

2000亿真的来了 宁夏将建国家葡萄酒产业开放发展试验区

■ 张瑜宸

对国产葡萄酒来说,2000亿元是个什么概念?

大概多数从业者都会觉得遥不可及,毕竟不管是规模上,葡萄酒企业的营收,还是进口葡萄酒的进口额,这些数字在近10年的中国市场上从未突破过500亿元。

但梦想还是要有的,万一实现了呢?5月25日,农业农村部在官方网站发布通知,经国务院批复同意,宁夏将建立国家葡萄及葡萄酒产业开放发展综合试验区(以下简称“综试区”)。

按照《宁夏国家葡萄及葡萄酒产业开放发展综合试验区建设总体方案》(以下简称“方案”),到2035年,贺兰山东麓葡萄酒基地总规模突破150万亩,年产葡萄酒6亿瓶以上,实现综合产值2000亿元以上。

2035年实现2000亿产值目标

据悉,综试区是由农业农村部、工业和信息化部牵头设立,涵盖贺兰山东麓葡萄酒国家地理标志产品保护区,划分为核心区和辐射区。其中,核心区规划面积108平方公里,辐射区规划面积394平方公里。

根据方案的建设项目,综试区将被打造成为黄河生态涵养的示范区、西部特色产业开发的引领区、文旅教体融合发展的体验区,“一带一路”合作对接先行区,并成为中国葡萄酒全方位融入世界的窗口、农业特色产业开放发展的高地。

为此,综试区将在聚焦新技术、创新新模式,打造新业态、搭建新平台和实施新工程等5个方面进行突破,并从监管、金融、技术等领域给予政策支持,力争到2025年产业链条科技贡献率达到70%,机械化普及率达到80%,贺兰山东麓葡萄酒基地总规模达到100万亩,年产葡萄酒3亿瓶以上,实现综合产值1000亿元以上;力争到2035年,贺兰山东麓葡萄酒基地总规模突破150万亩,年产葡萄酒6亿瓶以上,实现综合产值2000亿元以上。

更重要的是,到2035年,综试区的现代葡萄与葡萄酒产业、生产、经营三大体系要力争全面建成,宁夏葡萄酒对外开放发展格局全面形成,基本达到中国葡萄酒现代化发展阶段。

“综试试验区现在只是批复和综合规划,大量落地性的政策还没有出来,但从综合规划方案来看,宁夏葡萄酒对外开放发展格局全面形成,基本达到中国葡萄酒现代化发展阶段。”西酒酒庄庄主张晋志在接受《华夏酒报》记者采访时表示,综试区的设立,将贺兰山东麓葡萄酒上升到了国家战略,这是超级利好,再加上中国强大的内销市场,贺兰山东麓一定会诞生代表行业形象酒庄。

“综试区的建立代表了政府对国产葡萄酒产业发展整体的态度——大力推动,因此,释放出非常积极的市场信号。”深圳德普营销策划有限公司总经理王德惠告诉记者,国家层面的重视必然会逐渐出台相应的政策,这对葡萄酒行业从业者,特别是酒庄和企业来说,将带来很大的信心,而这个信心是非常重要的。

国产葡萄酒产业将踏上“康庄大道”

纵观中国葡萄酒行业,近年来,受益于零关税等利好政策的影响,消费者对进口葡萄酒的追捧程度远超国产葡萄酒,甚至进口葡萄酒的教育体系都是“舶来”的。在竞争异常激烈的当下,综试区的落地不仅让国产葡萄酒从业者看到了希望,同时也推动了整个国产葡萄酒消费氛围的形成。

“葡萄酒毕竟还是消费品,方案的出台能够让人们喝上物美价廉的本土产品,更能够给它们带来生活品质方面的提升和感受。”王德惠分析指出,部委、政府的大力支持,必将推动和刺激消费,由此形成葡萄酒产业向前发展的大趋势。

