



## 有证企业 两年淘汰五分之一 酱酒“洗牌”悄然加速?

■ 无妄子

酱酒虽热,但却并非雨露均沾。7月20日,遵义市市委书记魏树旺在该市召开的白酒行业生态环境突出问题整改暨推动白酒产业高质量发展专题会上提出,将积极推动整合关停一批“低小散弱”酒企。该发言的背后反映的是当地酒企的整合进度在不断加快。

在市场演进、资本入局、政府引导的共同作用下,数以千计的中小型酱酒企业正在产业整合的大潮中载沉载浮。

### 有证企业两年减少 111 家

酱酒产业整合的速度究竟有多快?以下两组数据或可作为参考。

首先是食品生产许可证(SC码)的数量变化。资料显示,2019年,仁怀市有食品生产许可证(SC)的酒厂共计506家,微酒记者通过国家食品生产许可获证企业信息查询平台了解到截止至2021年7月25日,仁怀共有429家企业拥有食品生产许可(SC),其中非酒类有34家,酒类仅有395家,减少了111家。(注:SC码实现了食品的追溯,具有识别、查询的功能。该编号与企业唯一对应,一经确定,不再更改。

另一组数据则来源于遵义市(仁怀市)酒业协会:2018年底,遵义市共有规模以上白酒生产企业117家;2020年底,规模以上白酒生产企业为113家。

有证企业的锐减和规上企业的稳定,隐约勾勒出了仁怀酱酒变化的图案。

企查查数据显示,仁怀目前处于在营/存续状态的酒类制造企业数量为1027家,其中,注册资本为5000万元以上的有63家。

数据无声胜有声,仁怀酱酒企业的生态图由此浮现:国台、钓鱼台等资本实力强大的企业占据前排,而注册资本不足100万元的小企业和作坊只能居于尾部,艰难求活。

能者居上,以少占多的情况正在不断加深,留给茅台镇腰部企业的收益区间和可支配资源正在减少。

### “洗牌”背后的资本推力

中国酒业协会理事长宋书玉曾指出,贵州白酒产业发展不均衡、结构不合理、品牌建设不充分、产业关联度低等问题较为突出。

那么,在茅台一支独秀,国台、钓鱼台、金酱、汉台等企业一路狂奔的情况下,本地的中小企业军团如何跟上步伐?

仁怀市政府拿出的方案是整合与兼并。2020年,仁怀市政府出台了关于中小酱酒企业“关停并转”的行动方案,也由此掀起了一轮新的酱酒整合运动。

在日前公布的《遵义2021年产业大招商第一批推介项目》中,投资5亿元的仁怀市天和酒业兼并重组项目已经赫然在目。

另据知情人士透露,除此之外,还有多个项目正在积极推进,如:投资7.8亿元的永泰酒业技改扩产兼并重组赖坊酒业、弟娃酒庄项目;投资10亿元的波波匠酒业兼并重组赵产跃酒厂、胡亮酒庄等8家酒庄的年产3000吨大曲酱酒项目;投资12亿元的大国古将兼并重组醉无量酒业等4家酒庄项目。

不仅如此,各类资本也在加速对仁怀本地酱酒资源的围猎,从业外的环球融创、修正药业、五叶神集团、海银系、巨人集团、吉宏股份、众兴菌业、步步高,到业内的洋河、水井坊、劲牌、怡亚通、椰岛,均已布局或正在加速布局仁怀酱酒。

这些企业的做法,大多都是收购/合资本地既有企业,然后逐步启动扩能增产措施。不过,由于酱酒的特殊生产工艺,目前这些资本旗下的企业产能并没有正式释放,因此,未来具体的发展情况还有待观察。

对此,酱酒专家权图坦言:“在产业整合的趋势推动下,赤水河产区中小企业将进入整合期,由1000家集中到100家。”

权图预判茅台镇、仁怀的中小酒企难免被整合的命运,这是产业发展的大势所趋,也是行业竞争的必然结果。按照权图的预测,酱酒企业的整合速度将进一步加速,而这也将会影响到酱酒格局的发展。

