该往何处去提出了新的思考。

“白酒板块一定会出现分化,一定会出现强者恒强的马太效应,今后,板块和个股都会呈现新的分化。”著名财经评论家、华夏传媒 CEO 水皮提出,2021 年一季报白酒板块业绩普遍大幅增长,酒业迎来了历史上最好的时期,而且高端白酒有奢侈品化的迹象,但从长



期来看,走向分化是必然趋势。

水皮建议,尽快把中国的期酒市场做起来,在消费基础人群比较庞大的前提下,发展期酒是非常好的投资方式。

做有情怀的投资人

从李白《将进酒》中“与尔同销万古愁”,到白居易《问刘十九》中“晚来天欲雪,能饮一杯无”,以及“兰陵美酒夜光杯”“沉醉不知归路”等诗词中都可以看出,在中国的各酒种中,浸润了姿丽多彩的家国情怀与儿女情长。

酒,是最有情怀的饮品。中国酒业协会理事长宋书玉指出,酒业投资更多的是非理性的情怀投资。

那么,当下的酒业投资呈现出怎样的态势?

“茅台在中国股票市场中树立了标杆,当

酒厂副厂长,工程师,中国酱香酒酿酒大师曾佐益分别从酱香白酒的勾调制作、工艺管理、生产技术管控方面做出了专业性的阐述,让现场嘉宾受益匪浅。

激烈的市场竞争下,品牌的识别性成为品牌战略的重心,它代表着企业的综合实力。拥有一个强有力的品牌符号,就像在消费者心目中建立起一个可以快速查找到的专属档案夹,当消费者产生某种需求时,会第一时间联想到特定的品牌。因此,打造一个品牌,特别是酒类这种与消费者生活息息相关的品牌,其传播渠道的覆盖和组合至关重要。

汉王品牌风暴袭卷市场

2021 年春节开始,汉王酒业联袂央视 1 套、7 套,牵手湖南经视等优质广播电视资源,高端品牌形象迅速占位。另外,在广州白云机场、长沙机场、遵义茅台机场、长沙高铁南站、和谐号动车高铁列车、长沙全城核心广告 LED 屏、政务大厅 LED 屏、电梯框架等户外热度平台,汉王酒业不惜重金密集覆盖,品牌可视化程度一跃而上。强势的媒体矩阵让高端占位和密集覆盖交辉相应,汉王品牌风暴袭卷而来。

“纵观整场品牌风暴,更是汉王酒业文化自信、品质自信和品牌自信淋漓尽致体现。通过这场目的明确、目标精准的超级传播,以优质酱酒为根,在酱酒热的风口之下,王者归来的汉王酒业,必将将迎来品牌高质量发展的崭新时代。”在汉王酒业发展论坛上,海纳机构总经理、中国酒业协会常务理事吕咸逊表示。

随着汉王酒业的不断发展壮大,特别是“湖南模式”的大获成功,2021 年汉王酒业将对全国市场进行布局,汉王品牌和汉王酒业正向着“发展质量”的更高阶段迈进。刘俊杰表示,2021 年汉王酒业将继续巩固提高省内市场,提高市场占有率,利用在湖南的优势资源,将省内市场做细、做精、做强,并且扩大省外市场的销售氛围和占有率,全力支持全国有实力、有网络、有团队、有战略眼光的经销商做大做强全国市场。

会上,一大批区域经销商分别于汉王酒业现场签订了战略合作协议,签约金额过 1.2 亿元,将会会议现场的气氛推向了高潮。

(汉宣)