“这个趋势是向好的,会吸引更多的企业来投资,或者参与到国产葡萄酒产业的阵营中来,最终,将带动整个产业的良性发展。”王德惠说道。

不仅如此,2021年中央一号文件《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》中明确提出,要全面推进乡村振兴,加快农业农村现代化建设。作为黄河流域重要产区之一,贺兰山东麓葡萄酒产业已带动30万移民实现脱贫,从这一层面来看,国产葡萄酒产业发展是农村产业融合的重要途径,也是实现乡村振兴的重要突破口。因此,有专业人士指出,综试区的获批还代表了国家对专业发展“农旅相互融合”的扶持和肯定,值得关注的是,综试区的设立不仅利好宁夏产区发展,从长远来看,也将刺激和推动其他国产葡萄酒产区的“奔跑”。

“相信其他很多产区都会在宁夏这次获批之后,更加重视产区自身葡萄酒产业的发展,同时制定相应的政策和市场措施。”王德惠说。

“不过,理想非常好,关键在于如何让国产葡萄酒这个长线战略产业,一步一步合理、健康地落地,执行,这是最重要的。”王德惠指出,国产葡萄酒产业还是要“取法乎上,仅得其中”。

“名酒”+“民酒”牛栏山突破了什么? 魁盛号定价千元之上

牛栏山的秘密 都写在魁盛号樽里

从某种意义上来说,二锅头代表了北京文化。从喝二锅头要用粮票,到如今人们实现了二锅头自由,作为白酒品类中“大众”标签最为明确、“群众基础”最好的品类之一,二锅头可以说把“名酒”和“民酒”融合在了一起。

但品类的发现不可能至此止步,5月31日,京味好酒新高度——牛栏山魁盛号新品上市发布会”在北京中国大饭店举行。

牛栏山的秘密 都写在魁盛号樽里

二锅头这个品类是民酒代表,这一品类中,不乏深耕市场的知名企业。牛栏山凭借其超高的业绩跻身百亿俱乐部,展示了二锅头品类的发展内聚力。

从当前的二锅头主流单品看,价格从几十元到几百元不等。随着茅台价格持续上升,1000-1500元价位段渠道竞争不断加剧,这一价位段成为决定谋求品牌升级、产品价格矩阵升级的重要手段。当前,消费者已经基本获得了二锅头的消费自由,二锅头文化作为京味文化的重要组成部分,正在成为二锅头发展的重点优势。

从当前的消费升级需求来看,二锅头品类仍缺少一款可以占据千元价位带的旗舰产品。牛栏山酒厂厂长、新闻发言人陈世俊在发布会上谈到,二锅头的本质是追求品质超越,文化彰显包容。

牛栏山魁盛号樽定价1598元/瓶,这一产品如运营成功,则意味着二锅头品类价值实现突破。北京顺鑫控股集团党委书记、董事长王峰在致辞中谈到,魁盛号新品的发布,既是牛酒产品结构升级的重要举措,又是牛酒半年把握消费升级趋势,不断提升人民群众对美好生活追求的有力体现。

著名酿酒专家、二锅头技艺传承人高景炎在本次发布会上谈到,“随着中国白酒产业结构调整和二锅头消费升级,二锅头产品千元价位产品的缺失亟须弥补,牛栏山魁盛号樽的面市,不仅是牛栏山战略布局 and 实力的彰显,更是中国白酒二锅头市场对价值标杆强烈呼唤的结果”。

酱酒热潮之下 二锅头品类更应高举大旗

日前,酱酒热了,资本、企业纷纷倾斜资源谋求酱酒布局。热潮之下,乱象或将随之而来。不少专家呼吁,越是这个时候

更要坚守,到2035年,综试区的现代葡萄与葡萄酒产业、生产、经营三大体系要力争全面建成,宁夏葡萄酒对外开放发展格局全面形成,基本达到中国葡萄酒现代化发展阶段。

染酱还是坚守 水井坊的理性与纠结

任公司关于合资项目之框架协议》的签署。4月10日,据水井坊发布的《四川水井坊股份有限公司对外投资公告》显示,水井坊拟与同威酒业成立合资公司,名称暂定为贵州水井坊同威酒业有限公司,水井坊以现金形式出资(约5.6亿元)占合资公司注册资本的70%,要“打造全新的一线酱香型白酒知名品牌”。

