

山东秦池酒业 龍瓏窖酒三年三部曲

■ 秦軒

近日，鲁酒骨干企业、鲁派酱酒标杆企业——山东秦池酒业有限公司限量版“龍瓏窖酒·中国荣耀”开始上市，再次引发了“龍粉”、酱酒发烧友、收藏爱好者等多群体的强烈关注。

从2020年4月推出的“中国力量”，到2021年4月推出的“中国龍”，再到2022年4月推出“中国荣耀”，三款诞生在“疫情特殊时期”的大曲酱香龍瓏窖酒精品，得到市场充分推崇的同时，也充分从一侧面彰显了秦池酒业这一行业老牌酿酒企业的文创表达深度、广度、冲击力、影响力、引领度。

中国力量 2020年首秀即成经典

2020年4月20日晚，山东秦池酒业有限公司联合行业协会、行业媒体、行业权威外脑机构智胜达战略咨询共同主办的——“山东首届酱香白酒财富分享会”盛大召开，近万人通过云参与方式参加会议。会议有两方面内容，一是探讨山东酱香白酒的发展前景和龍瓏窖酒酒道财富感恩录；二是山东秦池酒业为纪念中国人民万众一心、群策群力取得抗疫初步胜利，特推出的兼具情感属性及收藏属性的新产品——“中国力量”。

一款酒值不值得收藏，无非有三点，品质好，品牌强、存量少，“中国力量”限量发售，保证了产品的稀缺性与尊贵感，蕴含叠加附加特殊时代意义与时代机遇，更加值得珍藏与期待！自4月21日，“中国力量”正式通过线上平台的方式，限量发售7000箱，在短短20天的时间，销售告罄，达成1000余万元的销售业绩，一时间在行业内引发了诸多热议，“中国力量”的成功，不仅仅是简简单单的新模式的运用，而是基于新营销思维下对于传统白酒行业的一次颠覆性的尝试。

智胜达战略咨询董事长张健指出：新营销就是以消费者为中心，用数据驱动重构“人、货、场”，“以消费者为中心”大家说了很多年，过往只能停留在概念阶段，因为我们和消费者基本是失联的，最多就是通过业务人员的面对而沟通和渠道客户进行了局部的连接。“中国力量”正式开启了云端模式，由以前的“货”等人”变成了现在的人”等“货”。

中国龍 2021年经典再续

龍是中国，乃至整个东亚人的文化图腾，是中华民族的象征，中国人都以自己“龍”的传人而骄傲。在中国五千年文明历史上，无论时光流转更迭，龍文化的传承始终如一。

从新中国建国后考古成果来看，实物玉龍和龍形摆件等可追溯到5500年前的红山文化时期，足见龍文化在中华民族传统之早。

从有文字记载的古籍文献中可知，早在商周时期，龍纹就已经成为天子纹章和权力象征。除了将龍纹刻画在青铜器上，商周的身份者还把龍纹画在旗帜和衣服上，以作为身份的象征。例如，《周礼·春官》：“享先王，则奏《商》。”《商颂·玄鸟》：“龍虎兮，以荐于庙。”《管子·礼论》：“天子龙旗，所以大将是也。龍旗九斿，所以辟兵也。”等。

品牌传承同样具备“龍”元素的“龍瓏窖酒”，在“龍粉”、酱酒发烧友、收藏爱好者等多群体的热烈期待中，2021年4月份前后，推出了“中国龍”系列，依然是限量席、限期发售，短时间内，依然是预料中的抢售一空，经典再现再续！

中国荣耀 2022年经典将成绝唱

2022年4月，依然在大众期待中，“中国荣耀”闪亮上市。解读“中国荣耀”这瓶美酒背后的“中国荣耀”文化，值得窥探颇多。

五千年中国荣耀文化代际延绵的文明传承，中国荣耀，是泱泱大国的文明荣耀；长期以来，中华民族面对任何困难挑战，全民族始终团结一致，中国荣耀，“封印”民族信仰一致，砥砺前行，一往无前超越一切，中国荣耀，是荣等与共的共存荣耀，是超越一个体的信仰荣耀；2022年，是中国共产党成立100周年之后，跨入新百年的第一个年份，中国荣耀，是百载辉煌的强国序曲；2022年，中国荣耀，是航天再创新高佳，中国荣耀，是宇宙征程里的太空漫步；2022年是中国成为承办冬奥会伟大时刻，中国荣耀，是冰雪上的大国华尔兹！

