

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 4 版 第079期 总第10389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

2022年4月2日 星期六 壬寅年 三月初二

新闻快讯 | News bulletin

民族酒业规范 白酒线上销售行为

日前,贵州民族酒业集团官微发布《贵州民族酒业(集团)有限公司关于规范白酒线上销售行为的通知》。通知针对日前线上销售存在销售平台准入门槛低,对从业人员费求低,产品虚假宣传、价将误导、售后无保障等侵害消费者权益的问题展开。民族酒业集团将对此类问题进行自查自纠,全力保障消费权益,促进白酒线上销售持续健康绿色发展。通知显示,为保障消费者的知情权和选择权,民族酒业将及时披露商品信息,完善售后服务。杜绝违反《中华人民共和国反不正当竞争法》以低价倾销等进行恶性竞争的网络销售行为。禁止本企业产品在网络销售中存在虚假宣传、以次充好等违规行为,也不得以虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假宣传,欺骗、误导消费者。

新疆昌吉华兴酒庄 葡萄酒再获国际金奖

在不久前举办的 2022 柏林葡萄酒大奖赛冬季赛中,新疆昌吉市华兴酒庄的“2017 莫甘纳”和葡城浩堡的“2017 葡城浩堡蝴蝶谷赤霞珠干红葡萄酒”同时获得金奖。柏林葡萄酒大奖赛由德国 DWM 公司主办,并受到国际葡萄与葡萄酒组织、国际葡萄酒大赛联合会、国际酿酒师协会共同监管,是世界上受到最严格约束的比赛。比赛每年分为冬季赛和夏季赛两场,现在每年已经有来自 40 多个国家总数超过 17000 款葡萄酒参赛,超过 400 位被严格挑选出的国际葡萄酒专家对参赛酒款进行品评。据了解,华兴酒庄是一家集葡萄酒酿造、加工、销售、文化、娱乐休闲为一体的综合性酒庄。庄园地处新疆天山北麓,与法国波尔多、美国加州同处北纬 44 度,并被共同称为“世界天堂级葡萄产区”。

山庄集团 爱心捐赠万瓶酒精

大疫无情,人间有爱。在全国人民齐心协力抗击疫情的关键时刻,河北山庄集团继向石家庄、保定、邯郸、秦皇岛等地捐赠物资后,再一次向河北廊坊三河红十字会捐赠一大批消毒酒精,用实际行动有力支援了疫情防控工作,充分彰显了企业的社会责任担当和奉献精神。在这场必须打赢的疫情防控阻击战面前,没有局外人。“一方水土养育一方人,山庄集团立足于河北,尽我们所能,为防疫尽微薄之力,这本身就是我们本地企业应当做的。”山庄集团相关负责人表示。特殊时期,愈见赤诚热血、艰难时刻,愈显企业担当。这场防疫物资的短途接力,正汇聚起坚不可摧的磅礴力量。

劲牌入选 首届“黄石老字号”

日前,湖北黄石市商务局举行首届“黄石老字号”授牌典礼。劲牌有限公司(劲牌)等 23 家企业品牌获“黄石老字号”称号。首届“黄石老字号”评选 2021 年 10 月底开展以来,共 40 家企业申报、近 6 万人参与线上投票。入围企业原则上要求企业正常生产经营 20 年、具有较好发展前景、拥有注册商标等条件,并综合考虑企业当前运营状况、行业内地位、今后申报“湖北老字号”及“中华老字号”等因素。

泸州白酒产业 2021 年 营收 1085.6 亿元

日前,泸州市酒业发展促进局公布了泸州市白酒产业 2021 年相关数据。2021 年,泸州市白酒产业增加值增速实现 11.1%,实现营业收入 1085.6 亿元,同比增长 14.9%;实现利润总额 226.4 亿元,同比增长 44.1%。四川泸州白酒产业园 2021 年实现营业收入 1152.4 亿元,利润总额 110.8 亿元,税金总额 69.2 亿元。(综合)

休刊启事

本报 2022 年 4 月 3 日至 4 月 5 日休刊。

本报编辑部



企业家日报微信公众号
二维码



中国企业网
二维码

风飞九天 名酒领跑 西凤酒嘉奖“明星经销商”

日前,以“以名酒荣耀,奏时代红章”为主题的西凤酒 2021 年度西凤酒经销商供应商表彰大会,在海南博鳌亚洲论坛国际会议中心隆重召开。

这次会议,因被业界视为西凤酒跨越百亿的关键一刻而备受瞩目。值得注意的是,诸多对西凤酒发展做出重要贡献的优秀经销商、供应商获得了嘉奖。其中,陕西七野牛商贸有限公司荣膺“明星经销商”殊荣。