水井坊拟以合资方式切入酱酒赛道,对此,广发证券提出,“我们认为这是明智之举,期待水井坊同威酒业能够成为水井坊新的业绩增长点。”

对定位高端的水水井坊要打造“一线酱香品牌”,晋晋则则表示,“水井坊的定位是单一品牌,单一品类,旗下系列酒能借力水井坊的品牌资源,而跨品牌很难借势;同时,水井坊目前的品牌厚度和厂地仅能满足自身发展,还不足以支撑其同时运营酱香型白酒及中高端产品;另外,帝亚吉欧对水井坊的定位明确,即全力坚守浓香型白酒高端市场。”

对比史上最优成绩的2019年一季度,水井坊实现营业收入9.3亿元,净利润达3.06亿元,同比下降15.06%;2021年一季度,水井坊取得12.40亿元的营收,同比增长70.17%,净利润4.19亿元,同比增长119.66%。

在业内外资本大手笔入局酱酒的背景下,作为白酒行业唯一一家由国际资本控股的上市公司,从宣布欲牵手同威酒业,到现在“婚期”未久,水井坊为何如此纠结?对此,中原基金大消费产业执行合伙人晋晋表示:“水井坊的重大决策权在帝亚吉欧,不排除后者对水井坊定位的坚持。帝亚吉欧对水井坊的定位很明确,即全力坚守浓香型白酒高端市场。”

高端浓香头部品牌

4月6日,在水井坊经销商大会上,朱祺豪明确提出,水井坊要“成为高端浓香头部品牌之一”。

从产品与品牌定位看,自2015年以来,水井坊将品牌定位于中高端以上,目前主要产品零售价均在300元以上。水井坊官网显示,公司现阶段主要有超高端酒类,也是实现行业发展的关键突破口。

因此,有专业人士指出,综试区的获批还代表了国家对专业发展“农旅相互融合”的扶持和肯定,值得关注的是,综试区的设立不仅利好宁夏产区发展,从长远来看,也将刺激和推动其他国产葡萄酒产区的“奔跑”。



向全国市场,进而带动外埠市场的发展,带来品类的扩容与什么。

意味着牛栏山在实现跨越式发展的同时,开启了由量变到质变的通道。二锅头已经成为北京的二锅头,也成为消费者来到北京旅游的伴手礼,兼具历史、文化特性的二锅头已经成为北京的重要符号之一。

二锅头品类发展历史悠久,牛栏山作为二锅头的重点企业,也有超过300年的历史和追溯,魁盛号的历史以北京城为基,可以追溯到二锅头的起源。

300多年前,随着清军入关后满蒙大融合发展,北京牛栏山成为官道商旅往来重镇。旗人乌古里氏创办为魁盛号酒,依托牛栏山微生物环境,溯白河优质水源,采用古法陶蒸酿酒技术,配酿出清甜甘冽的酿酒。历经代代传承与品质提升,带动牛栏山一方的酒肆繁荣,最终形成了今天的“二锅头”酒,1952年,魁盛号酒成为新中国成立、公立信义老号烧锅被收回后,建立国营牛栏山酒厂,魁盛号作为老号被传承于德顺酒。

自2002年以来,牛栏山持续保持两位数以上的年增长速度。超百亿的市场份额和超高的国民度,牛栏山从某种意义上重新定义了“名酒”,也正式站上

首次跨界型玩不玩得懂,或是水井坊是否染酱的纠结点。酱酒的受众、营销圈层、市场操作手法与浓香不同,也是业界共识。酒类咨询专家张桂军用“矛盾”一词道出了水井坊染酱的不确定性。他表示,“首先,水井坊作为浓香型白酒品牌,已习惯了浓香型白酒的打法,对酱香型白酒运营并不熟悉;第二,水井坊作为浓香型白酒的优秀品牌,有其独特的格调与价值感,与传说中的合作伙伴存在着巨大的差异;第三,无论是水井坊还是在酱酒中的合作伙伴,双方对酱酒当下及未来的发展趋势都没有清晰地理解。”

