

做中国企业的思想者

企业家日报 中国酒

ENTREPRENEURS' DAILY

Chinese drinks 中国酒
weekly 周刊

今日 8 版 第 215 期 总第 10195 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 责编:杜高孝 版式:黄健 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2021 年 8 月 28 日 星期六 辛丑年 七月二十一

新闻周刊 | News bulletin

国家市场监督管理总局 价监竞争局约谈白酒企业

日前,为贯彻落实党中央、国务院领导通知批示精神,做好白酒市场监管工作,国家市场监督管理总局价监竞争局发布了《关于召开白酒市场秩序监管座谈会的通知》。据知情人士透露,头部白酒生产企业以及相关协会负责人参与此次座谈会。资料显示,价格监督检查和反不正当竞争局(规范直销与打击传销办公室),主要负责拟订有关价格收费监督检查、反不正当竞争的制度措施、规则指南;组织实施商品价格、服务价格以及国家机关、事业性收费的监督检查工作;组织指导查处价格收费违法违规行为和不正当竞争行为;承担监督管理直销企业、直销员及其直销活动和打击传销工作。

华润啤酒发布半年报 次高端品增长50.9%

华润啤酒(控股)有限公司发布《中期业绩公告》显示,1-6月,实现营业收入196.34亿元,同比增长12.8%;公司股东应占溢利42.91亿元,同比增长106.4%。公告显示,利润中约有17.55亿元来源于搬迁补偿协议签订后,企业就出让其拥有的地块收取初始补偿收益;以及毛利因本集团产品销量及平均售价上升而增加。2021年上半年,尽管广东、黑龙江、辽宁和安徽等个别地区出现了疫情反复,但啤酒市场容量整体呈现复苏态势,华润啤酒方面表示,上半年整体啤酒销量已大致恢复至2019年同期水平,上半年整体啤酒销量较去年同期上升4.9%至约6,337,000千升。

贾湖酒业冠名漯河 十大文化名片有奖征集

日前,由河南漯河市文广旅局、漯河日报社主办,贾湖酒业、漯河市酒协协办的“贾湖·中原味道”2021漯河十大文化名片有奖征集活动正式启动。此次征集活动,由贾湖酒业核心产品之一“中原味道”冠名,采用线上线下有奖征集,通过广大市民和专家共同参与,最终搜寻真正能够体现漯河城市形象和城市精神的十大文化品牌,以融合发展为导向,形成十大文化标志,丰富补充贾湖酒业“中原味道”系列产品成为“漯河味道”,将充分发挥文化创意在助推地方经济加速发展的作用。

营收净利增长均超30% 古越龙山上半年业绩出炉

古越龙山发布半年度业绩报告称,2021年上半年营业收入约7.64亿元,同比增加31.91%;归属于上市公司股东的净利润盈利约8811万元,同比增加31.27%。上半年,古越龙山坚持高端产品战略,持续聚焦核心大单品,根据古越龙山年初制定的计划对200余只产品进行逐步淘汰和整合,并对金五年、清醇系列产品进行梳理,以做强高端产品、壮大腰部产品,进一步完善新产品开发流程及相关产品开发管理制度,持续推进“国酿1959、好酒不上头、青花醉”三大高端系列产品的市场开拓。

陕西分公司 市场运行分析会召开

日前,陕西市场运行分析会在西凤宾馆三楼会议室召开。股份公司副总经理、营销管理公司总经理周艳花,营销管理公司党支部书记、副总经理刘国栋,营销管理公司副总经理、陕西分公司总经理孟现磊,陕西分公司市级经理共同参加此次会议。各地区负责人从业绩完成情况、产品动销、市场活动开展、经销商库存、市场存在问题等方面进行了总结分析。本着求真务实的态度,逐条提出市场实际问题并针对性的展开讨论,结合优秀市场经验制定调整方案,有序高效的讨论使得全体人员信心倍增,纷纷表示将进一步调整思路,以更为科学有效的工作方法投身于市场建设工作中,助力陕西市场更好更快发展。(综合)

会稽山演绎新故事

“数字酒庄”让藏酒“走上云端”



■ 李玉友

在几百上千年的酒文化中,浙江绍兴人有一种习俗即在家里诞下子女时,会酿酒收藏,待到嫁女时掘酒请客,或是盼望儿子中状元时庆祝饮用。也有人藏下好酒,期待其变得更加香醇,届时可与知己开坛痛饮。藏酒,是埋下一份美好的希望,是绍兴文化中的浪漫元素,也是如今许多绍兴人难以实现的一个梦想——随着城市化发展,都市人的藏酒梦搁浅于场地限制,止步于仓储难题。

如果藏酒可以实现“数字化”,那份浪漫,是否可以延续下去?近来,绍兴黄酒龙头企业“会稽山”经过积极探索,即将上线“数字酒庄”,让藏酒“走上云端”。这项古老而充满仪式感的活动,将重新回归大众的视野,继续演绎出新的故事。

现代城市人 藏酒并非一件易事

如果有机会,不少有情怀的绍兴人都想储藏一坛好酒。“奈何如今住在小区里,没有可以储藏这么一大坛酒的空间……”家住香水湾小区的陈先生表达了自己想要藏酒,却无法实现的遗憾。

市民刘先生在家里的车库里藏了十多坛黄酒。其中有三坛酒已经超过15年,是他的“宝贝”。但最近他正在为一件事烦恼:他即将乔迁新址,搬去高层住宅,这些藏酒该转移到哪里去呢?