“中国荣耀”酒体为陈年大曲酱香老酒。诸所周知，从上世纪70年代末开始传承贵州茅台正统、高貴大曲酱香血統的龍瓏窖酒背后之“中国荣耀”，是基因传承，是工艺荣耀，是岁月荣耀，更是荣耀加倍。

从已经上市的产品可以看到，“中国荣耀”依然是传统的“升装，一件4瓶装，实实在在的8升53度酱香白酒”。

通过秦池酒业相关负责人了解到，龍瓏窖酒“中国荣耀”是秦池酒业文创产品“中国系列三部曲”之最后高潮篇。三年归来，龍瓏窖酒以限量版“中国荣耀”，封印“中国系列三部曲”，从此经典将成绝唱。本次销售依然是限量、限期发售，同时也制定了限时大力度优惠回馈政策，力图为“中国系列三部曲”画上圆满句号。

芝麻的香味当

然来自芝麻，让人不可

思议的是，生产芝麻香白酒的所有原料中，并没有一粒芝麻。是真的吗？千真万确！既然没有芝麻，酒中的芝麻香味又从何而来？许多人都

想弄清这个问题。



■ 陈光

一款酒值不值得收藏，无非有三点，品质好，品牌强、存量少，“中国力量”限量发售，保证了产品的稀缺性与尊贵感，蕴含叠加附加特殊时代意义与时代机遇，更加值得珍藏与期待！

自4月21日，“中国力量”正式通过线上平台的方式，限量发售7000箱，在短短20天的时间，销售告罄，达成1000余万元的销售业绩，一时间在行业内引发了诸多热议，“中国力量”的成功，不仅仅是简简单单的新模式的运用，而是基于新营销思维下对于传统白酒行业的一次颠覆性的尝试。

智胜达战略咨询董事长张健指出：新营销就是以消费者为中心，用数据驱动重构“人、货、场”，“以消费者为中心”大家说了很多年，过往只能停留在概念阶段，因为我们和消费者基本是失联的，最多就是通过业务人员的面对而沟通和渠道客户进行了局部的连接。“中国力量”正式开启了云端模式，由以前的“货”等人”变成了现在的人”等“货”。

宝劍鋒从磨礪出

景芝是山东著名古鎮，釀酒歷史悠久，民俗醇厚，景鎮眾多。1948年，政府建立“龍南酒鎮”，統稱為芝酒。1954年更名“山東省安丘景芝酒”。當時，景芝酒的當家產品是“景芝白干”，也稱“景芝高糧”，以高粱、黍釀成，是典型的高粱大曲酒。1963年榮獲“山東名酒”稱號。

1967年，注定是一個載入中國白酒史冊、具有“里程碑意義”的重要一年。

山東省一輕局高級工程師于樹民風塵仆仆來到景芝酒廠，他專為印証业内及消費者中“景芝白干有芝麻香”的說法。技術科長馬鳴階陪同工作。他們都是山東白酒界的专业。在仔細品嘗了酒庫儲存和剛出鍋的“景芝白干”后，他們非常肯定地說，酒中的確有一種特殊的“氣味”——焙炒芝麻的香味。心有灵犀，不約而同，他們以為此“值得研究”。從此，“芝麻香白酒”作為一個重要話題，在业内不同場合之間作了一個重要由頭，也由此开启了长达半个多世纪的发掘探索“芝麻香”之旅。