纵观贵州酱酒产业发展,除少部分较有实力的企业外,多数企业仍以生产原酒为主,市场运营则由外部企业完成,不利于进一步挖掘酱酒产业的价值。

对此,贵州省委书记谌贻琴曾强调,要着力推动品牌梯队更“优”,坚持抓大、扶中、推小,加快打造以茅台集团为引领的品牌梯队,形成各梯度品牌协同发展的良好格局;着力推动市场主体更“优”,加强小酒庄、小作坊规范管理,推动有实力中小型白酒企业做大做强,全力支持企业上规入统,培育更多有核心竞争力、抗风险能力强的市场主体。

由此,不难看出,兼并整合或将成为大部分中小酱酒厂的必经之路。

# 酿酒原料 仁怀这次动真格了

■ 李德美 苗倩

在遵义市(仁怀市)酒业协会的号召下,把原料基地建设作为第一车间,成为当地企业共识。

### 直击原料短板 践行高质量发展

热播剧《觉醒年代》中有一句经典台词是,“所谓道德,从不是用来要求别人,而是拿来约束自己。”

对于红缨子高粱的质量管控,遵义市(仁怀市)酒业协会执行副会长、秘书长吕玉华在会议现场发出“守住质量底线和道德底线”的声音。这是来自酱酒核心产区的自我约束,更是对消费者的一份沉甸甸的承诺。

7月21日,由遵义市(仁怀市)酒业协会成立的红缨子高粱质量管理专家委员会在仁怀正式挂牌成立,成员汇聚贵州省农业部门的专家,负责推广红缨子高粱良种良法、品质鉴定、基地建设、生产和仓储管理等,今后,来自委员会的专家将更多地走进田间地头,掌握一手资料,对酿酒企业提供切实的指导。

据悉,当地还将从基地建设、质量管理等方面,出台一系列规范性意见加强红缨子高粱这个“第一车间”管理,保证酱香酒品质。

会上,来自桐梓县农业投资有限责任公司的吴传喜表示,要在贵州山区地貌下实现高粱的稳产优质,离不开当地种植户的鼎力支持,当前高粱种植面对种植户年龄偏高、劳动力不足等短板,需要在科技扶持、资金支持等方面加大力度。同时,他指出要坚持“因地制宜、就地取材”的原则,强化当地原料基地建设,呼吁专家们因地制宜对基地种植户进行有效指导。

遵义市(仁怀市)酒业协会执行副会长、副秘书长杨必刚毫不避讳遵义市(仁怀市)存在“白酒生产所需原料供应秩序异常混乱,各类品种良莠不齐、鱼目混珠,对保证大曲酱香酒质量造成较大冲击”的现象,并提出,“市酒业



协会经过反复论证,主动与红缨子高粱协会对接,先后赴播州、桐梓、绥阳、黔西、贞丰、安龙等地对红缨子高粱种植情况进行了实地考察,达成了共同建设遵义市(仁怀市)地方酒业原料生产供给基地的共识,并及时组建了红缨子高粱质量管理专家委员会,共同推进和做好大曲酱香酒第一生产车间工作,确保基酒质量的稳定提高。”

为360度加强红缨子高粱基地建设,提高红缨子高粱基地建设的规模化、规范化、组织化、科技化、品牌化水平,提升用红缨子高粱的质量,7月22日当天,遵义市酒业协会仁怀市酒业协会发布《红缨子高粱基地建设指导意见》指出,“贵州省范围内指导性种植红缨子高粱200万亩,产量50万吨,全面订单生产,保护价收购,全面标准化生产,逐步向有机过渡,规模化程度达80%以上,规范化程度达80%以上,机械化水平逐年提高,插牌立标100%。”

