

做中国企业的思想者

企业家日报

中国酒

ENTREPRENEURS' DAILY

Chinese drinks weekly 周刊

今日 8 版 第 275 期 总第 10255 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 11 月 6 日 星期六 辛丑年 十月初二

新闻周刊 | News bulletin

《食品安全国家标准》 部分涉酒内容拟修订

日前,食品安全国家标准审评委员会秘书处发布关于征求《食品安全国家标准食品接触用橡胶材料及制品》等 34 项食品安全国家标准(征求意见稿)意见的函(食标秘发[2021]12 号),正式对《食品安全国家标准酒和食用酒精中乙醇浓度的测定》公开征求意见。反馈意见需于 2021 年 11 月 20 日前提交。征求意见稿显示,此次标准修订共涉及 5 项,主要参照 OIML-ITS-90 国际酒精度表,扩展了 GB 5009.225-2016 标准中附录 A.1 酒精水溶液密度和乙醇含量(酒精度)对照表(20℃)和附录 B.1 酒精计温度与 20℃乙醇含量(酒精度)换算表的范围,包括气相色谱法的适用范围、仪器条件及部分内容,气相色谱法的范围从适用于葡萄酒、果酒、啤酒修改为无醇啤酒等。

贺兰山产区出台 地理标志使用管理办法

近日,宁夏回族自治区市场监管局(知识产权局)联合贺兰山东麓葡萄酒产业园区管委会印发《贺兰山东麓葡萄酒地理标志专用标志使用管理办法》,对贺兰山东麓葡萄酒地理标志专用标志使用和管理进行了规范。该管理办法明确,凡位于贺兰山东麓葡萄酒产区范围内,符合《贺兰山东麓葡萄酒技术标准体系》或《贺兰山东麓葡萄酒地理标志证明商标使用管理规则》,经公告或备案,符合贺兰山东麓葡萄酒产区企业、酒庄准入条件,有生产车间、有酒庄,有自主品牌的企业,方可申请使用“贺兰山东麓葡萄酒”地理标志保护产品专用标志。使用者在申请专用标志时,企业须与“贺兰山东麓葡萄酒”地理标志证明商标注册人签订注册商标许可使用协议,向自治区葡萄酒产业主管部门提交《贺兰山东麓葡萄酒地理标志专用标志使用承诺书》备案,同时报送宁夏回族自治区市场监管局(知识产权局)。

世界贸易组织 调查中澳葡萄酒争端

据路透社报道,世界贸易组织(WTO)周二表示,已同意成立一个专家小组,审查中国对澳大利亚进口葡萄酒征收关税的措施。对此,中国驻 WTO 代表表示,“中方对澳大利亚决定进一步要求 WTO 成立专家小组来解决争端表示遗憾”。中国代表强调,中方将在接下来的程序中积极捍卫自己的合法措施,并相信措施符合 WTO 相关规则。

新东方成立科技公司 经营范围含酒类经营

企查查 APP 显示,10 月 27 日,东方优选(北京)科技有限公司成立,法定代表人为孙东旭,注册资本 1000 万元人民币,经营范围包含:销售化肥、低毒低残留农药;酒类经营;广播电视节目制作经营;网络文化经营;演出经纪等。企查查股权穿透显示,该公司由北京新东方迅程网络科技股份有限公司 100%控股。

迎驾贡酒前三季度 净利同比增长 80.84%

迎驾贡酒发布 2021 年第三季度报告称,企业实现营业收入 10.95 亿元,同比增长 27%,净利润为 3.7 亿元,同比增长 86.23%。前三季度实现营收 31.8 亿元,同比增长 42.62%,净利润 9.62 亿元,同比增长 80.84%。其中,第三季度的中高档白酒销售收入为 7.37 亿元(生态洞藏、迎驾金星、迎驾银星系列),普通白酒为 2.94 亿元(百年迎驾、迎驾古坊、迎驾糟坊系列);直销(含团购)的销售收入为 5790 万元,批发代理为 9.74 亿元;省内销售收入为 6.14 亿元,省外销售收入为 4.18 亿元。(综合)

四川食品饮料产业将上万亿新台阶 四川省食品饮料产业协会在成都正式成立



食品工业是关系国际民生的支柱产业和服务于人民美好生活的基础产业。在迈入十四五开局之年的时代节点,作为四川工业经济增长的重要引擎,四川食品饮料产业即将跨进万亿新台阶之时,四川省食品饮料产业协会日前在成都正式成立。四川省经济和信息化厅党组成员、副厅长冯锦花,四川省经济合作局一级巡视员吴翔燕、四川省农业科学院副院长张雄等领导,四川省民政厅行政审批处副处长李泽明、四川省经济和信息化厅、四川省农业农村厅、四川省商务厅、四川省科技厅、四川省市场监管局、四川省统计局等相关部门负责人、地方经信部门代表、食品行业专家、科研院所和高校以及企业代表参加成立活动。