上世纪五十年代，中国白酒还没有“香型”这个概念。直到1965年，贵州茅台酒“提出了“酱香”概念。白酒的香型分类由此开始。正式按香型评酒，则是在1979年的第三届全国评酒会上。为了便于对比评价的百余种香型品评表，增加可操作性，国家权威部门首次提出：按白酒的主体香气成分来分，可将白酒划分为四大基本香型，并进行了正式官定，统一标准。描述语如下：酱香型酒：酱香突出，幽雅细腻，酒体醇厚，回味悠长。浓香型酒：酱香浓郁，绵甜甘洌，香味协调，尾净香长。清香型酒，清香纯正，诸味协调，醇甜柔口，余味爽净。米香型酒：蜜香清雅，入口绵柔，落口爽净，回味怡畅。不属于四大香型的白酒被列为其他香型，自此，白酒的香型划分以及香型类别，成为国内“大酒客”的标签。

从1957年开始，“芝麻香”在中国白酒领域，尤其是技术圈内“得见曙光”。业内专业人士慕名而来，他们想通过揭开“芝麻之谜”，为中国白酒的“品质密码”和“科技名片”打开一扇现代之门。中国白酒史上一场空前壮观、绝无仅有的“科研长征”就此拉开序幕。

1965年，国家轻工业部熊希才工程师亲临芝试点，组织专家利用上层析等方法，对景芝白干进行香气成分分析，认为芝麻香味与酒中的丙酸乙酯化合物有直接关系。

一晃20年过去，1978年在江西樟树四特酒厂召开的华东大曲酒协作会上，重新研讨了芝麻香问题，引起与会者的广泛关注，白酒业重新开始重视生产和技术研究。这无疑又是一缕春风，给久旱的景酒水人送来了甘霖。

1980年，在山东省一轻厅于树民工程师指导下，景芝酒厂以“芝麻香型景芝白干”的研究为课题，在山东科委正式立项。由景芝酒厂、山东省第一轻工业厅科研所、山东大学生物系三方协作，对芝

65年磨一剑 芝香之谜的“品质密码”

个性化的香型白酒，进一步风光火了中国白酒百花齐放的特色，开启了中国白酒自主创新、走向繁荣的一代新风”。

勇攀高峰无止境

2007到2022，又是一个十五年，获誉后的景芝酒人永不满足，继续拼搏奋斗，勇攀新的高峰。

继续加大枝改力度。一座占地16000平方米的芝麻香车间和大曲楼拔地而起，国内规模最大的芝麻香型白酒酿造基地正式建成。新年间按照通风湿酒堆积、发酵地增大、活动甬槽以及行车的新构想、新设计。达到“标准化”和“现代化”的要求，新年间出来的酒更凉爽、醇甜……尤其是配套建设的制曲楼，具有先进的温度、湿度自动化调节能力，有力地提升了制作芝麻香的酒曲质量。“景芝窖池群和酿酒作坊”荣获国家工业遗产称号。

建成占地面积2000亩的景芝生态酿酒产业园，将历史、人文、酒艺、自然、旅游文化融为一体，利用现代生物技术、高端装备制造技术和信息技术嫁接传统酿酒工艺，实现酿酒机械化、自动化和数字化生产。该产业园是行业内为数不多实现原有完善生产工艺。芝麻香酿造工艺在延续基础上丰富提升，最终开启“23761”芝香密码，即芝香曲和高温大曲两大酒池结合，核心原粮甄选高粱、制曲原粮优质小麥、辅助原粮大米玉米糯米三种自然原粮，高蛋白、高酸度、高淀粉、高温曲、高温高湿、高温发酵、高温堆积七高酿造工艺，六年陶坛陈存，兼具浓酱清香气味特点，独具风格自成一体的一种创新型型。使芝麻香型白酒成为中国白酒工艺最复杂的酒种。

1995年12月，由景芝酒业主持起草的《芝麻香型白酒》行业标准发布实施，标志着中国白酒芝麻香型正式成立。

正式立项25年，景酒人通过与多个科研机构联合攻关，从“芝麻香”生产工艺、微生物菌群、原酒储存、特征成分剖析等多方面进行研发，芝麻香研究取得了重大突破，奠定了景芝芝麻香在行业中的领先优势和地位。

与此同时，景酒人制定规划，狠抓落实，加快了新工艺、新技术、新设备的开发、应用与总结，目的是创新完善生产工艺，稳定提升产品质量。到2005年年底，无论制曲还是酿酒，都形成了稳定成熟的生产工艺。