除了加强现有基地建设,值得关注的是,会上还公布了“第一批红粱供应原料基地名单”,涵盖贵州省红粱一号农业科技有限公

司、仁怀市泽丰粮油有限公司等20家企业,为企业提供高质量的原料供给参考。

### 扩大传播声量 让更多消费者爱上酱酒

“保障产品品质、提升品牌品味、振兴产业文化、优化升级工艺、优化产区布局”是年初遵义市(仁怀市)酒业协会会长吕云怀就目前仁怀酱酒产区及酱酒市场发展现状给出的解读。在会议当天,吕云怀结合协会当前工作,对企业进行了相关指导。

2021年半年已过,产区建设做了什么,还要做什么?在7月22日的会议现场,仁怀市酒业协会执行副会长、秘书长副秘书长杨必刚给出了具体的解读,“坚守传统工艺,保障产品品质”。

遵义市(仁怀市)酒业协会执行副会长、副秘书长杨必刚指出,3月下旬,市酒业协会组织专家组成员陈孟强、曹大明、曾佐益、陈兴希、冯小宁、蔡天虹、任义平、付宇豪、苏光辉等知名专家组成督导组,分三个小组对市内正在进行轮次基酒生产的22家企业开展了

# 河北酒业现状:市场多品类 企业定计划

■ 王莹

河北省是中华民族的发祥地之一。璀璨的历史文化以及众多文物古迹,形成了河北深厚的文化底蕴和独具魅力的文物资源,也赋予了河北酒业同样浓厚的传统文化底蕴。

据《河北省第七次全国人口普查公报》数据,河北省常住人口为74610235人,人口全国占比为5.28%,是中国十大人口最多的省份,居全国第6名。全省常住人口与2010年第六次全国人口普查的71854210人相比,增加2756025人,增长3.84%,年平均增长率为0.38%。

河北全省常住人口中,男性人口为37679003人,占50.50%;女性人口为36931232人,占49.50%。总人口性别比(以女性为100,男性对女性的比例)为102.02,比2010年第六次全国人口普查下降0.82。全省人口年龄构成河北全省常住人口中,0~14岁人口为15088968人,占20.22%;15~59岁人口为44709219人,占59.92%;60岁及以上人口为14812048人,占19.85%,其中65岁及以上人口为10387937人,占13.92%。与2010年第六次全国人口普查相比,0~14岁人口的比重提高3.39个百分点,15~59岁人口的比重下降10.24个百分点,60岁及以上人口的比重提高6.85个百分点,65岁及以上人口的比重提高5.68个百分点。

河北省本地白酒品牌众多,呈现北、中、南三个区域分布,每个区域均有强势品牌。北部有山庄老酒、板城烧锅等,中部地区有十里香、刘伶醉等,南部有强势品牌老白干、泥坑、丛台等。其中,衡水老白干是河北省唯一一家上市酒企,被称作“河北王”。

从营收情况来看,河北省规模过亿白酒企业不超过50家,衡水老白干作为河北省龙头企业,其次,山庄老酒、丛台、板城、泥坑、十里香、等品牌在河北市场驰骋多年。

### 河北省白酒市场竞争格局

河北省白酒市场属于半开放型市场,包容性大,外省品牌居多,尤其国内一线白酒品牌在河北市场随处可见,如茅台、剑南春、泸州老窖、郎酒、洋河和古井贡酒在河北市场发展较好,本地品牌则由老白干占据相对主导地位。在总体销售规模中,本地品牌的容量占比不到20%,其余超过80%的市场被外省品牌瓜分。

在高端市场中,全国性名酒如茅台、五粮液、剑南春等占据优势;次高端市场是全国性



名酒与本地品牌分水岭;中端市场则是本地酒和外省酒重点厮杀的战场,本地品牌之间的竞争激烈。

河北白酒市场逐渐形成“省外品牌两头占位,逐步缩减”的竞争格局。

据统计,光瓶酒在河北省白酒市场体量巨大,市场容量达到50亿左右;而构成50个亿的主要产品结构分布集中在全国性产品上。其中,光瓶酒销量最大的区间在10~25元,基本被外省品牌(老村长、龙江花园、牛栏山等),本地品牌优势则在16~25元区间。

