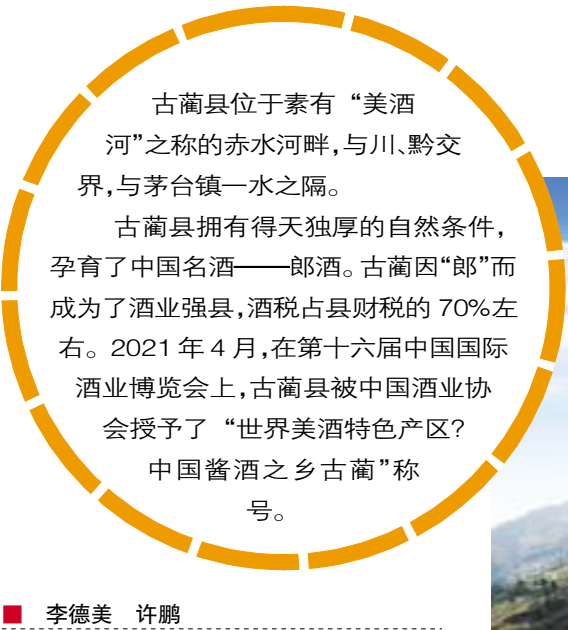




■ 李德美 许鹏

古蔺在哪? 四川。
郎酒在哪? 赤水河左岸,古蔺二郎镇。
2020 年,古蔺县酒业实现“双增长”:酒业主营业务收入 135.6 亿元、增长 6.8%, 税收 25.4 亿元、增长 30.6%。产量和税收分别比“十二五”末增加了 2 倍和 2.6 倍。
2019 年,古蔺县完成脱贫评估,2020 年 2 月成功脱贫摘帽。
在中国酒业版图上,古蔺酱酒崛起,成为国人瞩目聚焦点,其实力与魅力何在?

加码川酱增长极 古蔺产业资源优势突显

“十三五”期间,古蔺县累计实现白酒主营业务收入 663 亿元,入库税金 82 亿元、年均增长 24%,酒类项目完成投资 120 亿元。古蔺县约 10 万人从事白酒生产及相关配套产业。同时,每年酒业带动古蔺县发展红粱种植 10 万多亩,助力 2 万余农户增收。
2021 年 6 月 11 日,四川省人民政府办公厅发布审议通过的《推动四川白酒产业高质量发展的若干措施》的通知,记者从通知中注意到,在“推动产业集聚发展”、“巩固扩大优质产能”以及“持续提升川酒品牌影响力”的几条措施中,都有针对“酱酒”的规划,在着力打造“川酒大产区”品牌,巩固浓香型产区品牌优势地位的同时,做强赤水河酱香产区品牌。
而在此之前,四川省已经正式将“浓香双优”写入川酒“十四五”规划中,浓香与酱香置于川酒天平的两端,酱酒正在成为川酒发展的又一增长极。
古蔺,四川省唯一优质酱酒产区。为全面落实省委“推动川酒振兴”、市委“打造千亿白酒产业”战略部署,深入实施“酒业强县”发展战略,助力古蔺酒业实现高质量发展,古蔺借助赤水河是酱香型白酒原产地和主产区的区位优势,深入开发酱酒产业发展潜力,坚定不

郎酒 中国酱酒之乡剑指“千亿产业”



移推动白酒产业做强做优,着力打造独具特色、功能互补、竞争力强的世界级优质酱酒产业集群,以“龙头”带动+“腰部企业”梯队+“中小酒企业”跟队“接龙”模式,助推古蔺酒企集群化发展。

为此,古蔺县充分支持“龙头企业”郎酒实施“百年企业、千亿征程”战略,助力郎酒庄园建成世界级庄园、吴家沟等五大生态酿酒区全面投产,郎酒酱酒产能、老酒储量实现翻番。
古蔺县注重“腰部企业”川酒、仙潭、金美酒业市场品牌塑造,尽快达到 10 亿元销售规模,稳步向 20 亿元、30 亿元销售目标迈进。同时,古蔺县扶持“美酒河”酒业公司等中小酒企抱团发展,加快培育一批“小巨人”酒企。目前,古蔺县持证酒企业产能 7.5 万吨、储能 44 万吨。

奔向“千亿” 古蔺区位优势突显

中华民族五千年历史长河里,酒和酒文化一直占据着重要地位。中国酒行业在不断进步



和发展,而在这发展过程中,离不开文化的积淀和底蕴,文化引领酒业的变革和创新。
古蔺县聚焦“红色教育、生态康养、酱酒体验”三大文旅品牌,推动文化和旅游深度融合、全域发展,大力推进“文化+旅游”“生态+旅游”“酱酒+旅游”,加快开发研学旅行、康养度假、旅游地产、酱酒品鉴等特色旅游产品,推动景区由观光型向体验型转变,带动区域持续增收,推动乡村振兴。