经过两年的实验和研究，1982年，山东省一轻厅在济南召开“芝麻香型优质白酒主香成分分析”总结鉴定会，认为景芝白干香型为芝麻香的主要组份为醇、酯和吡嗪类的组合体，并发现了“四甲基吡嗪”等多种特殊的化合物。芝麻香型白酒底酯含量高于普通白酒。芝麻香型白酒底酯含量高于普通白酒。

泥底砖窖。泥底砖窖的应用，既有别于浓香型白酒的泥窖发酵，又有别于清香型白酒的缸缸发酵，与酱香型白酒的窖底石窖具有相似性，只是泥底砖窖用的人工窖泥气息了数量更多的己酸酯、甲烧酯等窖泥微生物，使芝麻香型白酒己酸乙酯的含量高于普通白酒。

大麸结合，多微共酵。芝麻香型白酒最早源于传统大曲白酒蒸白干，以后逐渐转为大曲与麸曲结合，形成了大曲、河内白曲、生香酵母、菌固能合使用、协同发酵的特色工艺，结果是“芝麻香突出，诸味协调，丰满细腻，回味悠长”。

高酸配料，高温堆积，高温发酵。除主要原料高粱外，辅以适量的小麥、麸皮等，以提高发酵料中的蛋白质含量，促使微生物大量繁殖、驯化，同时又在高温条件下优胜劣汰，国家权威机构认证的“白酒芝麻香风味(型)科研学术讨论会”在景芝酒厂召开。会议认为：“山东景芝酒厂在控制传统工艺操作基础上总结出以高粱为原料、干曲中温曲为糖化发酵剂，热浆泼料，中温低水分入池、砖池发酵、储存勾兑的工艺特点与产生芝麻香的条件具备吻合，为建立芝麻香典型工业工艺打下基础。”著名白酒专家、茅台酒“总工程师季民俊欣然写下“芝麻香有了五个大字。中国白酒蒸斗周恒刚大师感之再三，写两句话：“山东东道主，景芝芝麻香”。同样是中国白酒大师方和金顺欣然题词“齐备尤光”。

1985年5月，山东省一轻厅组织的“白酒芝麻香风味(型)科研学术讨论会”在景芝酒厂召开。会议认为：“山东景芝酒厂在控制传统工艺操作基础上总结出以高粱为原料、干曲中温曲为糖化发酵剂，热浆泼料，中温低水分入池、砖池发酵、储存勾兑的工艺特点与产生芝麻香的条件具备吻合，为建立芝麻香典型工业工艺打下基础。”著名白酒专家、茅台酒“总工程师季民俊欣然写下“芝麻香有了五个大字。中国白酒蒸斗周恒刚大师感之再三，写两句话：“山东东道主，景芝芝麻香”。同样是中国白酒大师方和金顺欣然题词“齐备尤光”。

1985年5月，山东省一轻厅组织的“白酒芝麻香风味(型)科研学术讨论会”在景芝酒厂召开。会议认为：“山东景芝酒厂在控制传统工艺操作基础上总结出以高粱为原料、干曲中温曲为糖化发酵剂，热浆泼料，中温低水分入池、砖池发酵、储存勾兑的工艺特点与产生芝麻香的条件具备吻合，为建立芝麻香典型工业工艺打下基础。”著名白酒专家、茅台酒“总工程师季民俊欣然写下“芝麻香有了五个大字。中国白酒蒸斗周恒刚大师感之再三，写两句话：“山东东道主，景芝芝麻香”。同样是中国白酒大师方和金顺欣然题词“齐备尤光”。

1989年全国第五届白酒评比会上，芝麻香型白酒被单独列组评比。

1991年，轻工部在武汉组织召开技术鉴定会，以沈尧刚、金佩卿、高月明、陶家彪、高景芳等组成的鉴定委员会给出的评语是：此项成果“处于国内领先水平，达到国际八十年代先进水平；对白酒特征香味组份的研究、工艺改进和产品品质的提高，具有重要的现实意义。”胡国栋后来以此项成果获得国家轻工业部科技技术进步奖。

