

做中国企业的思想者

中国酒

Chinese drinks 中国酒
weekly 周刊

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第132期 总第10442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6月4日 星期六 壬寅年 五月初六

新闻周讯 | News bulletin

四川白酒行业电子商务法治论坛将于6月举行

日前,四川中国白酒金三角酒业协会发布通知,为了进一步做好四川白酒产业知识产权保护工作,研究推进四川名优白酒网络交易的保障机制和制度规范,维护川酒合法权益,四川中国白酒金三角酒业协会定于6月24日举办“四川名优白酒网络交易保障与规范”四川白酒行业电子商务法治论坛。

仁怀召开白酒产业综合治理工作调度会

日前,仁怀市委副书记、市长李颖主持召开白酒产业综合治理工作调度会,听取金东集团项目规划和仁溪沟区域白酒产业整治情况,安排部署有关工作。会议要求,要按照“规划引领、市场运作、企业自愿、确保稳定”的原则,扎实开展白酒产业综合治理;要做好“三区三线”划定;要依法依规进行征收,强化宣传和舆论引导;要加大生产串酒企业整治力度,发现一家关停一家;要对全市白酒生产企业开展联合执法行动,对手续证件不齐全的一律先停产,因企施策开展整改;要强化责任落实,加大对违法违规生产企业的处罚力度。

总投资达6.2亿元 山西开建千吨黄酒项目

日前,山西太忻经济一体化阳曲片区重点项目阳曲“万亩黍米”种植基地和“千吨黄酒”精加工项目正式开工。项目总投资达6.2亿元,建设总工期30个月,将分二期实施。建成后将带动黄酒、露酒及相关行业上下游产业的发展,助力山西乡村振兴。该公司的总部及生产研发基地占地8.97万平方米,建设总工期30个月,其中一期工程计划6个月,拟投资1亿元,实现产能0.3万千升;二期工程拟投资5.2亿元,实现黄酒产能2.7万千升、露酒产能0.5万千升,塑造中国北派黄酒第一品牌,补齐北方黄酒无大品牌、无上市公司的空白。

安徽省运酒集团1.838亿元资产流拍

近日,安徽省运酒厂集团有限公司(运酒集团)管理人在淘宝网阿里拍卖平台对其所有资产进行公开拍卖,总评估价为1.838亿元,起拍价为1.375亿元,最终因无人缴纳保证金入场竞拍而流标。运酒集团此次被拍卖的标的物包括存酒、发酵半成品在内的所有存货,固定资产为位于安徽省含山县的相关房屋建筑物、构筑物及辅助设施等。其中包含237.37千升库存散酒(含基酒)、28项房屋建筑物、土地使用权等。

上海贵酒考察 山西2000吨白酒项目

近日,山西省投资促进局运营管理部部长李可红带领上海贵酒集团、山西省河南商会相关负责人一行前往山西省汾西县,就山西北坊酒业年产2000吨白酒项目进行考察调研,了解项目建设情况、企业发展规划等情况。李可红表示,希望山西北坊酒业进一步建立与上海贵酒集团公司常态化联系对接机制,全方位加强产业、项目、人才的合作,发挥资源优势 and 区位优势,围绕产业集群开展产业链招商,做大、做强主导产业。

我国本土葡萄酒酵母完成“从0到1”的突破

近日,由西北农林科技大学葡萄酒学院刘延琳教授团队培育的两株本土葡萄酒酵母实现我国本土葡萄酒酵母“从0到1”的突破,解决了我国葡萄酒酵母长期以来存在的“卡脖子”技术隐患与产业风险,为我国葡萄酒产业的“微生物种业”安全提供了技术保障。(综合)

稳定分红 金徽酒发力西北华东地区



■ 锦文

近年来,金徽酒按照“布局全国、深耕西北、重点突破”的发展规划,以甘肃为根据地,持续深耕环甘肃西北市场,已在陕西、内蒙、新疆等地打造多个样板,形成了品牌高端化及凝聚效应。

数据显示,2021年,金徽酒在甘肃中部、包括省外市场在内的其他地区等成长性市场增长较快,分别实现营收2.37亿、3.92亿,同比分别增长13.34%和35.71%。

对于未来市场布局,金徽酒表示,公司下一步将继续加大对西北市场的开拓,其中在内蒙、新疆、宁夏结合市场实际继续打造样板市场,以点带面进行区域突破;在新疆、青海市场发挥合资公司优势,创新模式,聚焦资源

进行深度开发。

同时,金徽酒也将进一步发力华东市场。据了解,2021年10月,金徽酒在上海和江苏分别成立销售公司,其中上海销售公司主要负责复星生态体系内金徽酒销售,以大客户运营和团购为主。江苏销售公司主要负责江苏、浙江、河南、山东和江西五个省区的渠道销售。