古蔺,是一方光荣的红色热土,具有独特的地理环境和悠久的历史文化遗产。
古蔺是中央红军长征入川第一县,也是中央红军长征中转站时间最久、转战路线最长、转战地域最广的县。中央红军从第一次渡赤水进入古蔺县境,到四渡赤水离开古蔺县境,辗转 54 天。古蔺县太平渡是“四渡赤水”的轴心地区和重要渡口,第二次、第四次渡过赤水河就发生在太平渡。毛泽东同志在此书写了“得意之笔”：“四渡赤水出奇兵”。
“好山好水好粮出好酒”。古蔺是一个醉美生态的白酒酿造圣地。古蔺森林覆盖率 50%以上;古蔺甘干“刮骨疗伤”,全县关闭退出煤矿 27 家,化解产能 290 万吨,以及出台系列维护



生态平衡的举措,保护优质生态酱酒产地水质、土壤、气候、微生物群落的稀缺性资源的完好。
“要想富先修路”。为深入贯彻四川省委、省政府“四向拓展、全域开发及突出南向,拓展四川发展空间”的发展战略,在产业集聚的基础上,川黔两省共同推动古(蔺)金(沙)高速公路、古(蔺)仁(怀)高速公路、泸(州)遵(义)高铁建设,打通四川南向最快速便捷、最具经济价值、最有发展潜力的大通道,彻底破解川南地区区位优势,奠定“中国白酒金三角”区域建设基石。
“十四五”期间,古蔺将充分发挥四川省唯一优质酱酒产区优势,坚定不移实施“酒业强县”发展战略,着力打造与贵州仁怀、习水各美其美、美美与共的世界级优质酱酒产业集群,加速向“千亿产业、百亿税收”目标奋进。
古蔺县力争到 2025 年,白酒产能达到 17 万吨,产值 700 亿元,主营业务收入 500 亿元,税收 150 亿元。
展望 2035 年,古蔺白酒产业将建成产能 23 万吨,实现产值 1000 亿元,主营业务收入 700 亿元,入库税收 200 亿元,把古蔺经开区

建设为“国家级开发区,千亿产业园区”,全面建成中国酱香酒谷核心区,世界级优质酱酒产业集群。

鲶鱼效应 古蔺酱酒短板如何突围?

用匠心酿造美好,用卓越铸就品牌。品牌是未来发展的核心增长力、竞争力。
目前,古蔺县共有持证酒企 23 户,其中规模以上酒企 9 户,其他企业还处于“生产基酒、无自主品牌、低附加值”的艰难处境中。
为培育酱酒产区知名度和酱酒品牌美誉度,今后,古蔺酱酒产业加速度发展的着力点之一:推动酒企集群发展。
古蔺支持郎酒实施“百年企业、千亿征程”战略,助力加速实现 500 亿销售收入目标;引导川酒酱酒和仙潭酒业转变发展模式、加快技改扩能、强化品质提升,积极抢占市场;扶持中小酒企兼并重组、盘活资源、抱团发展。
古蔺酱酒产业加速度发展的着力点之二:做好酒业新增长极。
古蔺县全力做好酒业发展的土地、资金及水、电、路、气等要素保障,推动茅溪优质酱酒基地投产见效;建设四川古蔺酱香酒谷产业园区;打造全国领先的酱酒生产基地,加快形成古蔺酒业发展第二增长极。
古蔺县强化宣传推介,持续招大引强,深度开发二郎、茅溪、太平、永乐等四大酱酒优势产区,推动古蔺酒业突破发展。

同时,大力发展包装、仓储、物流、营销等配套产业,延伸白酒产业链,提高酒业附加值,推动白酒产业配套化、链条化、融合化发展。
古蔺酱酒产业加速度发展的着力点之三:培育酱酒区域品牌。
古蔺县积极与中酒协对接合作,明确品牌定位、深化品牌内涵、提升品牌价值,注册古蔺酱酒公共商标,打响“世界美酒特色产区?中国酱酒之乡”区域品牌,构建层次清晰、辨识度高、影响力强的古蔺酱酒品牌矩阵;引导白酒企业聚焦主打产品,做强传统销售渠道,依托电商平台,创新“互联网+白酒”,积极拓展网上市场。
荣获“中国酱酒之乡”金字招牌后,古蔺县酒业发展促进局局长郑京来道出古蔺酒业今后的发展方向,“一是大招商、招优商;二是主要对外推广。古蔺县将实施落地见效的操作,采取请进来走出去的方式,比如组团进厂参观、专场座谈、小型品酒论坛活动,将古蔺产区实力和酱酒魅力宣传推广出去”。
古蔺,在“旗舰”郎酒引领下,开启“N+∞”键发力前行,古蔺,酱酒产业航母在加速行进中。

国台终止 IPO 黔酒“第二股”花落谁家?