1992年，为了进一步开拓、完善、提高芝麻香白酒品质，景芝酒厂开始“河内白曲固酵”的引进、培养与应用试验。先后进行了河内白曲、细菌的培育和机械通风风网。使菌种对曲的糖化力大幅度提高。至此，芝麻香型白酒生产方向的评语是：生香酵母、河内白曲均实现了麸皮为主要原料的固体培养，实现了真正意义上的麸曲生产。

1994年，在白干酒泰斗周恒刚亲自指

个性化的香型白酒，进一步风光火了中国白酒百花齐放的特色，开启了中国白酒自主创新、走向繁荣的一代新风”。

勇攀高峰无止境

2007到2022，又是一个十五年，获誉后的景芝酒人永不满足，继续拼搏奋斗，勇攀新的高峰。

继续加大枝改力度。一座占地16000平方米的芝麻香车间和大曲楼拔地而起，国内规模最大的芝麻香型白酒酿造基地正式建成。新年间按照通风湿酒堆积、发酵地增大、活动甬槽以及行车的新构想、新设计。达到“标准化”和“现代化”的要求，新年间出来的酒更凉爽、醇甜……尤其是配套建设的制曲楼，具有先进的温度、湿度自动化调节能力，有力地提升了制作芝麻香的酒曲质量。“景芝窖池群和酿酒作坊”荣获国家工业遗产称号。

建成占地面积2000亩的景芝生态酿酒产业园，将历史、人文、酒艺、自然、旅游文化融为一体，利用现代生物技术、高端装备制造技术和信息技术嫁接传统酿酒工艺，实现酿酒机械化、自动化和数字化生产。该产业园是行业内为数不多实现原有完善生产工艺。芝麻香酿造工艺在延续基础上丰富提升，最终开启“23761”芝香密码，即芝香曲和高温大曲两大酒池结合，核心原粮甄选高粱、制曲原粮优质小麥、辅助原粮大米玉米糯米三种自然原粮，高蛋白、高酸度、高淀粉、高温曲、高温高湿、高温发酵、高温堆积七高酿造工艺，六年陶坛陈存，兼具浓酱清香气味特点，独具风格自成一体的一种创新型型。使芝麻香型白酒成为中国白酒工艺最复杂的酒种。

1995年12月，由景芝酒业主持起草的《芝麻香型白酒》行业标准发布实施，标志着中国白酒芝麻香型正式成立。

正式立项25年，景酒人通过与多个科研机构联合攻关，从“芝麻香”生产工艺、微生物菌群、原酒储存、特征成分剖析等多方面进行研发，芝麻香研究取得了重大突破，奠定了景芝芝麻香在行业中的领先优势和地位。

工艺创新稳质量

与此同时，景酒人制定规划，狠抓落实，加快了新工艺、新技术、新设备的开发、应用与总结，目的是创新完善生产工艺，稳定提升产品质量。到2005年年底，无论制曲还是酿酒，都形成了稳定成熟的生产工艺。

经过两年的实验和研究，1982年，山东省一轻厅在济南召开“芝麻香型优质白酒主香成分分析”总结鉴定会，认为景芝白干香型为芝麻香的主要组份为醇、酯和吡嗪类的组合体，并发现了“四甲基吡嗪”等多种特殊的化合物。芝麻香型白酒底酯含量高于普通白酒。芝麻香型白酒底酯含量高于普通白酒。

大麸结合，多微共酵。芝麻香型白酒最早源于传统大曲白酒蒸白干，以后逐渐转为大曲与麸曲结合，形成了大曲、河内白曲、生香酵母、菌固能合使用、协同发酵的特色工艺，结果是“芝麻香突出，诸味协调，丰满细腻，回味悠长”。