藏酒,既是对“老底子”文化的追忆,也是一种对当下生活的纪念。它听起来轻松浪漫,做起来却绝非一件易事。“没有适合的藏酒空间,这是许多市民都会遇到的问题。”柯桥藏酒“达人”诸清介绍。今年50岁的诸清,从30岁起因兴趣爱好而开始藏酒,如今已藏酒20多万坛,为此他甚至在湖塘街道夏泽村专门建造了一处占地一万多平方米的酒仓库。对于如何藏酒,他很有发言权:“藏酒的地方首先是一定要通风,其次是要干燥、阴凉。因此想要藏酒,不能简单地把酒存放在家里。”

除了选好空间,对于储藏的酒,每过几年还要翻仓。也就是把原本叠在最上面的酒放到最下层,原本在下层的则换到上层。翻仓除了有利于酒体的储藏,还能检查出有瑕疵的酒。“如果有霉味的坛子,有渗漏,在翻仓中可以发现附有菌体的坛子。这些酒需要及时处理。”

就算有地方可以存放酒,有精力来管理藏酒,还需要能慧眼识酒,才能让藏的酒真正变成好酒。诸清介绍:“只有藏好的酒,才能让其变得更加优秀。因此对于一般人而言,藏

酒确非易事。”

“上云端藏酒” 让浪漫突破时空限制

如果有一个地方,可以帮助大家储藏黄酒、管理黄酒,并保证黄酒的品质。当想要品尝自己的藏酒时,对方可以送货上门。这样一来,原本复杂的藏酒,是否可以变成一件简单的事?

为了实现这些目标,让人们的藏酒梦不再遥远,“会稽山”和蚂蚁区块链科技(上海)公司合作,推出了“数字酒庄”项目,以“数字化”让藏酒突破时空的限制。虽然冠以“数字”之名,但这个酒庄是确实存在的。这里的黄酒全部由“会稽山”原厂仓储,并实时显示状态——如果你在“会稽山数字酒庄”平台上购买并储藏了一坛酒,你可以通过支付宝或微信小程序登陆“会稽山数字酒庄”,实时查看藏酒所处的位置,藏酒的年份等信息……

对于市民的藏酒,“会稽山数字酒庄”会给予精心的照料。作为黄酒老字号企业,“会稽山”的黄酒存储技术自然不必怀疑。除了拥有环境适宜的专业化储酒仓库,公司还特意以宜兴紫砂陶坛为黄酒储存盛器。据介绍,这种紫砂陶坛拥有微孔网状结构,被誉为“会呼吸的

酒坛”,透气性更好,更能确保酒体与空气的“呼吸交换”,让储藏的黄酒更加老熟生香。

此外,“数字酒庄”中的黄酒均为冬酿原酒。冬酿完成以后,陈年酒存储于零下6度的大罐中,经过3个月左右的低温冷冻处理,充分改善酒体风味,经过滤杀菌灌坛后储存。通过对区块链技术的应用,会稽山对每一坛酒进行实物锚定,并分配了数字酒证,相当于酒庄里的每一坛酒都有了专属的“身份证”,有了不可篡改的特性,免去了人们无法识别好酒的忧虑。

“我们为客户提供5年的免费仓储,以及一键免费配送上门的服务,希望让藏酒成为浪漫而简单的事。”会稽山绍兴酒股份有限公司相关负责人介绍。

“数字酒庄” 开启数字营销时代

“数字酒庄”的登场,还将解决其他一些问题。

有朋自远方来,用特产招待或作为赠礼是再好不过的。“我在北京念的大学,以前有大学同学来找我玩,我常希望他们能带几瓶黄酒回去作为礼品。但是酒类携带实在不方便,往往只能作罢。”如今在轻纺城经商的陈先生,道出了不少绍兴人的遗憾。

“数字酒证赋予了每一坛藏酒不可篡改的真实性,也使其具有了流通性。”据“会稽山”相关负责人介绍,“数字酒庄”的藏酒可以一键赠送,只要动动手指,就可以将一坛具有意义的黄酒赠送给客人,免去了以往的许多不便。同理,藏酒也可以进行交易,甚至还具有质押的功能,让藏酒能在更多的场合发挥作用。

