

水井坊增收不增利 销售费用超净利润

日前,四川水井坊股份有限公司发布了2022年半年度报告。报告显示,今年上半年,水井坊实现营业收入20.74亿元,同比增长12.89%;实现净利润3.7亿元,同比减少2%。

对于上半年业绩表现,水井坊在公告中表示,2022年春节后,新冠疫情及疫情防控政策对白酒消费场景产生了较大影响,公司产品销售的增长势头在上半年有所放缓,整体社会库存也高于去年同期水平,但总体仍处于健康水平。

在业界专家看来,水井坊上半年营收保持了双位数增长,但是利润没有增长,主要原因是产品结构高端化,新推出的典藏品牌、包括大型的活动需要大量的前置性投入,一定程度上拉低了企业的利润。

据了解,近年来水井坊营销上动作频频,与中国冰雪大会、WTT世界乒联、国家宝藏等大IP进行深度合作;同时,水井坊美学馆在全国重点市场相继开业。这些营销动作背后,离不开水井坊巨额的销售费用的支持。

数据显示,2021年末,水井坊的销售费用为12.27亿元,创上市以来的新高,销售费用占同期营收的26.48%。今年上半年其销售费用再创同期新高,达到6.96亿,占上半年营收的33.55%,同时更超过上半年净利润1.88倍。

营销上的高投入,令水井坊的现金流吃紧。在2022年上半年中,水井坊经营活动产生现金流量净额同比下降99.48%。对此,水井坊在半年报中也解释为,主要系支付的市场广告费等其他经营活动现金流出的增长所致。

“水井坊想要通过增长营销费用方式追赶行业头部企业,无论是渠道建设,还是经营上,都存在较大业绩压力。随着白酒行业竞争加剧,通过营销费用增长,打开高端白酒市场方式,无疑会给水井坊带来更多的困境。”业界专家如是说道。

水井坊在半年报也提到,“受国内疫情反弹等超预期因素冲击,白酒消费场景萎缩,白酒行业在经历多年的高速发展后,产业发展积累的矛盾也在进一步显现。下半年,行业预计将持续面对疫情与经济放缓所造成的挑战,渠道动销困难,社会库存增加,现金流紧张。”

(新闻)

开启爱心公益 金徽酒捐资助学1000万

日前,金徽酒正能量第十四期爱心公益奖学金2022年度启动仪式在金徽生态酿酒园隆重举行,捐资1000万元,资助当年考取大学的学子完成学业。

启动仪式由金徽酒股份有限公司党委书记张斌主持。复星全球合伙人、金徽酒股份有限公司董事长周志刚等公司高层管理人员出席活动,各部室、车间负责人,员工代表及来自甘肃、陕西、宁夏三省(区)的新闻媒体共同见证爱心公益奖学金全新起航,活动同步线上进行,甘肃、陕西、宁夏、内蒙、新疆、青海等西北六省区经销商和金徽酒各销售公司全体员工共1500多人参加。

启动仪式开始,“金徽酒正能量”2022年度爱心公益奖学金活动宣传片回顾了青春拼搏的岁月,重温了正能量时刻的感动。

启动仪式上,董事长周志刚做了热情洋溢的致辞。周志刚表示,金徽酒在自身发展的同时,积极承担社会责任。2009年以来,金徽酒连续13年在西北地区开展社会公益活动,先后为精准扶贫、教育事业、扶危济困、灾害救助、新农村建设等公益事业投入资金上亿元,数万人受益。今年,金徽酒再次捐赠1000万元,用于甘肃、陕西、宁夏、新疆、内蒙、青海等西北六省区学子,资助当年考取大学的学子完成学业。这是公司持续不断地践行社会责任担当,弘扬金徽正能量的品牌精神,共筑莘莘学子圆梦大学的坚实后盾的具体表现。今后,随着公司经营业绩增长和市场范围扩大,投入社会公益事业的范围和资金规模会进一步扩大。

仪式上,金徽酒股份有限公司副总经理、省内销售公司总经理王宁发布了《金徽酒2021年社会责任报告》。《报告》从抗击疫情、公益助学、乡村医生、乡村振兴、抢险救灾等五个方面对2021年金徽酒社会责任履行情况进行了回顾。随后,董事长周志刚为甘肃、陕西、宁夏三地学子捐赠爱心公益奖学金,金徽酒各销售公司负责人上台接收捐赠。公司高级管理人员共同启动金徽酒正能量第十四期爱心公益奖学金2022年度启动仪式,标志着2022年度金徽酒正能量公益助学活动全面展开。