基于上述三大矛盾,水井坊的染酱动作有着诸多不确定性。4月10日发布的《四川水井坊股份有限公司对外投资公告》除了冷思考,也有对酱酒市场的热期待。

《公告》提到,合资项目旨在将同威公司在酱香型白酒领域的技术和产品优势,与水井坊在白酒营销领域超过十年的规范管理经验与经销商资源相结合,打造全新的一线酱香型白酒知名品牌,促进和推动该系列新品牌产品的销售。

天风证券分析指出,对于水井坊而言,此时,在酱酒热持续高涨的机遇下,同威进入酱酒领域,能找到新的业绩增长点。长远来看,酱香型白酒持续成长有可能对浓香型白酒市场产生冲击,水井坊能通过向上高端酱酒现滞滞在的风险,打开增长第二曲线空间?

近日,在葡萄酒行业深耕多年的葡萄酒市场报指出,如水井坊,舍得酒业、高端酒分别大涨22.5%、101%和84%,而高端白酒龙头,五粮液则涨幅为13%。30%。不仅如此,5月19日,“最贵ST股”——ST舍得正式复牌并成功摘帽,在随后的3个交易日内,连续收价涨幅创本轮涨幅位居次上20%以上。”

也有业内人士认为,水井坊染酱的不确定,恰恰释放了资本趋向理性的信号。或许,从“旁观者”的视角,更能解开水井坊率棋不定“心结”。

水井坊染酱的信号释放,源于4月8日《四川水井坊股份有限公司、黎明祥先生、贵州茅台酱酒集团(集团)有限责

“名酒”+“民酒”牛栏山突破了什么? 魁盛号定价千元之上

牛栏山的秘密 都写在魁盛号樽里

从某种意义上来说,二锅头代表了北京文化。从喝二锅头要用粮票,到如今人们实现了二锅头自由,作为白酒品类中“大众”标签最为明确、“群众基础”最好的品类之一,二锅头可以说把“名酒”和“民酒”融合在了一起。

但品类的发现不可能至此止步,5月31日,京味好酒新高度——牛栏山魁盛号新品上市发布会”在北京中国大饭店举行。

牛栏山的秘密 都写在魁盛号樽里

二锅头这个品类是民酒代表,这一品类中,不乏深耕市场的知名企业。牛栏山凭借其超高的业绩跻身百亿俱乐部,展示了二锅头品类的发展内聚力。

从当前的二锅头主流单品看,价格从几十元到几百元不等。随着茅台价格持续上升,1000-1500元价位段渠道竞争不断加剧,这一价位段成为决定谋求品牌升级、产品价格矩阵升级的重要手段。当前,消费者已经基本获得了二锅头的消费自由,二锅头文化作为京味文化的重要组成部分,正在成为二锅头发展的重点优势。

从当前的消费升级需求来看,二锅头品类仍缺少一款可以占据千元价位带的旗舰产品。牛栏山酒厂厂长、新闻发言人陈世俊在发布会上谈到,二锅头的本质是追求品质超越,文化彰显包容。

牛栏山魁盛号樽定价1598元/瓶,这一产品如运营成功,则意味着二锅头品类价值实现突破。北京顺鑫控股集团党委书记、董事长王峰在致辞中谈到,魁盛号新品的发布,既是牛酒产品结构升级的重要举措,又是牛酒半年把握消费升级趋势,不断提升人民群众对美好生活追求的有力体现。

著名酿酒专家、二锅头技艺传承人高景炎在本次发布会上谈到,“随着中国白酒产业结构调整和二锅头消费升级,二锅头产品千元价位产品的缺失亟须弥补,牛栏山魁盛号樽的面市,不仅是牛栏山战略布局 and 实力的彰显,更是中国白酒二锅头市场对价值标杆强烈呼唤的结果”。