据悉,四川省食品饮料产业协会由四川省食品发酵工业研究设计院等 13 家科研院所、企业单位共同发起成立,协会以赋能四川食品饮料产业高质量发展为宗旨,服务政府、服务企业、服务行业,助力四川构建“5+1”现代产业体系。

凝心聚力 共话产业新盛事

天府四川,资源禀赋,孕育了神秘灿烂的巴蜀文明,创造了丰饶富庶的物质文化。作为四川省食品产业发展的一件大事,同时也是利国利民利企的盛事,四川省食品饮料产业协会

汇聚食品行业的多方力量,传递出强有力的发展信号,为四川省食品饮料产业加码助力。

近年来,四川大力推进食品饮料产业转型升级,提质增效。在新的发展阶段,四川开启推动制造业高质量发展的顶层设计,构建“5+1”现代产业体系,加大支持粮油、肉制品、调味品、包装饮用水等特色产业,增强省级农产品加工示范园区的引领作用。

冯锦花在讲话中充分肯定协会成立意义与作用。她强调,协会要贯彻新发展理念,发挥好政府、社会与企业间的桥梁和纽带作用,增强服务意识,为产业发展出谋划策;各会员企业要拓展国际视野,增强创新能力,在产品开发、质量品牌、安全生产等方面加大投入,提升核心竞争力。

会上,李泽明代表四川省民政厅宣布协会成立并为协会成立揭牌,标志协会正式获得官方注册认可。对于协会今后发展,李泽明提出几点希望:全面加强社会组织党建工作,走出一条“党建+”的高质量发展路子;不断完善内部治理机构,坚持依法运行、依章活动;积极发挥社会组织作用,努力搭建四川省食品饮料行业交流平台,同时加强宣传展示,不断扩大四川食品饮料行业发展的影响力。

四川省食品饮料产业协会会长夏友书在现场就职发言中表示,成立协会功在当代,利在千秋,这仅仅是一个开端,要取得更大的成绩,不仅要靠持之以恒的努力,更要加强协会

自身体制机制建设,争取成为四川标杆协会、示范协会、样板协会。

不忘初心,牢记协会的宗旨,服务好企业,搞好纵向沟通与横向协调。积极开展活动,及时掌握行业信息,反映企业诉求;搞好行业自律,发挥行业协会在行业自律监督作用。坚持产品质量、诚信公平竞争、知识产权保护,坚持技术创新,严格遵守和执行行业管理办法、合同法等相关的政策法规。

正如夏有书所说,行业发展需要协会组织的引领,更加需要行业、协会的自律。现场,协会常务理事共同宣读协会自律誓词,承诺做到以诚信为本,文明经营,树立企业良好形象,自觉接受社会和群众监督;以安全为重,牢固树立食品安全意识,严格执行《食品安全法》,为促进四川食品饮料产业高质量发展努力奋斗。

此外,四川省食品饮料产业协会还与重庆市食品工业协会、杭州景屿文化传媒有限公司进行战略合作签约。川渝携手,促进两地食品产业转型升级、融合发展。

扬帆起航 开创发展新未来

中国食品工业协会副会长兼秘书长马勇为协会成立通过视频表达祝福。他提到,2020 年全国食品工业(含农副食品加工业、食品制

造业、酒饮料和精制茶制造业、烟草制品业)以占全国工业 6.2% 的资产,创造了 8.8% 的营业收入,完成了 11.4% 的利润总额,继续保持了平稳增长。2021 年上半年,全国 35783 家规模以上食品工业企业,完成工业增加值同比增长 8.7%;实现利润总额 4069.8 亿元,同比增长 16.3%,盈利能力超过疫情前的同期水平。

马勇希望,四川省食品饮料产业协会在政府有关部门的支持指导下,团结食品骨干企业、科研教育机构、食品相关产业和各方面的专家学者,以十四五时期国家经济社会发展指导方针为指引,为促进四川省食品工业持续健康发展作出积极贡献。

中国工程院多名院士、多家知名食品产业企业、科研院所等纷纷发来视频与信件,对协会正式成立致以祝贺与支持。孙宝国、陈坚、石碧三名中国工程院院士为协会成立发来贺电贺信,希望协会要立足科研,助推四川省食品饮料产业更上一层楼,争取成为新时代示范引领性协会。

“民以食为天”,食品饮料产业是重要的民生产业,四川食品饮料产业实现了从简单结构到多元产业链,从手工作坊到产业门类多样化的集群发展转变,产业综合实力大幅提升,推动产业发展水平迈上新台阶。五粮液、泸州老窖、郎酒,坚守传统酿造为世界敬献佳酿;竹叶青、川茶集团精工细作,推动川茶走在振兴路上……四川食品饮料产业在增品种、提品质、创品牌、惠民生的快车道上飞驰。