高酸配料，高温堆积，高温发酵。除主要原料高粱外，辅以适量的小麥、麸皮等，以提高发酵料中的蛋白质含量，促使微生物大量繁殖、驯化，同时又在高温条件下优胜劣汰，国家权威机构认证的“白酒芝麻香风味(型)科研学术讨论会”在景芝酒厂召开。会议认为：“山东景芝酒厂在控制传统工艺操作基础上总结出以高粱为原料、干曲中温曲为糖化发酵剂，热浆泼料，中温低水分入池、砖池发酵、储存勾兑的工艺特点与产生芝麻香的条件具备吻合，为建立芝麻香典型工业工艺打下基础。”著名白酒专家、茅台酒“总工程师季民俊欣然写下“芝麻香有了五个大字。中国白酒蒸斗周恒刚大师感之再三，写两句话：“山东东道主，景芝芝麻香”。同样是中国白酒大师方和金顺欣然题词“齐备尤光”。

1985年5月，山东省一轻厅组织的“白酒芝麻香风味(型)科研学术讨论会”在景芝酒厂召开。会议认为：“山东景芝酒厂在控制传统工艺操作基础上总结出以高粱为原料、干曲中温曲为糖化发酵剂，热浆泼料，中温低水分入池、砖池发酵、储存勾兑的工艺特点与产生芝麻香的条件具备吻合，为建立芝麻香典型工业工艺打下基础。”著名白酒专家、茅台酒“总工程师季民俊欣然写下“芝麻香有了五个大字。中国白酒蒸斗周恒刚大师感之再三，写两句话：“山东东道主，景芝芝麻香”。同样是中国白酒大师方和金顺欣然题词“齐备尤光”。

1989年全国第五届白酒评比会上，芝麻香型白酒被单独列组评比。

1991年，轻工部在武汉组织召开技术鉴定会，以沈尧刚、金佩卿、高月明、陶家彪、高景芳等组成的鉴定委员会给出的评语是：此项成果“处于国内领先水平，达到国际八十年代先进水平；对白酒特征香味组份的研究、工艺改进和产品品质的提高，具有重要的现实意义。”胡国栋后来以此项成果获得国家轻工业部科技技术进步奖。

1992年，为了进一步开拓、完善、提高芝麻香白酒品质，景芝酒厂开始“河内白曲固酵”的引进、培养与应用试验。先后进行了河内白曲、细菌的培育和机械通风风网。使菌种对曲的糖化力大幅度提高。至此，芝麻香型白酒生产方向的评语是：生香酵母、河内白曲均实现了麸皮为主要原料的固体培养，实现了真正意义上的麸曲生产。

1994年，在白干酒泰斗周恒刚亲自指

营收重回40亿 衡水老白干“二次创业”再出发

■ 王紫兆

日前，老白干酒发布2021年年度报告和2022年一季度。两份报告显示，公司营业收入及净利润均实现了双位数增长。

年报显示，2021年，公司实现营业收入40.27亿元，同比增长14.93%；实现净利润3.89亿元，同比增长21.95%。这是老白干酒自2019年之后，再次回归到40亿的发展通道。

2022年第一季度，公司实现营业收入9.08亿元，同比增长20.36%；实现净利润2.66亿元，同比增长373.72%。

值得关注的是，老白干酒发布年报、季报当天还发布了一则人事变动公告：公司副董事长、总经理王占刚先生因工作原因申请辞去公司总经理职务，继续担任公司副董事长。经公司董事长刘彦龙先生提名，与会董事一致同意聘任赵旭庆先生为公司总经理。

在公司发展稳步前行之际，新将接替“二次创业”，这让外界对老白干酒未来的发展有了多重期待。

40亿来不易 白酒行业品牌集中度加强

2021年，中国白酒行业品牌集中度不断加强，品质竞争、品牌竞争愈加激烈。

作为区域性品牌，近年来，老白干酒在业绩承压中发展。2015年至2019年的年报数据显示，老白干酒在这5年间的营收分别是23.36亿元、24.38亿元、25.35亿元、35.83亿元、40.30亿元；营收增速分别为+10.75%、+4.39%、+3.96%、+41.34%、-12.47%；净利润增速分别是+26.89%、+47.71%、+47.53%、+114.26%、+15.38%。

可以看出，2015年到2019年间，老白干营收、净利一直呈增长趋势。2016-2018年上升较快。2015年老白干酒面临所有制改革的完成，使盈利能力有了相应的延续发展。