酱酒热潮之下 二锅头品类更应高举大旗

日前,酱酒热了,资本、企业纷纷倾斜资源谋求酱酒布局。热潮之下,乱象或将随之而来。不少专家呼吁,越是这个时候

染酱还是坚守 水井坊的理性与纠结

任公司关于合资项目之框架协议》的签署。4月10日,据水井坊发布的《四川水井坊股份有限公司对外投资公告》显示,水井坊拟与同威酒业成立合资公司,名称暂定为贵州水井坊同威酒业有限公司,水井坊以现金形式出资(约5.6亿元)占合资公司注册资本的70%,要“打造全新的一线酱香型白酒知名品牌”。

水井坊拟以合资方式切入酱酒赛道,对此,广发证券提出,“我们认为这是明智之举,期待水井坊同威酒业能够成为水井坊新的业绩增长点。”

对定位高端的水水井坊要打造“一线酱香品牌”,晋晋则则表示,“水井坊的定位是单一品牌,单一品类,旗下系列酒能借力水井坊的品牌资源,而跨品牌很难借势;同时,水井坊目前的品牌厚度和厂地仅能满足自身发展,还不足以支撑其同时运营酱香型白酒及中高端产品;另外,帝亚吉欧对水井坊的定位明确,即全力坚守浓香型白酒高端市场。”

对比史上最优成绩的2019年一季度,水井坊实现营业收入9.3亿元,净利润达3.06亿元,同比下降15.06%;2021年一季度,水井坊取得12.40亿元的营收,同比增长70.17%,净利润4.19亿元,同比增长119.66%。

在业内外资本大手笔入局酱酒的背景下,作为白酒行业唯一一家由国际资本控股的上市公司,从宣布欲牵手同威酒业,到现在“婚期”未久,水井坊为何如此纠结?对此,中原基金大消费产业执行合伙人晋晋表示:“水井坊的重大决策权在帝亚吉欧,不排除后者对水井坊定位的坚持。帝亚吉欧对水井坊的定位很明确,即全力坚守浓香型白酒高端市场。”

因此,有专业人士指出,综试区的获批还代表了国家对专业发展“农旅相互融合”的扶持和肯定,值得关注的是,综试区的设立不仅利好宁夏产区发展,从长远来看,也将刺激和推动其他国产葡萄酒产区的“奔跑”。

“相信其他很多产区都会在宁夏这次获批之后,更加重视产区自身葡萄酒产业的发展,同时制定相应的政策和市场措施。”王德惠说。

“不过,理想非常好,关键在于如何让国产葡萄酒这个长线战略产业,一步一步合理、健康地落地,执行,这是最重要的。”王德惠指出,国产葡萄酒产业还是要“取法乎上,仅得其中”。

“名酒”+“民酒”牛栏山突破了什么? 魁盛号定价千元之上

牛栏山的秘密 都写在魁盛号樽里

从某种意义上来说,二锅头代表了北京文化。从喝二锅头要用粮票,到如今人们实现了二锅头自由,作为白酒品类中“大众”标签最为明确、“群众基础”最好的品类之一,二锅头可以说把“名酒”和“民酒”融合在了一起。

但品类的发现不可能至此止步,5月31日,京味好酒新高度——牛栏山魁盛号新品上市发布会”在北京中国大饭店举行。

牛栏山的秘密 都写在魁盛号樽里

二锅头这个品类是民酒代表,这一品类中,不乏深耕市场的知名企业。牛栏山凭借其超高的业绩跻身百亿俱乐部,展示了二锅头品类的发展内聚力。

从当前的二锅头主流单品看,价格从几十元到几百元不等。随着茅台价格持续上升,1000-1500元价位段渠道竞争不断加剧,这一价位段成为决定谋求品牌升级、产品价格矩阵升级的重要手段。当前,消费者已经基本获得了二锅头的消费自由,二锅头文化作为京味文化的重要组成部分,正在成为二锅头发展的重点优势。