### 河北省白酒消费特征

主流消费香型:虽然河北省白酒产品拥有老白干、浓香、酱香、清香、兼香等多种香型,满足了不同群体、不同地域多样化、个性化的消费需求,但河北省主流消费香型依然以浓香型为主。主流消费价位及度数:河北省白酒消费主要集中在中低价位白酒,主流消费价位主要分布为两种类型,一种是以光瓶酒为代表的档位,主流价位集中在10~25元,一种是盒装酒为代表的价位,主流价位集中在100~300元之间。河北省白酒消费主流度数在38°~42°之间,低度趋势明显。如本地品牌衡水老白干的主力产品39°、41°,山庄老酒主力产品38°、39°,外省主流品牌百年泸州38°等。主流消费年龄:80、90后已经成为河北白酒消费主力群体,占据了6成的饮酒份额,未来白酒呈现年轻化发展趋势。在河北白酒市场,外省品牌“遍地开花”,本地品牌对抗竞争稍显弱势。近年来,随着省内本地品牌间的势力洗牌,“一起(衡水老白干)+双雄(山庄、丛

台)+三强(泥坑、十里香)”割据逐渐成型,外省品牌进入壁垒更高,竞争更加激烈。

### 2020年典型企业发展

作为河北骨干企业,丛台酒这些年获得了持续稳定高质量发展。其中尤以窖龄原浆20年在300元以上价格带的成功,打开了结构提升的高效通道,成为区域品牌中调结构谋转型的示范代表。2020年,丛台酒业销售超10亿元,其中,高端事业部、超活力事业部分别实现了15%、24%的增长率,重点战略市场中的武安特区销售额实现30%增长率;外阜战略和重点市场整体销售额也实现了25%的增长。

通过以上数字来看,丛台酒业核心产品系不仅仍在加快成长,而且结构改良和升级换代步伐也同样有序进行。窖龄原浆20年持续扩大优势,窖龄原浆12年在200元价格带迅速补位,丛台活分子抢占年轻消费群卓有成效,贞元增陶坛8年和16年有效赋能贞元增价值升级。产品永远是第一位,丛台的发展首先体现的就是产品及梯队建设上。成功产品的背后一定是过硬的质量,这些年丛台的发展根本得益于用匠心和创新精神来精酿一瓶好酒。2020年,丛台获得了河北省政府质量奖、中国食品工业协会科学技术奖一等奖,丛台酒苑荣获国家4A级景区称号。在团队上,丛台有诺贝尔奖获得者迈克尔·莱维特担任首席技术顾问,有上百人的技术团队做保障,聚力打造品质核心竞争力。

在营销公司内部运营管理体系上,去年以来,丛台酒业打造了全新、立体化运营管理体系,认真落实“一个中心两个基本点”的精益经

生产技术检查指导工作,深入一线车间,践行“一厂一策”,通过“看、闻、问、摸”等方式了解企业轮次基酒生产和工艺把控过程中的各种情况,面对面地进行工艺技术指导。下半年,10月下旬至11月企业下糙沙和生产一轮次基酒期间,协会将组织专家委员会成员深入企业实地指导,稳固提升基酒质量。

扩大传播声量,让更多消费者爱上酱酒。今年上半年,市酒业协会重点组织了成都春交会、郑州酒博会,在西安、银川、延安作为西北重要节点城市,通过三场宣传推介活动的组织和专家的现场工艺解读与勾调表演,把神秘酱香和特殊工艺展示给现场观众。下半年,要提前做好第五届酱香酒暨辛丑茅台镇祭水大典的各项筹备工作,打造好遵义市(仁怀市)酱香型白酒的特色名片。

加强行业自律,整治行业乱象。从不允许食用酒精进仁怀,到5月28日出台《关于规范定制(贴牌)酒生产销售的通告》,再到6月1日起对定制(贴牌)产品实行报备制,协会始终把“守规矩、重传统、讲诚信”作为行业自律信条来要求企业,强化“仁怀酒·放心酒·健康酒”的品牌认知,宣传和引导企业做好品质、规范品牌。下半年,协会将开展好行业自律工作,继续配合有关部门,持续开展打击串酒专项整治工作,规范定制(贴牌)酒生产销售行为,维护正常的酒类行业生产经营秩序。