针对2018年的高增长情况，老白干酒在2018年年报中表示，主要原因一是公司不断梳理衡水老白干酒的产品线，优化产品结构，深化市场建设，2018年度衡水老白干酒主营业务收入增长所致；二是公司于2018年4月份完成对联手酒业的收购，对手联手酒业并入报表，合并调整后变动较大，利润增加所致。

数据显示，2017年到2019年，联手酒业都超额完成了并购业绩承诺。这虽然成为老白干酒的增长引擎，但期间的

酒鬼酒上市企业中最生猛的“后浪”

■ 陈陈帆

日前，酒鬼酒发布2021年年度报告。年报显示，2021年酒鬼酒实现营收34.14亿元，同比增长86.97%；实现净利润8.93亿元，同比增长81.75%。6年间，酒鬼酒唯一指定白酒参股上市企业，为中国白酒赢得世界荣耀，这是中国酒界的骄傲。

在这个十五年里，围绕芝麻香白酒发展，还发生了一些让社会关注的大事。

中国轻工业联合会和中国酒业协会联合隆重举行“中国芝麻香酒第一瓶暨中国芝麻香白酒生态酿造产区”授牌仪式，授予安丘中研芝荟为“中国芝麻香白酒第一瓶”、景芝酒庄为“中国芝麻香白酒生态酿造产区”，奠定了景芝酒庄“中国芝麻香白酒领航者”的地位价值。

山东省人民政府授予“中国香？芝麻香”中国芝麻香白酒发展论坛，将“景芝”豹突牌”“扳倒井”“泰山生力源”四大鲁酒企业授予“中国芝麻香型白酒领军企业”，担当起振兴鲁酒的历史使命和时代责任。这意味着，山东芝麻香已初步形成领跑鲁酒的标杆之势，四个中国轻标签和汾酒清香型标签之后，第四个国货板块性的酿酒企业集群。

山东省人民政府专门就“鲁酒振兴”发出通知，召开会议，明确提出，把芝麻香型白酒作为山东白酒的主打品牌，山东要为白酒产业、白酒高质量发展做出应有贡献。

2021年，酒鬼酒实现净利润1.93亿元，在12家白酒上市企业中，曾经排名第二，当年的毛利率仅次于茅台。在经历重组并购和外来资本进入，酒鬼酒最后被中粮控股，中粮的全国化布局为酒鬼酒打开了快速发展之门。从2015年营收6.01亿元到2021年34.14亿元，每一步对酒鬼酒来说都是挑战，都是“翻”起“高”。

酒鬼酒的分水岭在2015年出现，当年年报显示，酒鬼酒全年实现营业收入6.01亿元，同比增长54.76%。归属于上市公司股东的净利润为8856.96万，同比增长190.86%。净利润大涨，让酒鬼酒公司渡过了退市的风险。

不经历痛，不知艰辛。酒鬼酒在经历多次惊险之后，更懂得生存的意义和价值。改变其“退市”命运的当属中粮集团。从2015年开始，中粮集团与酒鬼酒公司成为其实际控制人，后又经过股权人事等方面的变动，到了2018年，中粮酒业董事长、党委书记王浩兼任酒鬼酒公司董事长，代



增速呈现出放缓趋势。

对此，平安证券在2019年4月的研报中指出，联手酒业2018年已经开始并表，故从2019年开始，公司营收增速主要靠内生增长，放缓是必然。营收增速放缓，净利润提升是中长期预期。

2020年，疫情加剧了白酒行业的分化，老白干酒在这一年里营收同比减少10.73%，净利润同比减少22.68%。对比中国酒业协会此前数据，2020年全国规模以上白酒企业虽然完成的酿酒总产量下降，但整体实现销售收入同比增长4.61%，实现利润同比增长13.35%。梳理2019年19家白酒上市公司财报，老白干酒是2020年营收和净利润均下降的6家酒企之一。

2021年一季度，老白干酒营收同比下降0.62%，净利润同比下降14.59%。2021年前三季度在利润率方面，除金种子和皇台酒业尚处于亏损状态之外，仅有老白干酒1家的净利润率未达两位数（9.0%）。