“江苏销售公司2021年完成团队组建、公司成立以及金徽老窖专属产品上市,2022年江苏公司将进一步扩充销售团队,以团购为切入点在华东五省打造样板市场,与西北市场遥相呼应,有望形成‘西北+华东’两个发展引擎,推动金徽酒持续发展。”金徽酒方面如是说道。

在分红方面,金徽酒与股东共享公司发展成果。金徽酒2021年度计划向投资者每

10股派发现金股利人民币2.2元(含税),共计派发现金股利约1.12亿(含税),占公司2021年净利润的34.37%。据了解,自2016年上市以来,金徽酒已累计分红5.7亿,每年现金分红比例均高于当年实现净利润的30%,为广大投资者带来了切实回报。

此外,在产品方面,金徽酒产品结构优化明显,中高档产品营收和占比持续提升。数据显示,2021年金徽酒百元以上产品营业收入10.95亿元,同比增长26.24%,占营业收入比重62.11%,较上年同期提升11.11个百分点。金徽酒方面表示,2022年,公司将继续以金徽28等高端产品为主导,打造西北高端白酒品牌,持续优化产品结构。

在公布此次投资者关系活动记录表之前,金徽酒已于3月15日发布了2021年年

红太阳:“双品三香”战略落地推进

■ 焦守立

历来以热情好客、厚道实在著称的山东,是白酒生产大省,也是白酒消费大省。而有着孔孟之乡、东方圣城之称的济宁,更是名副其实的“酒窝子”,几乎县县有酒厂。

那么,红太阳酒业凭什么能在众多白酒企业中脱颖而出,成为济宁白酒的领军品牌和畅销品牌?

打基础:好酒品质,人尽皆知

上世纪90年代,山东白酒率先在全国开启了广告营销模式,一度成为中国白酒行业的“主角”。在鲁酒围绕“标王争夺”展开激烈角逐的时候,红太阳酒业并没有把精力投入到“广告营销战”之中,而是冷静的提出“以质量求发展、向管理要效益”的经营战略,坚持做好自己的事,走好自己的路。

在此后的二十年时间里,无论外部环境如何变迁,无论各种香型谁是主流,红太阳酒业始终心无旁骛的致力于工艺创新和品质提升,扎扎实实搞研发,踏踏实实酿好酒,在实现了产品质量的精益求精的同时,还匠心独运的根据济宁当地的酿造环境和消费者的饮酒喜好,成功开创了北方五粮浓香跑窖工艺、绵柔酱香工艺和馥香型白酒工艺,真正为消费者奉献了与众不同的品质好酒。

不随大流,自成潮流。无论是中国白酒的黄金十年,还是深度调整时期,红太阳酒业始终清醒的认识到了,白酒竞争的本质,最终还是品质。也正是基于对品质的极致追求和对消

费者的尊重与用心,酒质更卓越、口感更绵柔、香气更纯正、风格更优雅的红太阳酒,不仅在日复一日、年复一年的时间积淀中,赢得了济宁人民信赖和欢迎,而且还荣获“济宁市市长质量奖”,以荣誉证明品质实力,成为济宁白酒的一面标杆旗帜。

从最初的口耳相传,到后来的一致称赞,再到如今的人尽皆知,红太阳酒业用最传统、最接地气的方式,建立了远比“广告酒模式”更为坚固的品质壁垒和难以撼动的口碑地位,也为红太阳酒业在市场的厚积薄发和企业的高质量发展,打下了最坚实的基础。

抓创新:科技领先,差异竞争

尽管凭借着出众品质树立起强大的竞争优势,但红太阳酒业创新的步履却从未停止,始终聚焦核心主业、深耕专业领域、保持科技领先的红太阳酒业,一直坚定不移的走差异化发展之路。

早在十年前,红太阳酒业就专门成立了由中国酿酒大师、白酒国家评委领衔的技术团队,开展馥香型白酒工艺的深入研究,经过十年的不懈努力,2021年5月份,红太阳馥香型白酒正式通过国家级项目成果鉴定,标志着其关键酿造工艺和典型风格特征,正式获得官方认定,也代表红太阳酒业在传统香型产品的优势之上,取得了品类创新的全面成功,真正做到了人无我有,人有我精。

此外,为了更好的提升科技领先水平,红太阳酒业还先后与江南大学、贵州大学和中国食品发酵工业研究院达成战略合作,通过

牵手中国白酒科研顶级领域的“两校一院”,为红太阳酒业开展白酒技术创新,培养专业技术人才,构建产学研一体化酿造体系,提供了强大的支撑力和源动力。

2022年,在现有实力规模和科研优势的基础上,红太阳酒业百尺竿头更进一步,将实现抓技改、扩产能、增储量三个层面的全面提升:

第一,通过“国家级博士工作站”和“中国馥香研究院”一站一院的建立,继续完善和提升馥香型白酒生产工艺水平,进一步放大红太阳酒业独有的馥香型产品差异化竞争优势。

第二,全面建成现代化制曲车间,年制曲量达到2000吨以上;同时在现有万吨级纯粮优质原酒产量规模的基础上,加快馥香型白酒车间扩容,实现3000吨馥香型白酒的年产能。

第三,增加不锈钢罐和陶坛的容积量,新增原酒储能5000吨,达到储酒4万吨的能力,并完成年份老酒的相关认定。

系列数据表明,目前,无论是酿酒规模、储酒能力,还是科研水平、技术实力,红太阳酒业不仅在济宁白酒企业中冠领群雄,而且在鲁酒阵营中也处于领先地位。

起势能:营销拓局,步步为赢

依托于内修外塑塑造的强大技术自信、品质自信和消费自信,红太阳酒业在济宁白酒市场的快速崛起,那自然是瓜熟蒂落、水到渠成。

蓄势于前,后发先至。以品质征服人心的

度报告。报告显示,金徽酒2021年营收为17.88亿,净利润为3.25亿。

值得一提的是,在年报中,金徽酒还公布了2022年营收目标。“面对当前白酒行业发展形势和市场竞争环境,2022年公司将围绕‘转型乘长、共创共享’的基本思路做好各项工作,力争实现营业收入25亿。”

为此,金徽酒在2022将重点做好以下几方面工作:

在市场营销方面,金徽酒将坚持“聚焦资源、精准营销、深度掌控”。继续推进“大客户运营+深度分销”双轮驱动的营销策略。同时,整合公司资源为西北市场、华东市场、线上业务赋能,采用竞合机制,打造多个样板市场,快速提高市场占有率。

在品牌建设方面:金徽酒将聚焦高端白酒消费群体,借助高端媒体资源,形成产品美誉度和品牌知名度的良性发展。同时,以客户为中心,开展独具特色的金徽酒消费者体验活动,向消费者深度传递金徽酒品质、产区、历史、文化,增强品牌凝聚力。

生产管理和基础管理层面上,金徽酒将坚持量质并举,强化生产综合实力,全面升级供应链管理,并加快推进“二次创业”各项改革措施落地,助力公司全面转型发展。

在浙商证券看来,金徽酒省内市占率仍有较大提升空间,未来省内规模或达30亿,其中较为薄弱的陇东地区及河西走廊发展可期。同时,大西北市场是金徽酒未来发展的新机遇,2019年金徽酒通过定增布局省外,未来将完成西北六省布局;公司有望借助复星集团团购渠道加速实现全国化。

中信建投证券也指出,金徽酒作为甘肃省内龙头酒企,在省内市占率仍有较大的提升空间。同时,受益于省内消费升级趋势,产品结构逐渐向百元以上价位升级,有望持续提升公司在本地市场的盈利水平。此外,复星入股金徽酒后,引导公司进行华东市场重点布局探讨,拓展华东市场形成新的业绩成长点。

红太阳酒业,开始在市场上精心布局、多点发力,全面释放营销势能。短短几年时间,红太阳酒业以破竹之势,顺利完成从嘉祥到济宁市区和周边县城的全方位营销布局,并不断拉开与竞争对手的差距,夯实济宁白酒市场领军者地位。

一枝独秀的品质领先优势和步步为赢的营销策略实施,让红太阳酒成为济宁白酒市场最畅销的产品,也让红太阳酒业成为名副其实的济宁白酒代表品牌。

此外,随着“双品三香”战略的落地推进,红太阳酒业还建立了定位精准、职责分明、目标明确的产品体系。从定位国民好酒的红色经典系列,到主打商务消费的馥香红1号,再到发力高端市场的酱香祥瑞,红太阳酒业通过大单品打造、特色化引领和差异化竞争的产品策略,实现了全价位段覆盖,并构建起精细化、立体化、标准化的产品矩阵。

可以说,无论是市场占有率,还是品牌高度,红太阳酒业都已经实实在在的坐稳了济宁白酒行业的头把交椅。“济宁市地标酒”的荣誉称号,早已是实至名归。

事实上,不仅是在济宁市场实现强势引领,红太阳酒业还不断加快在菏泽、枣庄、聊城等周边城市的扩张步伐,并在济南成立了营销中心,成为济宁为数不多能走出鲁西南、走向全省化的白酒品牌。

从县城酒企到市酒龙头,再到鲁酒第一阵营,红太阳酒业成功打造了山东区域名酒如何突破的新样本,也为济宁白酒企业探索出一条高质量发展的新路径。



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