从当前的消费升级需求来看,二锅头品类仍缺少一款可以占据千元价位带的旗舰产品。牛栏山酒厂厂长、新闻发言人陈世俊在发布会上谈到,二锅头的本质是追求品质超越,文化彰显包容。

牛栏山魁盛号樽定价1598元/瓶,这一产品如运营成功,则意味着二锅头品类价值实现突破。北京顺鑫控股集团党委书记、董事长王峰在致辞中谈到,魁盛号新品的发布,既是牛酒产品结构升级的重要举措,又是牛酒半年把握消费升级趋势,不断提升人民群众对美好生活追求的有力体现。

著名酿酒专家、二锅头技艺传承人高景炎在本次发布会上谈到,“随着中国白酒产业结构调整和二锅头消费升级,二锅头产品千元价位产品的缺失亟须弥补,牛栏山魁盛号樽的面市,不仅是牛栏山战略布局 and 实力的彰显,更是中国白酒二锅头市场对价值标杆强烈呼唤的结果”。

酱酒热潮之下 二锅头品类更应高举大旗

日前,酱酒热了,资本、企业纷纷倾斜资源谋求酱酒布局。热潮之下,乱象或将随之而来。不少专家呼吁,越是这个时候

淡季“涨”声四起 酒业唱的哪出戏?

你喝的白酒涨价了吗?最近,多家白酒企业密集宣布控价提价。

先是泸州老窖降酒下通知称,百年酒(2019纪念版)自5月26日起终端结算价上调25元/瓶;接着,酒鬼酒52度500ml内参酒宣布自5月14日起停止供货;其后,5月17日,贵州醇酒业对外宣布,将下调旗下部分酱酒产品价格,酱酒15%、15%27日,江苏今世缘酒业销售有限公司发布通知,从2021年6月1日起,统一上调缘品牌部分产品出厂开票价。42度单开缘(550ml)和42度四开缘(60元/瓶);52度四开缘(新版)开票价上调50元/瓶。

受此影响,A股白酒股票大涨。据统计,自进入5月以来,多家白酒上市公司以涨停收盘。截至5月27日,贵州茅台强势领涨,盘中,海南椰岛一度涨停,老白干酒大涨7%,洋河股份涨幅近5%。对此,天风证券分析指出,白酒新一轮增长周期,白酒行业更是迎来“二次爆发”。

据Choice数据库统计显示,自3月9日以来,白酒指数次高端涨幅明显强于大盘。白酒行业发布和隔夜涨幅超2020年,不仅使二三线酒企使其业绩弹性加大,次高端酒企更是迎来“二次爆发”。

不仅如此,5月19日,“最贵ST股”——ST舍得正式复牌并成功摘帽,在随后的3个交易日内,连续收价涨幅创本轮涨幅位居次上20%以上。”

也有业内人士认为,水井坊染酱的不确定,恰恰释放了资本趋向理性的信号。或许,从“旁观者”的视角,更能解开水井坊率棋不定“心结”。

水井坊染酱的信号释放,源于4月8日《四川水井坊股份有限公司、黎明祥先生、贵州茅台酱酒集团(集团)有限责

“名酒”+“民酒”牛栏山突破了什么? 魁盛号定价千元之上

牛栏山的秘密 都写在魁盛号樽里

从某种意义上来说,二锅头代表了北京文化。从喝二锅头要用粮票,到如今人们实现了二锅头自由,作为白酒品类中“大众”标签最为明确、“群众基础”最好的品类之一,二锅头可以说把“名酒”和“民酒”融合在了一起。

但品类的发现不可能至此止步,5月31日,京味好酒新高度——牛栏山魁盛号新品上市发布会”在北京中国大饭店举行。

牛栏山的秘密 都写在魁盛号樽里

二锅头这个品类是民酒代表,这一品类中,不乏深耕市场的知名企业。牛栏山凭借其超高的业绩跻身百亿俱乐部,展示了二锅头品类的发展内聚力。

从当前的二锅头主流单品看,价格从几十元到几百元不等。随着茅台价格持续上升,1000-1500元价位段渠道竞争不断加剧,这一价位段成为决定谋求品牌升级、产品价格矩阵升级的重要手段。当前,消费者已经基本获得了二锅头的消费自由,二锅头文化作为京味文化的重要组成部分,正在成为二锅头发展的重点优势。