夯实河北市场 重点布局高端产品

未来，如何牢牢守住大本营，坐稳“河北王”的交椅，是老白干酒在全国化进程中的必答题，也是其进行高端化布局的痛点。

我们或许可以从年报中找到些许答案。2017年，老白干酒省内市场收入为22.03亿元，营收占比高达87%。河北省的表现直接影响了其业绩走势。2018-2021年，老白干酒在河北省内的营收分别为24.62亿元、25.44亿元、22.48亿元、24.94亿元，增长极为有限。老白干酒面临的竞争压力，从其营收中便可窥一斑。

聚焦到产品上，在河北市场相对拥有稳定消费群体的衡水老白干系列，从产品情况看来，2021年，老白干酒

我们或许可以从年报中找到些许答案。2017年，老白干酒省内市场收入为22.03亿元，营收占比高达87%。河北省的表现直接影响了其业绩走势。2018-2021年，老白干酒在河北省内的营收分别为24.62亿元、25.44亿元、22.48亿元、24.94亿元，增长极为有限。老白干酒面临的竞争压力，从其营收中便可窥一斑。

聚焦到产品上，在河北市场相对拥有稳定消费群体的衡水老白干系列，从产品情况看来，2021年，老白干酒

我们或许可以从年报中找到些许答案。2017年，老白干酒省内市场收入为22.03亿元，营收占比高达87%。河北省的表现直接影响了其业绩走势。2018-2021年，老白干酒在河北省内的营收分别为24.62亿元、25.44亿元、22.48亿元、24.94亿元，增长极为有限。老白干酒面临的竞争压力，从其营收中便可窥一斑。

聚焦到产品上，在河北市场相对拥有稳定消费群体的衡水老白干系列，从产品情况看来，2021年，老白干酒

酒鬼酒上市企业中最生猛的“后浪”

表达了中粮系基本完成对酒鬼酒的控制。2016年之后，酒鬼酒保持着向好生长的态势。2016年至2020年，酒鬼酒分别实现营收6.55亿元、8.78亿元、11.87亿元、15.12亿元、18.26亿元，同比增长分别为：8.92%、34.13%、35.13%、27.38%、20.79%。

2021年是“十四五”开局之年，也是酒业从疫情冲击中控制低基数、高弹性增长转向深度向好、稳健发展的转型之年。2021年酒鬼酒实现营收34.14亿元，与2020年营收18.26亿元相比，近乎增长翻倍。

从2021年年报公布的数据不难看出，内参系列营收为10.34亿元，同比增长80.71%。占营收比为30.29%；湘泉系列营收为1.76亿元，同比增长11.71%。占营收比为5.14%。

业界认为，酒鬼酒的高速增长是高端产品的增长，随着湖南大本营市场的更加巩固和省外市场的占比逐年提升，以及中高端产品的占比逐年提升，酒鬼酒的价值也会越来越高，业绩持续向上的空间还很大，增长速度会有新的突破。

2021年3月，随着国家市场监督管理总局(国家标准化)国家标准化委员会发布了《中华人民共和国家标准公告(第301第3号)》，由酒鬼酒公司主导起草编制的《GB/T10781.11-2021白酒质量要求第11部分：馥郁香型白酒》系列标准，覆盖香型正式成为白酒第十一大家酒香型。

2019年3月，酒鬼酒给自己定了一个小目标：近期目标30亿、中期目标50亿、长期目标100亿。两年之后的2021年，近期目标30亿超额完成，这个超额完成的机遇在于2018年的“红利”。

2018年，酒鬼酒虽然营收仅为11.87亿元，但酒鬼酒抓住了好机会。2018年底，国家批准委下达《馥郁香型白酒酒国家标准制定计划》。馥郁香型白酒国家标准由酒鬼酒起草，覆盖白酒行业地位酒鬼酒作为馥郁香型标准制定者的行业地位。

年报显示，2021年，酒鬼酒全国市场地级市覆盖率达67%，湖南县级市场占有率94%。这标志着酒鬼酒的全国化布局已经明晰，酒鬼酒“折腾”的劲儿头会更加足，能量还很大。

线上业绩暴增10倍 85后成酒类消费主力