聚点滴之水,汇江河善意。目前,金徽酒正在实施“跻身中国白酒10强,打造中国知名白酒品牌,建成中国大型白酒酿造基地”的第三大战略目标。公司将坚持布局全国,发展西北,重点突破的市场开拓策略,把金徽酒打造成以白酒酿造为主业的大型产业集团。“金徽酒正能量爱心公益奖学金”这一公益品牌已打造得熠熠生辉,公益是金徽正能量的最好诠释。金徽酒将不忘初心,勇于担当,在今后的工作,积极践行“酿造生态酒 传递正能量”的使命,持续关心、关注教育事业发展,通过二次创业和改革创新,奋力推动企业高质量跨越发展,以实际行动和更大努力,为地方经济社会发展和教育事业做出新的更大贡献!

(金宣)

啤白融合 双向赋能

华润与景芝白酒“啤白模式”合作洽谈会举行



■ 孙晓琳

日前,以“中国芝香 绽放启航”为主题的华润啤白模式安徽战略合作洽谈会在安徽合肥举行。作为华润“啤白模式”推出以来的一项重要落地举措,景芝白酒“全国化”战略重要路径之一,此次洽谈会是“啤白融合、双向赋能”谋篇布局的重要会议,深度挖掘中国芝香战略价值,洞悉未来发展趋势,携手经销商伙伴共创酒业发展新机遇。

本次大会由华润酒业发起,华润雪花安徽区域公司与山东景芝白酒有限公司倾力打造。华润啤酒(控股)有限公司副总裁曾中平、华润雪花啤酒安徽区域公司总经理陈萌、山东景芝白酒有限公司总经理张清程、华润雪花啤酒山东区域公司总经理冯勃、金种子股份有限公司总经理何秀侠、华润雪花啤酒河南营销中心总经理刘帅、华润雪花啤酒安徽营销中心总经理石英、盛初咨询有限公司董事长、联合创始人柴俊、山东景芝白酒销售有限公司副总经理路泽刚以及华润酒业、景芝白酒相关部门负责人出席会议,同来自安徽各地的经销商伙伴齐聚一堂,共话酒业发展趋势,畅谈合作价值与前景,共同开启中国芝香高质量发展新征程。

洽谈会上,华润啤酒(控股)有限公司副总裁曾中平围绕“新发展 赢未来”主题发表讲话,指出了华润推出“啤白模式”打造啤白双赋能、开创双赛道的初衷,阐明了华润“啤白模式”双赋能、促双赢的理念及方向和发展路径。同时,盛曾在“华润做什么样的白酒”分享中表示,景芝白酒占据区域龙头企业、拥有芝香独特香型两大优势,具备独特的差异化和竞争力优势,这也是看好景芝白酒的原因。

首站安徽 迈出全国化第一步

安徽是白酒产销大省,拥有悠久的酿酒历史和底蕴深厚的饮食文化。一直以来,白酒界有“东不入皖,西不入川”的名言,不仅源于安徽的白酒企业多,更是因为徽酒依靠强大的终端拦截和区域化运作模式把本地牢牢封锁,给外地酒的进入设置了相当高的门槛。“景芝白酒来到安徽,安徽将以最大的热



情拥抱新业务,与景芝白酒共享安徽市场”。华润雪花啤酒安徽区域公司总经理陈萌在致辞中表达了对啤白融合模式以及景芝白酒入皖的大力支持。陈总表示,景芝白酒进入安徽市场拥有五大优势,安徽拥有厚重的白酒文化,同时拥有广阔的消费市场,纵深的渠道网络,成熟的销售终端,出色的销售队伍,通过啤白融合、相互赋能,定能攻坚克难,实现“皖美答卷”。

“安徽的市场情况我们了解,但是我们此次带着满满诚意而来,期望能与各位合作伙伴建立密切的合作关系,携手绘就未来更好的前景蓝图。”山东景芝白酒有限公司总经理张清程在讲话中表达了对安徽市场的重视和对未来发展信心。