值得一提的是,随着藏酒年份的增加,黄酒的价值也将提升。“黄酒是一种非常适合收藏的酒。15年之内的黄酒,每年价值可以增加10%至15%左右。至于15年以上的黄酒,由于比较罕见,市场价格要更高。”诸清说,“数字酒庄”上市后,如果更多的黄酒资源可以流动起来,那对于黄酒的推广以及黄酒文化的发展,无疑是很有帮助的。”

如今,越来越多的行业正朝着“数字化”迈进。而作为古老酒种之一的绍兴黄酒,借由“数字酒庄”开启数字化营销时代,这无疑是大胆而创新的一步。“面对未来,我们的肩上扛着重塑黄酒领军企业的责任和使命,希望‘数字酒庄’在给消费者提供优质新服务的同时,能重塑黄酒新市场,提升黄酒新价值,开启一种新的生活方式,共建一番新的产业生态。”会稽山公司相关负责人如是说。

酱酒不可“神”化 也不可“妖魔化”

■ 张瑜宸

“有人问酱酒能热多久?我说只要中国经济没有大的波动,大家追求高品质的白酒的属性跟人的社会历史是一脉相承的,那么酱酒热就会持续下去。但在酱酒热的情况下也要理性分析,毕竟里面还有暗流。”

近日,中国酒业新闻网主办,北京华都酒业联合主办的,以“将理性发展进行到底”为主题的酱酒理性发展论坛在北京举办。会上,国家食品质量监督检验中心副主任、教授级工程师、中国食品工业协会专家委员会专家、比利时布鲁塞尔烈酒大赛4届大赛评委程劲松提出要正确认识酱香型白酒。

的确,在全民“染酱”的今天,酱酒热已经体现在方方面面。不仅仅是海量的市场规模,

还有各路资本争相涌入。但自茅台建厂以来,酱香型白酒就诞生了,为什么酱酒以前不热,现在热?说到底,还是有硬核“内涵”在作支撑。

“我们的白酒以多种粮食为原料,多菌种发酵,不仅比啤酒、葡萄酒、黄酒及洋酒的发酵周期长很多,贮存时间也长,再加上具备保值功能,所以洋酒等其他蒸馏酒都是‘撼山易撼中国白酒难’。”程劲松指出,这充分证明现在好白酒的稀缺性,好酒的确是比较热。

从酱酒的发酵工艺来看,好的酱酒具备高端优质白酒的感官特征,即净、绵、厚、雅、陈。

前几年能够像茅台这样醇厚丰满,优雅细腻,不带土腥、咸涩味的酒不超过30%,所以各路英雄豪杰奔赴茅台镇选不到合适的酒。酱酒的特点是生产周期长、成本高、风险大,做不好会发苦发涩。

因此,以茅台为代表的酱酒以前产量很少。眼下随着酱酒质量、规模成倍增加,加上互联网经济,社群营销,茅台镇的酱酒各有各的卖点。但不容忽视的是,热潮下暗流涌动。

程劲松指出,酱酒质量参差不齐、泥沙俱下。“曾经很多投资人说让我给他们带路去茅台镇‘扫街’,一个个的酱酒厂去看看。哪个酒好,哪个酒的价格性价比高?我可以告诉大家200块钱也很难买到性价比好的酒。”程劲松指出,茅台虽带动了茅台镇白酒的火热,但在纯粮固态属性认定、非法添加、年份识别、选酒特征及一致性认定等方面的监管上仍有待提高。此外,酱香型白酒异军突起,行业新产品辈出,如何检评?怎么扶持?团标制订又要怎样界定?都需要行业深思。

因此,我们应该正确看待酱香型白酒,既不

能过度“神”化,也不能轻易“妖魔化”。说到底,酱酒热的背后,离不开品质,也少不了积淀。

以北方酱酒为例,不管是有茅台帮扶的华都,还是山东代表性酱酒品牌——“齐鲁六酱”中的云门、古贝元、赖邦、祥酒、龙苑重酿、金贵,均有几十年的酿造酱酒历史。

“北方酱酒跟南方酱酒相比,香气优雅、立体丰满、绵甜柔和、甘冽圆润。此外,大家普遍认为在北方藏酒更合适。”程劲松指出,北方天气干燥,不容易长霉,储酒的外坛干净,更有利于酒与大自然的呼吸,有利于陈酿。

“茅台酒是价格标杆、价值标杆、质量标杆,几十年不变,但是人的口味是会变的。如果北方酱酒能够做出更加醇厚、焦香柔和、口感更轻松的酱酒,会给企业留下充分发挥的市场空间。”程劲松如是说。

新闻热线:028-87319500

投稿邮箱:cjb490@sina.com



企业家日报微信公众平台 中国企业家网

广告

广告