从当前的消费升级需求来看,二锅头品类仍缺少一款可以占据千元价位带的旗舰产品。牛栏山酒厂厂长、新闻发言人陈世俊在发布会上谈到,二锅头的本质是追求品质超越,文化彰显包容。

牛栏山魁盛号樽定价1598元/瓶,这一产品如运营成功,则意味着二锅头品类价值实现突破。北京顺鑫控股集团党委书记、董事长王峰在致辞中谈到,魁盛号新品的发布,既是牛酒产品结构升级的重要举措,又是牛酒半年把握消费升级趋势,不断提升人民群众对美好生活追求的有力体现。

著名酿酒专家、二锅头技艺传承人高景炎在本次发布会上谈到,“随着中国白酒产业结构调整和二锅头消费升级,二锅头产品千元价位产品的缺失亟须弥补,牛栏山魁盛号樽的面市,不仅是牛栏山战略布局 and 实力的彰显,更是中国白酒二锅头市场对价值标杆强烈呼唤的结果”。

酱酒热潮之下 二锅头品类更应高举大旗

日前,酱酒热了,资本、企业纷纷倾斜资源谋求酱酒布局。热潮之下,乱象或将随之而来。不少专家呼吁,越是这个时候

淡季“涨”声四起 酒业唱的哪出戏?

你喝的白酒涨价了吗?最近,多家白酒企业密集宣布控价提价。

先是泸州老窖降酒下通知称,百年酒(2019纪念版)自5月26日起终端结算价上调25元/瓶;接着,酒鬼酒52度500ml内参酒宣布自5月14日起停止供货;其后,5月17日,贵州醇酒业对外宣布,将下调旗下部分酱酒产品价格,酱酒15%、15%27日,江苏今世缘酒业销售有限公司发布通知,从2021年6月1日起,统一上调缘品牌部分产品出厂开票价。42度单开缘(550ml)和42度四开缘(60元/瓶);52度四开缘(新版)开票价上调50元/瓶。

受此影响,A股白酒股票大涨。据统计,自进入5月以来,多家白酒上市公司以涨停收盘。截至5月27日,贵州茅台强势领涨,盘中,海南椰岛一度涨停,老白干酒大涨7%,洋河股份涨幅近5%。对此,天风证券分析指出,白酒新一轮增长周期,白酒行业更是迎来“二次爆发”。

据Choice数据库统计显示,自3月9日以来,白酒指数次高端涨幅明显强于大盘。白酒行业发布和隔夜涨幅超2020年,不仅使二三线酒企使其业绩弹性加大,次高端酒企更是迎来“二次爆发”。

不仅如此,5月19日,“最贵ST股”——ST舍得正式复牌并成功摘帽,在随后的3个交易日内,连续收价涨幅创本轮涨幅位居次上20%以上。”

也有业内人士认为,水井坊染酱的不确定,恰恰释放了资本趋向理性的信号。或许,从“旁观者”的视角,更能解开水井坊率棋不定“心结”。

水井坊染酱的信号释放,源于4月8日《四川水井坊股份有限公司、黎明祥先生、贵州茅台酱酒集团(集团)有限责

“名酒”+“民酒”牛栏山突破了什么? 魁盛号定价千元之上

牛栏山的秘密 都写在魁盛号樽里

从某种意义上来说,二锅头代表了北京文化。从喝二锅头要用粮票,到如今人们实现了二锅头自由,作为白酒品类中“大众”标签最为明确、“群众基础”最好的品类之一,二锅头可以说把“名酒”和“民酒”融合在了一起。