会上,盛初咨询有限公司董事长、联合创始人柴俊围绕安徽行业格局、芝香品类价值以及啤白模式前景进行了主题分享。“景芝是芝麻香白酒的创领者,生产最早、技术最高、规模最大、老酒最多,品质最好。”啤白融合业务可以实现产品、渠道、场景三大协同,实现流量利润产品组合,溢价高;满足渠道多元化运营需求;饮用场景上,啤白搭配,也能够多方位满足消费者聚餐、宴席、送礼需求。

此次洽谈会选择安徽作为首站启动,透露出华润“啤白模式”对于推动行业发展的信心、布局市场的能力,也看到了景芝白酒加速品牌战略提升和加快迈向全国步伐的坚定决心。洽谈会为景芝白酒“走出山东 走向全国”谋势,为各位合作伙伴再创辉煌谋局的同时,将进一步推动酒业的高质量发展,为中国白酒探索出新的发展道路。

经销商层面,参加此次洽谈会,除了看中景芝白酒作为“芝麻香白酒创领者”的影响力之外,也认可芝香白酒在安徽市场大有可为。全国化市场拓展层面,安徽作为景芝白酒全国化的桥头堡,无论从地理位置还是酒业沿革上都表现出不可替代的战略价值,具有景芝白酒谋求全国化市场的重要战略意义。

啤白融合 抢抓发展新机遇

此前,华润啤酒(控股)有限公司首席执行官侯孝海先生在《啤+白双项赋能,书写行业新历史》的主题讲话指出,“啤白双赋能、开创双赛道”,既保证非啤酒业务独立发展,又实现组织相连、人才齐用、渠道共享、终端合建、费用分投、价值厚增的独特发展之道,实现1+1大于2的“商业模式”。

作为华润“啤白融合”模式一次新的落地动作和模式探索,此次洽谈会聚焦“啤白融合、双向赋能”,不仅将成为厂商合作的一大助力,更有望成为企业转型新的方向,中国酒业发展新的突破点。

对于景芝白酒而言,一方面依托中国啤酒行业龙头雪花在管理、品牌、渠道、团队等方面的优势;另一方面结合景芝芝香型白酒的创立者和标准制定者的品类优势和历史文化积淀,借助“啤白融合、双向赋能”的创新模式,把双方能力进行叠加、赋能,将推动景芝白酒的全国化战略布局,快速提升景芝白酒品牌影响力和市场占有率,助力“景芝白酒”成为一个强而有力的平台,并进一步推动景芝白酒走出山东,走向全国。

古贝春:传承中创新 创新中守正

■ 顾金栋

日前,在第十九届山东财经风云榜颁奖典礼上,古贝春集团荣登“山东十大创新力企业”榜单。作为唯一上榜的白酒企业,其创新力着实令业内内外瞩目,特别是近年来陆续推向市场的“中度酱香”与“水晶白版”等新品,几乎都迅速成长为“大单品”,引领古贝春进入“白版2.0时代”。古贝春集团如何在长达70年的发展历程中,历久弥新,青“春”永驻?古贝春集团董事长张洪昌有着自己的看法:“在传承中创新,在创新中守正。传统制造业的转型升级必须坚持这个原则。”

销售做的好,好产品是基础。古贝春集团的酒是好产品,浓香的师承五粮液,拿下全国质量第一名;酱香的茅台嫡传,被誉为“酱酒北宗”。身处运河产区核心地带的古贝春集团本身又有着天然的地域优势。“传统优势是天然基因,现代技术是提升武器,古法酿造与科技‘智’造是我们在生产环节适配的‘正负极’,一个体现在原酒酿造及储存老熟端,另一个体现在酒体设计与全面质控端,相辅相成才能保持顺畅。”该集团分管生产技术的副总经理杜新勇对此有着贴切的体会。他说,近年来他们秉承着“古法酿造”加“科技智造”的生产规律,给老陈酒赋予新“喝”法,一方面严格保障了原酒质量及取优率的进一步提升,另一方面在酒体设计、全面质控工作中成效斐然。

