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姜创新。

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特种力量。

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。



第王之**衣** 第王酒業 区域经销商签约

第二届529酱桶文化節



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技 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、空杯留香的独特酱香风格,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,每一滴酱香酒都得来不易,高品质酱香酒需要足够长的时间打磨,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、全员工质量 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

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

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,是中国白酒酒行业的一大

盛事, 更是白酒文化传承发扬

的典型案例。

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

"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 医致的体现。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全国市场。

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

(汉宣)

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予解读说,"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,季大霄 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,形成强力的消费黏性,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



和 消

费者欢迎。

质实力夺金。

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年度中国白酒酒体设计奖",硬核品

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

同时,汉王酒业也将不断升级改进现有产



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

茅台立起来的时候,我们看到了芯片的'茅台',这样一来,龙头企业的估值被带起来了,股市标杆的意义远远大于其他。"《中国经济周刊》首席评论员钮文新提出,"我们需要把白酒、黄酒等不同品类酒种的价值充分挖掘出来,在这一过程中,增厚行业的本钱、利润空间,如果不把有价值的内容挖出来,短线去'炒作',一切都是空谈。"

知名职业投资人、独立财经评论员侯宁提出,近年来,主力机构重点投资科技板块、白酒板块,而白酒板块的崛起是有原因的。他认为,白酒板块具有成长性稳定、业绩增长稳定的特点,这两个稳定性让主力机构有决心和信心把茅台做到2000元+甚至3000元。侯宁举例说,当前,消费股中最好的赛道就是白酒。2021年,酒业板块还会有黑马奔出来,真正的黑马不止在白酒板块,黄酒、葡萄酒板块也值得关注

作为葡萄酒板块的带头大哥,烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司董事长周洪江用"三组"数据阐述了国内葡萄酒消费的现状及消费潜力:一是中国葡萄酒年均人消费量是 0.66 升,白酒年均人消费量为 5.6 升左右,啤酒年均人消费量近 27 升; 二是葡萄酒与白酒消费的比例是 1:7,喝 7 瓶白酒,才有一瓶葡萄酒被喝掉,国际上的烈酒与葡萄酒消费比是 1:1;三是葡萄酒的社交消费与家庭消费比是 9:1。

周洪江提倡,"不能走所谓的 WSET 那种 西方式的传播,要讲好我们自己的品牌故事、 产品故事,推动葡萄酒的家庭自饮消费,抱团 做大市场蛋糕。"

在由知名职业投资人陈浩主持的圆桌对话环节中,对于"面对上市,西凤准备好了吗"的提问,西凤集团公司党委书记、董事长、股份公司董事长张正表示,作为老四大名酒之一,西凤拥有长期的发展价值和潜力。资本市场上很多人谈到,西凤酒是中国白酒里面最后一座金矿。西凤虽然没上市,但是严格按照证监会的标准规范管理和运营,将在政府的支持下,选择合适的时机上市。"

而对于黄酒的投资价值和方向,绍兴黄酒行业协会会长徐明光提出,我们想通过引入资本,借助外力,让绍兴黄酒第二次发酵,能够把我们80多家黄酒企业整合起来,一方面是要加大科技的投入,拓宽营销渠道,打造品牌,开发出年轻人喜欢的新品种;另一方面要整合资源,通过资本的运作、机制的创新、制度的混改与并购,由几家龙头企业并购小而散的企业,整合发展,把企业做大,把品质做好,把品牌做强。

中国酒业协会理事长宋书玉在会上指出, 投资酒业不仅仅是投资品牌、投资品质、投资 企业成长、投资市场营销,投资酒业更是投资 独特的生态资源。

对此,中国酒业大数据中心相关负责人李薇薇提出,目前,酒业生产大数据研究所已在酒业酿造核心环节做了一系列创新,包括高粱等原料种植的遥感数据监测、酿酒水源和空气质量监测,包括在制曲和酿造等环节的工业互联网和大数据融合试点等。"在营销端,我们在酒类消费者数据画像、营销商圈大数据、门店建设优化、线上酒品销售洞察等领域做了一系列试点,共同推动中国酒类产业的可持续健康发展!"