食品饮料产业是重要的民生产业,也是我省工业经济增长的重要引擎,在促进全面乡村振兴中发挥着重要作用。四川省委省政府历来高度重视食品饮料产业发展,把食品饮料产业作为五大万亿支柱产业之一进行重点培育,出台系列支持政策,采取有力举措,推动产业发展水平迈上新台阶,产业综合实力大幅提升。

2020 年,四川省规模以上食品饮料企业实现营业收入 9067.7 亿元、利润总额 1052.3 亿元,产业规模上升至全国第 3 位,已初具万亿产业雏形,即将成为全省继电子信息产业之后的又一个万亿产业,形成了优质白酒、粮油加工、肉制品加工、医药健康 4 个千亿产业,打造了郫都调味品、眉山泡菜、遂宁肉制品等一批产业集群,建成了 117 个农产品加工园区,培育了一批行业龙头企业。(欣闻)

酒业论坛 | Observation

冬季到来 白酒提价热起来

■ 杨文

8 月 20 日举行的“白酒行业价格约谈”中,“投机资本”与“无序涨价”相关议题引发行业关注。但是仅仅一个月之后,似乎白酒行业新一轮提价潮又来了。这股提价风潮来自于两个层面,一个是现有主力产品的停供、提价潮;另一个则是脱胎于现有产品体系而来的升级新品,其定价再攀新高。

9 月底,国窖 1573 方面已经开始不接收新订单,泸州老窖特曲系列、百年窖龄酒单也一并停止接收,窖龄酒 30 年、60 年、90 年都在停供范围内。

同样定位高端的品味舍得,也发布了停供通知。同一时期,水井坊井台、臻酿八号等产品宣布上调零售价格。

除了现有产品的提价,部分升级新品的价格也抬向天花板。8 月 30 日,西风酒在红

西风之上正式推出超高端战略产品——五星红西风,市场定价高达 3980 元/瓶;9 月 9 日,市场建议零售价 1399 元的水井坊全新典藏升级亮相;10 月上旬,泸州老窖开始为神秘新品“1952”预热,据悉,其定位为战略级新品,业界判断其价格将攀至新高度……

实际上,这种在每年中秋节前后调价的行为,已被业界视为“规定动作”,从 2016 年至今,名酒企业基本每年实施一到两次。但这次明显不同,在“价格约谈”余温尚存的情况下,其迫不及待地推出提价措施,还是让人稍感意外。

不过,考虑到近两年来“包材普涨”的状况,似乎名酒企业这种顺风而涨的行为也有了合理解释。

以玻璃、纸类两种包材为例,截至 2020 年 1 月底,白卡纸均价为 6713 元/吨,较年初上涨 16%。今年 5 月,玻璃、包装纸类产品集体涨

价,玖龙纸业在当月甚至数度提价。与此同时,作为玻璃主要原材料的石英砂其吨价上涨 40%~50%。9 月 26 日,山东郓城县玻璃行业协会发出通知,普白料、高白料整体提价,200~520 克料单支普遍上涨 0.10 元~0.30 元。

源于全球通货膨胀带来的原材料涨价压力,在包材类成本提升的情况下,酒企“水涨船高”的行为似乎也无可厚非。在消费分化、价值分化的大背景下,酒企提价实际上有着不同的考量。

与往年一样,这一轮停货、涨价潮首先来自名酒企业,其高端产品与次高端产品是涨价“主力”。但实际上,对零售价动辄在 500 元~1000 元的这些名酒来说,包材成本占比相对较小。

按照业界人士测算,对零售价约 100 元的白酒来说,包材成本普遍占 20%~25%。向上,定价越高其占比越低;向下,定价越低占

比越高。

可以看出,次高端名酒、超高端名酒的提价,受包材成本提升的影响较小,而是出于“提升价格带动价值”的考量,并借机占据高位、把控定价权提升盈利空间。对中低端白酒产品来说,包材成本上涨带来的则是实实在在的冲击。以定位更低的啤酒业来说,其原材料占比普遍超过 60%,依据青岛啤酒披露的数据,其包材成本(包括玻璃、纸箱等)占比约为 49%。

值得注意的是,在强分化的趋势下,市场更进一步向名酒集中。以 2020 年营收数据为例,仅茅台、五粮液、洋河、泸州老窖、汾酒这 5 家企业,就实现了超 2000 亿的营收,占到酒行业总体的三分之一左右。而这些名酒,尤其是头部名酒,多以高端、超高端产品为主。这就意味着,越来越多的涨价行为指向了成本之外的方向。



双汇熟食

SHUANGHUI DELI

三重卤,更入味

广告

Challenge peak 挑战巅峰
天生好水 冰川时代
天然矿泉水

中国登山队 荣誉之选



冰川时代

扫码订水

广告