但品类的发现不可能至此止步,5月31日,京味好酒新高度——牛栏山魁盛号新品上市发布会”在北京中国大饭店举行。

牛栏山的秘密 都写在魁盛号樽里

二锅头这个品类是民酒代表,这一品类中,不乏深耕市场的知名企业。牛栏山凭借其超高的业绩跻身百亿俱乐部,展示了二锅头品类的发展内聚力。

从当前的二锅头主流单品看,价格从几十元到几百元不等。随着茅台价格持续上升,1000-1500元价位段渠道竞争不断加剧,这一价位段成为决定谋求品牌升级、产品价格矩阵升级的重要手段。当前,消费者已经基本获得了二锅头的消费自由,二锅头文化作为京味文化的重要组成部分,正在成为二锅头发展的重点优势。

从当前的消费升级需求来看,二锅头品类仍缺少一款可以占据千元价位带的旗舰产品。牛栏山酒厂厂长、新闻发言人陈世俊在发布会上谈到,二锅头的本质是追求品质超越,文化彰显包容。

牛栏山魁盛号樽定价1598元/瓶,这一产品如运营成功,则意味着二锅头品类价值实现突破。北京顺鑫控股集团党委书记、董事长王峰在致辞中谈到,魁盛号新品的发布,既是牛酒产品结构升级的重要举措,又是牛酒半年把握消费升级趋势,不断提升人民群众对美好生活追求的有力体现。

著名酿酒专家、二锅头技艺传承人高景炎在本次发布会上谈到,“随着中国白酒产业结构调整和二锅头消费升级,二锅头产品千元价位产品的缺失亟须弥补,牛栏山魁盛号樽的面市,不仅是牛栏山战略布局 and 实力的彰显,更是中国白酒二锅头市场对价值标杆强烈呼唤的结果”。

酱酒热潮之下 二锅头品类更应高举大旗

日前,酱酒热了,资本、企业纷纷倾斜资源谋求酱酒布局。热潮之下,乱象或将随之而来。不少专家呼吁,越是这个时候

淡季“涨”声四起 酒业唱的哪出戏?

你喝的白酒涨价了吗?最近,多家白酒企业密集宣布控价提价。

先是泸州老窖降酒下通知称,百年酒(2019纪念版)自5月26日起终端结算价上调25元/瓶;接着,酒鬼酒52度500ml内参酒宣布自5月14日起停止供货;其后,5月17日,贵州醇酒业对外宣布,将下调旗下部分酱酒产品价格,酱酒15%、15%27日,江苏今世缘酒业销售有限公司发布通知,从2021年6月1日起,统一上调缘品牌部分产品出厂开票价。42度单开缘(550ml)和42度四开缘(60元/瓶);52度四开缘(新版)开票价上调50元/瓶。

受此影响,A股白酒股票大涨。据统计,自进入5月以来,多家白酒上市公司以涨停收盘。截至5月27日,贵州茅台强势领涨,盘中,海南椰岛一度涨停,老白干酒大涨7%,洋河股份涨幅近5%。对此,天风证券分析指出,白酒新一轮增长周期,白酒行业更是迎来“二次爆发”。

据Choice数据库统计显示,自3月9日以来,白酒指数次高端涨幅明显强于大盘。白酒行业发布和隔夜涨幅超2020年,不仅使二三线酒企使其业绩弹性加大,次高端酒企更是迎来“二次爆发”。

不仅如此,5月19日,“最贵ST股”——ST舍得正式复牌并成功摘帽,在随后的3个交易日内,连续收价涨幅创本轮涨幅位居次上20%以上。”

也有业内人士认为,水井坊染酱的不确定,恰恰释放了资本趋向理性的信号。或许,从“旁观者”的视角,更能解开水井坊率棋不定“心结”。

水井坊染酱的信号释放,源于4月8日《四川水井坊股份有限公司、黎明祥先生、贵州茅台酱酒集团(集团)有限责

“名酒”+“民酒”牛栏山突破了什么? 魁盛号定价千元之上

牛栏山的秘密 都写在魁盛号樽里