2016 年上市的“玖藏西凤酒”,以黑马姿态一跃而起,短短数年间就成长为在省内外极具影响力的重要品牌。“凤香新高度,玖藏西凤酒”之声响彻三秦。

在陕西七野牛商贸有限公司董事长、玖藏西凤酒品牌全程创意策划人牛学军规划之下,玖藏西凤酒坚持一县一策,深耕深作,持续扩大市场占有率和品牌影响力,其营收份额逐年高涨。即便在疫情突袭、市场波动的不利情况下,依然保持了较高增速,成为西凤酒大家族中最为耀眼的明星品牌之一。

坚持“凤香新高度”定位的玖藏西凤酒,十分注重在发展过程中以地面广告密集宣传



的形式塑造品牌形象、推广品牌文化。

上市 5 年来,玖藏西凤酒大量投入高铁广告、机场广告、地铁广告、高速路跨线桥广告、公交车体广告、电梯广告、出租车顶灯广告、灯箱广告、大型 LED 电子屏广告等,以高密度、大范围、持续性的宣传攻势,强化消费者心目中的“玖藏”形象,推广“凤香”文化。

为表彰其在推广西凤酒文化、提升西凤酒

整体形象上所做的贡献,西凤酒厂集团在 2020 年度、2021 年度,连续两年为玖藏西凤酒颁发“广告宣传先锋奖”,陕西七野牛商贸有限公司也连续多年荣获“明星经销商”奖项。

刚刚在博鳌举行的“以名酒荣耀,奏时代红章”西凤酒年度盛会上,主办方宣读了《关于对 2021 年度优秀经销商、供应商进行表彰奖励的决定》,对包括七野牛商贸在内的多个

重要经销商代表进行表彰奖励,以鼓励其在西凤酒跨越百亿的重要关口持续发力,再创辉煌。

陕西西凤酒厂集团董事长张正在此次会议上表示,名酒 70 年,西凤经历了从小到大、从弱到强的风雨历程,将坚持“高端化、全国化”战略,持续推动“回归一线名酒序列”。

西凤酒股份公司副总经理周艳花则提出,2022 年是西凤企业的市场突破年,也是西凤营销的百亿决胜之年,奏响百亿冲刺集结号,全面推动营销工作实现由追赶者到引领者的历史性跨越。

“高端化、全国化”的策略之下,玖藏西凤酒也以积极动作相呼应。2020 年末,定位高端凤香的“玖藏壹号”隆重登场,揭开了玖藏品牌全国化的序幕;2022 年初,省外版玖藏西凤酒系列正式推出,代表了玖藏系列全国化的品牌矩阵已经列队完毕,待命出发。

预计到 2025 年,玖藏西凤酒的全国化市场拓展工作将初见成效,届时省外市场可取得 3 亿元以上的销售额,省内市场的营收规模将更为庞大。(新文)

战疫中的古贝春人

■ 李国锋

面对新冠的二次围攻,刚度过“极不平凡”的 2022 财年第一季度,山东古贝春人不得不紧急转入“战时”状态:一边线上办公,一边全力确保市场供应。

为积极响应武城县防疫指挥部要求,除少数留守人员外,集团公司全部放假。留守人员被要求吃住在公司,党委书记、董事长徐秀菊和总经理张洪昌带头留守。

疫情地区市场停摆,白酒消费受到抑制。人们转入居家隔离的同时,喝点小酒排解寂寞和对抗病毒,成为一种悄然习惯。与此同时,其他地区庞大的市场网络却不会因为古贝春的生产基地封禁而停止消费——全国 293 个地级市,仍有很多处于正常状态。那么市场如何供应?据了解,公司根据库存产品数量 and 市场需求进行了合理调配,优先安排需求最紧急的市场。在严格按照防疫要求,经过严格消杀和办理了特别通行证之后,由总经



理特批,库房留守人员安排了发货,4000 多件白酒保证了济南、商河等地的市场供应,有关销售的后续手续进行补办。

留守的人员中,还牵涉西班牙生产人员。这些人需要照顾正在发酵的白酒窖池。生物发酵不会因为疫情原因停止繁殖,而突然的停

止蒸馏令窖池不得不临时关闭,用窖泥封死,以防止经过 90 天发酵已经“成熟”的原酒挥发殆尽。留守的酒班师傅们把被窝卷抱到了公司,值班室、更衣室里临时把桌子一凑就成了一张床,有的连桌子也没有,干脆在车间里打地铺。

酒业论坛 | Observation

春糖延期 酒企怎么办?