古贝春老窖酒厂是古贝春酒的发源地,现在已经是该集团省级非遗保护园区和省级文物保护单位,这里除了完整保留了上世纪

六七十年代的建筑群外,更有始建于清代光绪年间的古井和窖池群。2021年,该集团文化工作者重新梳理、复原和丰富了这一历史遗迹和古老技艺的传承脉络。“古法酿造是咱的传统优势,有据可靠的记载也已经传承了五代且有上百年的历史,我们要做的就是确保这一工艺的经典技艺不走样。”在酿造车间热汽腾腾的生产现场,车间主任张延峰的话透着自信和从容。古贝春集团所在地是典型的黄河冲积平原,同时又为运河流域,环境赋予了这里肥沃的水土与适宜的气候,优良五谷、水质甘美、益生菌丰富等等都给酿制纯粮白酒创造了先天之利。相关文物显示,武城酿酒历史可追溯到西汉时期,其传统酿造技艺是流传于鲁西北运河流域的一项白酒古法酿造技艺,经不断完善和发展传承沿用至今。

只有继承优良传统,才能为酒品质量装上“保险杠”。山东省首席技师、古贝春总酿酒师董福新介绍,他们从来没有因为地处得天独厚的地理位置,而对传统酿造技艺有丝毫怠慢,他们的原酒都是严格每一道工序,优选高粱、大米、糯米、玉米、小麦等原料,采用甘美运河水系,经粉碎、拌料、蒸煮、入池、发酵、贮存、勾调等30多道工序精心制作而成,工艺特征为“三高一低一长”。“三高”指入池时淀粉含量高、酸度高、温度高,“一低”指用糖量低,“一长”指发酵时间长。

“‘三高一低’保证了酒的醇度与口感,‘一长’提高了取优率,我们的工艺是在长期的历史传承中,经过不断完善发展起来的,师古而不泥,在保留历史工艺经典的同时又有近代的改革完善。浓香型酒是这样,酱香型也

是这样,我们的酱香型酒采用的是茅台工艺,但为了适合江北气候特征,我们还是结合现代科技做了些改革,比如用‘小甑大窖’取代传统的‘大甑小窖’,再比如增设‘人工造湿室’等,这些都是为适合江北气候条件作的必要改革。这就叫‘守正创新’,为的是防止正宗工艺的‘水土不服’。”说起传承与创新的关系,董福新见解独到,如数家珍。

相比于酿造端固本培基“温和派”的守正创新,酒体设计、技术研发与全面质控方面的现代技术运用或许更具“颠覆性”。

白酒是传统产业,除自成一格的古法酿造工艺的坚守外,并不代表在质量检验、酒体研发等环节的固化。相反,通过现代科技的融合运用与攻关,还能为白酒产业注入源源不断的新动能。“科学技术的运用提升的是精准度和高效性,比如说,今年我们新应用的这个近红外光谱仪代替原来的老方法进行原料、酒醅的水分、酸度等多项质量指标的检测,原来十分钟能出一个指标数据,现在十秒钟就能出整整一组指标数据。确实确实的又快又准。”杜新勇说,近年他们投巨资兴建的建筑面积3000多平方米的现代化科研大楼,装备的气相色谱仪、液相色谱仪、气质联用仪、原子吸收光度计等国际先进的白酒检测仪器等都是为传统酿造的“老白酒”插上科技腾飞“金翅膀”。

日前,这所科研大楼里已成功搭建了省级企业技术中心、省级企业工程中心、博士后工作站和院士科研工作站4大科技创新平台和白酒大师吴兆征工作室等大大小小10余个白酒科研平台,形成了完整的科技创新体系。还与山东大学达成合作共建实验室的

一方面,因为啤酒、白酒的淡旺季不同,酒商同时布局可实现渠道共享,可以实现淡旺季双品牌,双品类运营,降低渠道运营成本,提升渠道价值效应。另一方面,作为拥有5000年深厚历史积淀的山东省酒龙头、芝麻香型白酒国家标准制定者、国家级非物质文化遗产等荣誉的景芝白酒,无论是从品牌积淀还是从芝香品类、品质上,对酒商来说都是一个非常好的赛道机会。

“啤白融合模式带来的是双轮驱动,将实现客户利润提升、效率提升、服务提升、能力提升。”目前,随着华润“啤白融合”模式及景芝白酒品牌各项战略举措的逐一落地,景芝白酒品牌势能和芝香品类势能能得到全面释放,这一创新模式,无疑为广大雪花经销商伙伴提供一种新的机遇,新的选择,新的发展路径。