■ 陈振翔

从两年前至今,酱酒的持续火爆不光牵动着资本的神经,更是牵动着“上市”的神经,谁能成为黔酒第二个上市的白酒企业?
刚刚入选贵州上市挂牌后备资源库的第 7 天,贵州国台酒业就提交了终止 IPO 申请,对于信心满满的黔酒拟上市挂牌企业来说,这既是一盆冷水,又是一个绝佳的机会。

榜样的力量 蠢蠢欲动的黔酒

上市好不好?对于黔酒企业来说,不用问,看看茅台的业绩就知道了。
贵州茅台于 2001 年 7 月 31 日在上海证券交易所上市,上市时发行价是 34.51 元,其股价在十几年中较稳定持续上涨,2017 年第一季度股价为 300 多元,到了 2017 年第四季度,茅台股价已涨到 700 多元。再后来终端价突破 3000 元,市值达 3 万亿元,成为白酒第一股。去年,茅台集团营收达到 1140.41 亿元,同比增长 13.7%;净利润为 543.72 亿元,同比增长 18.2%。
在茅台的引领下,黔酒企业上市计划纷纷出台,早在数年前,习酒、国台就宣布上市计划,成为最有可能出线的两家酒企。
2012 年秋天,茅台集团领导在习酒国窖 60 周年纪念大会上表示,2013 年 2 月习酒将在香港登上 H 股。2012 年习酒完成企业股改准备上市,但却遇上了限制“三公”消费政策的出台以及塑化剂事件,上市之路暂时中止。
2014 年,根据贵州省国资委的规划,茅台集团仍将保持对习酒的控股地位,在引入中粮集团作为战略投资者的基础上,择机引入其他战略投资者,继续以酒类概念推动上市,其中明确到 2014 年底前争取习酒公司上市。
3 年之后,习酒再度传出上市计划表。2017 年 12 月,茅台再次表示,2020 年前茅台集团旗下有三家新上市公司,其中就包括习酒公司。但在 2019 年 10 月,在百家媒体走进世界酱香型白酒产业核心区宣传活动中,习酒公

司董事长钟方达宣布暂停上市计划。
习酒上市已经喊了许多年,但是受相关因素影响,习酒上市的计划被搁浅了。
而国台酒业的上市之路也异常曲折。2017 年,国台酒业启动“股权激励计划”,以股权激励“捆绑”包括苏糖、粤糖、酒仙网、名品世家等在内的大经销商,这种酒厂和经销商在合作模式上的创新,被认为激活了大经销商的积极性,但这也为今天国台酒业上市过程中的“关联交易审查”留下了隐患。国台此次悄悄按下上市暂停键,证明了黔酒上市路途艰险。

在白酒上市的路上,黔酒并没有被困难吓倒,而是重整优势资源再度出海。
5 月 27 日,贵州省地方金融监督管理局公布贵州省上市挂牌后备企业资源库名单。贵州国台、贵州茅台酒厂(集团)习酒、贵州鸭溪酒业、贵州省仁怀市茅台镇夜郎古酒业股份、贵州珍酒、贵州茅台镇圣窖酒业、贵州小糊涂仙酒业、贵州省仁怀市酱香酒、贵州岩博酒业、贵州金沙安底斗酒酒业、贵州金沙窖酒酒业有限公司、贵州醇酒业等 12 家酒企入选。
业界认为,从原来的习酒、国台单打独斗到现在的“组团”上市,贵州力推白酒上市可谓立场坚定,后劲十足。黔酒上市征程不会就此止步,除习酒、国台之外,还有十家酒业后备力量,其中,金沙窖酒、贵州金沙安底斗酒酒业、贵州省仁怀市茅台镇夜郎古酒业股份、贵州醇酒业等企业早在去年就宣称在 3~5 年内上市,茅台之下,黔酒企业已经开始蠢蠢欲动。

前进的脚步 “第二股”鹿死谁手

在赤水河流域的川黔酱酒产区,除去茅台,自称“第二”的酒企不胜枚举。国台自称是茅台镇第二,习酒自称是茅台集团第二,金沙自称是贵州省第二……
众所周知,习酒建厂于 1952 年,1998 年被茅台集团全资兼并。被兼并后,习酒利用茅台集团强大的品牌背书,一步步步入了发展的快车道。尤其是 2021 年第一季度,习酒收到的订货款已经达到了其 2020 年全年的销售额。