■ 杨军

如果春糖继续延期或者取消?会有什么影响?

日前,本次突发性疫情波及面仍然在扩散。面对去年西安、河南局部、杭州等地区的点状疫情,大家感觉离自己很远、对实际工作影响也不大,但是这次不同,更有专家预计需要一个月时间来恢复正常!

对于酒行业,至少有两个不好的消息,且对今年的行情会有较大的影响。

第一,糖酒会可能的延期或者取消会打乱一半以上酒企的年度规划。很多年度的战略规划都将无法落地,要进行拓展、扩张的酒企更会受到大面积影响,将糖酒会看得很重要(救命稻草)的酒企则影响会无限大。

第二,淡季将至,对酒行业的“士气”会有一定的影响。去年股市一骑绝尘的是白酒股(也适当地带动了企业酒水品类),持续长红

的也只有白酒股了。市场端的火热被局部抵消(河南水灾、局部疫情),但是整体态势是向上的、动力是未减慢的。今年的开年遇冷,对于市场端来说,信心比现实打击更严重。

大家要知道,一方面,节奏一旦打乱,全行业性的板块联动效应将会放大;另一方面,在实际工作推进层面遇到的关于计划阻力、执行的难度系数等等都会变大。我们建议直接放弃前段规划,调整或者重新以剩余时间进行部署,并及时调整心态,需要客观看到问题才有机遇。

当然,我们发现还有一类企业不会受到较大的影响,就是一直低头经营的区域性酒企及少部分低调的大中型企业。相对的沉寂也未必是坏事情,我们也同样建议它们多加思考!调整思维结构,参与新机遇抢夺。

如何应对糖酒会变化?

一、依靠糖酒会招商的这类企业,需要调整工作部署。多年来,糖酒会的招商效果逐步

减弱,三年前普酒企业糖酒会上招商扭转了这种局面。但是,今年不管普酒企业还是其他企业,都应该调整招商计划和招商布局。同时,仍然需要加大在传统市场、新兴渠道方面的投入,例如“布局市场的地面部队、主流媒体招商队伍的组建、短渠道的拓展、更广泛的业外整合”。总之,转移招商阵地,加大有效招商方式的尝试。

二、参与感强烈的企业,需要改变自己对糖酒会的认知。每一年我们都会接到不少酒企对要不要参加糖酒会的咨询。对于糖酒会,每一家酒企的利益点都是不同的,参与者必须理性认知。尤其是第一次参加展会的企业,快速实现招商的可能性越来越小。糖酒会是参与行业的重要形式,是入行的洗礼,是把握风向的指导。糖酒会有爆品,一是可以制造需求的酒企或品牌;二是热点品牌;三是机会性品牌。

三、对市场预期的影响。目前糖酒会是否

召开、何时召开都还是未知数。因此,酒企一手是做糖酒会延期的物料制作、人员安排、媒介规划等预案工作;一手要做新渠道营销规划。总体上可以理解为糖酒会应对,也是对复杂局面应对的考验。目前的企业经营压力确实很大,不过具备快速反应能力的酒企是真正能打大仗、硬仗、胜仗的好企业。

适度降温是有益健康。如果说 2021 年的酒业情况,那就是以酱酒热驱动的全市场的狂热乱象,赚钱的多,赔钱的也多,参与的多,出局的多,还要入局的多、正在舔伤口的也多。开年第一季度恰逢春糖季、淡季季临界点,加之疫情造成的市场真空期,2022 年市场面会是一个区别与往的不同之年。例如会出现“全行业范围的忽冷忽热”,或是酱酒品类持续性的一骑绝尘,又或者大型酒企、行业巨头战略调整导致的市场跟随或是剧烈变化。开年的遇冷对于大多数酒企来说,某种层面上是利大于弊的,适当的缓冲期也是有意义的。



双汇熟食

SHUANGHUI DELI

三重卤,更入味

广告



千年福禄寿 万家海葫芦

酿造单位:贵州省仁怀市王丙乾酒业有限公司
出品单位:贵州省仁怀市狄康春酒业有限公司
服务热线:18586361133 (沈先生)
13608529997(张先生)



广告