规范“年份酒”市场,积极推进“年份酒”团体标准编制建设。为规范酱香型白酒“年份酒”市场,整治酱香型白酒“年份酒”乱象,市酒业协会参与组织“年份酒”团体标准编制建设工作,抽调专家委员会成员和部分企业代表完成了前期样本抽取、感官评价、理化指标评价、检验检测及初审审查修改等系列工作,目前已进入第二稿审查阶段,8月底将形成报批稿,力争年底公开发布。

高度重视原料生产,规范酱香酒原料供给秩序。在原料基地建设上,不仅成立了遵义市(仁怀市)酒业协会红缨子高粱质量管理专家委员会,酒业协会还初步形成《2021年度红缨子高粱农业企业评价方案》《红缨子高粱质量管理规程》《红缨子高粱基地建设指导意见》《培训计划》《省内红缨子高粱种植效益测算及指导价格建设》等文件,指导并规范企业的原料管控和基地建设。

未来,推进红缨子高粱原料生产基地建设,确保大曲酱香型白酒品质和产量的稳定提高,协会将努力促成企业与基地对接,保障优质原料供给,最大限度地减少杂牌红粱进入大曲酱香酒生产领域,守牢质量底线,切实维护大曲酱香酒的知名度和美誉度。

营工作理念,努力提升企业的现代化管理能力,更好的服务市场、服务商家。精益管理和增长质量,深入挖掘丛台品牌价值,讲好丛台文化故事,极大提升了丛台品牌的知名度及美誉度,为下一步全省化发力及2021年实现新突破打下了坚实基础。历经多年的改革攻坚、品质升级、价值重塑和创新积淀,丛台羽翼更加丰满。作为河北白酒骨干力量,北派浓香典范品牌,丛台酒不仅肩负着复兴“河北名酒”的使命,也承担着振兴冀酒的重任。

而作为河北省唯一的上市白酒企业,衡水老白干也在过去一年表现出它敢为争当的区域名酒做派。近年来,高端白酒、次高端白酒成为了白酒行业的增长引擎,因此,区域白酒企业也在通过调整产品结构的方式,布局次高端白酒甚至高端白酒,老白干酒也不例外。2020年报,报告数据显示,老白干酒2020年实现营业总收入35.98亿元,同比下降10.73%;实现归属于上市公司股东的净利润3.13亿元,同比下降22.68%。虽然全年数据有所下降,则是归于第四季度本应发力的河北本埠市场受疫情影响。在过去一年,老白干主要针对高端产品发力,其营收主要占比也来源于这些产品。

资料显示,老白干酒旗下高档酒主要代表产品有衡水老白干(39度老白干新1915酒)、衡水老白干(39度二十年古法年份酒)、衡水老白干(39度升级版五星酒)、十八酒坊(39度二十年醇柔酒)、板城龙印十五年、武陵上酱、武陵中酱、文王人生系列、52°孔府家酒府藏十年等。

对此,老白干酒方面指出,2020年,面对新冠肺炎疫情及国内外市场环境变化给白酒行业带来的不利影响,更加激烈的白酒市场竞争形势,公司迎难而上,以打造“中国白酒一流企业”为目标,以顾客价值为核心,以企业文化做引领,不断优化管控模式,实施全员绩效管理,加强基础设施建设,不断壮大公司的整体优势,加快营销体制改革,创新营销模式,实现了持续、健康、稳健的发展。其次,销售模式由“渠道驱动”向“渠道+消费者”双驱动模式转型,构建渠道和消费者一体化关系,加强对核心终端的动销出库考核,保持和加强了公司产品在主要市场的核心竞争优势,再都以聚焦、创新为指导思想,聚焦产品、聚焦网点建设,聚焦宴席推广,聚焦消费者培育,运用新媒体、电商直播等多种方式,创新思路,从各方面对产品赋能,与消费者互动,巩固并扩大核心消费人群,实现市场份额的有效提升。