这足以证明,习酒短时间内出位的可能性较大。但是对于习酒来说,最大的优势也是最大的障碍,阻挡习酒上市的第一关就是一个企业集团不能有两家上市公司(茅台集团已有贵州茅台上市)的局限。对此,已经跨入“百亿俱乐部”的习酒面对上市,短时间内只能望洋兴叹。
在白酒营销人士看来,针对日趋严格的证监法律法规,习酒要想上市,不是没有可能,脱离茅台集团的桎梏或许是一个新的尝试,面对酱香酒市场的繁荣景象,已经实现百亿梦想的习酒若实现多年以来的上市夙愿,或许真的是一件好事。但是,“脱茅”对习酒来说是最大的考验,第一是茅台集团放不放手;第二是习酒想不想,或者说有没有脱离茅台的想法;第三还要看贵州省相关部门的态度以及抉择。
在日前证监会新闻发言人就 IPO 股东信息披露核查有关问题答记者问中不难看出,为将监管实践规范化、制度化,切实防范利用资本市场违法违规“造富”,今年 2 月,证监会专门发布《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》(以下简称《指引》),重申发行人股东适格性要求,延长突击入股股份锁定期,进一步明确对入股价格明显异常的自然人股东和多层嵌套机构股东的信息穿透核查要求。
证监会将督促发行人和中介机构等有关方面进一步落实好《指引》精神。一方面,在股东穿透核查过程中坚持实质重于形式,切实防范利用上市进行利益输送、违法违规“造富”等情形发生;另一方面,尽量量化重要性原则,对于持股较少、不涉及违法违规“造富”等情形的,中介机构实事求是出具意见后可以正常推进审核。同时,也要纠正中介机构核查工作中存在的免责式、简单化不良倾向。
5 月 28 日,郎酒收到了来自证监会的上市问询,要求郎酒说明过去一直备受争议的产权和商标等历史问题,以及补充说明与贵州仁怀地区白酒企业尤其是茅台、国台的竞争关系、优势以及前景。
业内人士表示,国台终止 IPO,主要是关联交易方面的问题。
郎酒被问询,国台悄悄终止上市申请,两大酱酒 IPO 受挫,无疑为近年来大热的酱酒市



场泼下一盆冷水,但对于其他酱酒企业来说,将是一次难得的“越位”机会。
白酒行业专家蔡学飞表示,证券法非常严格,对于企业上市资质审查非常高。首先,国台短期内要上市,可能是企业的一些申报,包括一些流程会涉及到政策红线,上市的风险变数比较大;其次,一旦“带病”上市,上市之后必然会涉及到相关的法律法规监管,对于企业的整体发展以及持续性经营肯定会产生负面影响。综合考量,这可能是国台终止上市的直接原因。

后备军坚挺 “黔酒军团”后劲足

在习酒、国台之后,黔酒后备军团实力不可小觑,黔酒上市风潮还会更加强势。
2019 年 10 月 30 日,在百家媒体走进世界酱香型白酒产业核心区宣传活动中,贵州金沙窖酒酒业有限公司党委书记、董事长张道红向新闻媒体表示,“公司股权激励的初步框架和上市推进时间表已经形成。从今年至 2020 年,主要是完善公司管理制度;2021 年进入上市辅导期;通过 3 年的时间,到 2024 年完成股份公司的改造;力争 2024 年到 2025 年完成公司

的上市。”
去年 2 月 14 日,贵州醇酒业有限公司董事长、总经理朱伟计划贵州醇三年销售目标 40 亿元,五年销售目标 80 亿元,十年销售目标 300 亿元。朱伟还表示将在上任的第三年筹备上市,争取五年内完成贵州醇上市。“五年市值目标 800 亿元左右,十年 2000 亿元以上。”朱伟定下了贵州醇的市值目标。
今年 3 月,茅台镇夜郎古酒业股份有限公司工作人员在接受媒体采访时表示,公司计划未来 3~5 年上市,中信证券已完成了前期的尽调调研。
金沙古酒控股方、深圳市宝德投资控股有限公司董事长李瑞杰表示,深圳市宝德投资控股有限公司旗下拥有深圳中青宝互动网络股份有限公司(SZ 300052),以及深圳宝德计算机系统有限公司(HK08236)两家上市公司,未来希望做大金沙古酒,力争 2025 年上市,成为宝德投资控股旗下第三家上市公司。
金沙古酒、金沙窖酒、夜郎古酒业、贵州醇,包括其余 6 家黔酒企业在资金力度、厂区建设、储酒能力等方面加大投入,成为“黔酒”第二股的机会平等,加上习酒、国台的未来上市再部署、再规划,对于黔酒企业来说,机会多多、未来可期。