四个坚持 景芝白酒全国化火力全开

作为拥有5000年的历史的鲁酒龙头企业,景芝白酒自1948年组建成立国营白酒厂发展至今,积累了深厚的基础优势;发现并创新了独特的芝麻香型白酒,制定了芝麻香型白酒国家标准;先后荣获山东省省长质量奖、全国质量奖,荣获第五批国家级非物质文化遗产;形成了原酒产能3万吨、商品酒产能6万吨、储酒能力10万吨的产能规模保障能力。

自去年华润入驻,景芝白酒站到了新的发展起点上。在坚定“全国化”战略的道路上,景芝白酒以“四个坚持”为全国化保驾护航。

首先,是坚持品牌高端化培育,持续强化品牌引领和高端突破,以品牌建设引领市场布局。2022年以来,景芝白酒与中央电视台达成战略合作,开展大国品牌立体化营销,成为行业内山东唯一的CCTV《大国品牌》企业。

其次,坚持“聚焦芝香,打造芝香”的差异化发展路径。不断推动酒体品质升级突破,持续推动产品结构优化,坚持对芝香品类价值的挖掘,打造芝香品类价值制高点。

第三,坚持品质提升与时间俱进,实现价值回归。在锻造景芝白酒“最硬核”品质基础上,持续实施酒体升级,芝香基酒储存期由5年提升为6年,提升极致化产品表现和产品力。

第四,坚持与合作伙伴“共生共荣”,持续提升企业队伍服务消费者的能力、服务合作伙伴的能力、和合作伙伴一起为消费者提供更好服务的能力。

作为全国化战略保障,“四个坚持”对外解决经销商顾虑,更好地创造市场佳绩,对内强化品牌、提升品质、解决管理与人才问题,更好的服务于品牌与客户,无论内与外,都展现了景芝白酒的雄心壮志。

而从宏观层面来说,此次战略合作洽谈会,不仅宣告了华润“啤白融合”模式成功试水,也将成为景芝白酒引领鲁酒“走出山东,走向全国”的一次重要里程碑事件。景芝白酒借助“啤白融合”模式,在不断扩大朋友圈的同时,通过品牌高端化培育、芝香品类聚焦发展、品质提升回归价值、营销模式与管理理念革新等种种战略举措,为自身提升内功强化根基,为合作伙伴提供保障,为鲁酒振兴和走向全国提供样板,也为中国白酒行业发展探索出全新的发展道路。

协议。“这一方面说明我们科研平台运转的高效性和持续性,另一方面也表明我们科研平台合作团队与自有团队课题方向的一致性、融合性。更标志着我们在‘实用型白酒科技’研究上的再行突破。”杜新勇认为,从曲虫的防治、窖泥制作到风味物质、微生物研究等,近年古贝春集团大小10余个高效运转的科研平台在白酒科技的研究与应用上始终把握了正确的方向,“立足实际、立足实用,不搞花拳绣腿,不作吹牛嘘头,就是实实在在的选题,踏踏实实的研究,认认真真的落实。优产高效就是最大的成果。”杜新勇说。

其实“解构和再造”的作用,并不限于保障“工艺化”和质量稳定性,还有可追溯性。在该公司灌装车间,笔者还发现了科技“智造”在生产管理中的成功运用。“盘、箱、盒、盖、瓶五码合一,用手机一扫,这瓶酒的‘身份证’就出来了。”总经理助理、灌装车间主任王树文拿起一瓶正待装箱的古贝春酒,边演示扫码边让笔者看着屏幕跳出的信息:品牌、产地、类型、规格、入库时间、生产班组等一目了然。

“咱不光得让人喝明白,还得让人喝明白。好酒就得让人喝得明白明白。每瓶酒都有‘身份证’就是可追溯,就是品质自信。”王树文说,随着信息可追溯系统的不断建成,将来的产品的“身份信息”也会越来越丰富,甚至能让消费者了解到酿酒原料的批次信息,以便让消费者喝得更加明白放心。

古法酿造,科技赋能。传承加智造,老酒新“喝”法,古贝春酒让消费者喝出了历史与当下,更喝出了品质与信任,喝出了量价齐升的好业绩,更喝出了创造未来的新希望。