国企业的思想者

# Chinese drinks weekly 用刊

ENTREPRENEURS' DAILY

版 第202 期 总第10512 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8月13日 星期六 壬寅年 七月十六

新闻周讯 | News bulletin

### 五粮液集团 新经济中心项目开工

日前,中国五冶承建的五粮液集团新经 济中心项目 1-5 号地块工程正式开工建设。 据悉,该项目建设地点位于成都高新区新川 创新科技园内,用地面积25.9亩,规划总建 筑面积约10.7万平方米,拟建地下两层,地 上建筑包括办公楼及商业,计划工期为610 日历天。新经济中心将依托高新区高端产业 和现代服务业平台,规划建设五粮液大数据 创新中心、新零售经营中心、商务中心以及现 代金融、现代物流区域基地,具体规划在南部 园区"一轴七片多点"的轴线核心地段建设一 座全新的地标性建筑。

### 燕京 V10 留白空间 快闪店空降南宁

近日,燕京 V10"留白空间"快闪店空降 南宁。此次留白空间快闪店精心打造了"躺平 撸猫 留白治愈""留白空间 体验雪世界""白 啤湖区 唯美消暑湖景""云享听乐 享受惬 意""乐队演奏 一起举杯畅饮"5 种场景,邀 请专业摄影团队为来宾拍摄唯美艺术大片。 全场燕京 V10 可随意畅饮,为每位前往打卡 的朋友提供不一样的夏日留白!

### 洋河股份召开 中秋营销工作动员会

日前,洋河股份召开中秋营销工作动员 会。洋河股份党委书记、董事长,双沟酒业董 事长张联东从战略战术层面对中秋营销工作 进行了安排部署。他要求围绕冲刺中秋销售, 要拿出更加务实的举措,更接地气的行动,强 化执行力、战斗力、凝聚力。同时,对照销售指 标,列出"任务书"、绘出"施工图"、排出"时间 表",一张蓝图绘到底,一门心思抓到底,一鼓 作气干到底,推动市场实现"量""质"的双提 升、双促进。

### 华致酒行再度牵手拉菲

日前,华致酒行与拉菲罗斯柴尔德男爵 酒业再度牵手,与旗下巴斯克品牌正式达成 战略合作,将这一来自智利的精品葡萄酒品 牌,从区域零售重点客户渠道以及电商渠道 开始拓展,传递至更多的中国消费者。华致酒 行将以丰富的线下销售渠道,通过直供终端 网点和连锁门店,将巴斯克品牌的系列精品 酒款更为迅捷和直接地触达消费者。

### 贵州酱酒上半年 总产值 580.21 亿

贵州省统计局近日发布数据,上半年,全 省十大工业产业规模以上工业实现总产值 5752.93 亿元,同比增长 17.1%。其中酱香白 酒产业实现工业总产值 580.21 亿元,同比增 长 55.2%;工业增加值方面,酱香白酒产业增 ₭ 48.5%。

### 2022 全球酒类 品牌价值榜发布

日前,英国品牌评估机构"品牌金融"发 布 "2022 全球酒类品牌价值榜"(Alco0holic Drinks 2022)。中国的茅台在烈酒品牌榜上名 列第一。"50 大烈酒品牌"(Spirits 50)总价值 1426 亿美元,中国 10 个品牌上榜,价值 976 亿美元,占比68.4%。茅台、五粮液、泸州老 窖、洋河包揽前四名。 (综合)



新闻热线:028-87319500 投稿邮箱:cjb490@sina.com





## 红太阳酒业搭载"中国速度"

"红太阳 - 红1号"首个品牌专列冠名在济宁高铁北站举行





■ 洪轩

日前,"红太阳-红1号"高铁品牌专列首 发仪式在三东济宁北站举行,这是鲁南高铁 山东环线全线贯通后, 在济宁高铁北站举办 的首个高铁品牌专列冠名活动。

红太阳酒业集团总经理任志刚、华铁传 媒集团副总裁徐华等领导出席仪式, 共同为 "红1号"品牌专列启动发车。当具有划时代 意义的"红1号"品牌专列,从济宁北站驶向 首都北京之时, 预示着蓬勃向上的红太阳酒 业,也正在以新的速度正式启航。

### 打造专属移动名片 开启品牌提速之旅

首发仪式上, 任志刚总经理在致辞中对 莅临活动现场的嘉宾朋友们表示了热烈欢迎 和衷心的感谢,并详细介绍了公司的品牌文 化、红1号酒的工艺特色以及冠名高铁品牌 专列的背景和目的。

红太阳酒业此次冠名的"红1号"品牌专 列,驰骋在鲁南线、京沪线等多条重要铁路 线,途经山东、河北、北京等多个省市,不仅实 现了品牌宣传的精准覆盖,展现了馥香浓郁 的典雅气质和红色文化的独特魅力,而且还 凭借高铁媒介受众量大、精准度高、覆盖面广 等优势,实现了对"红1号"品牌形象高频次、 全方位、立体化的系统传播。

当下,中国白酒进入品牌竞争的新时代, 能够凭借品质特色、品类价值和品牌优势实 现快速出圈的产品并不多,而红1号无疑是 其中的佼佼者。依托于"三香合一"的独特风 格、馥香品类的创新引领和红色文化的弘扬 传承,上市四年的红1号酒,在不断提高产品 认知度与品牌美誉度的同时, 还以速度和实 力优势在高端白酒赛道后发先至, 在品牌竞 争时代占得先机。

值得一提的是,在2021年末鲁南高铁全 线贯通之际, 红太阳酒业抓住热点、把握时 机,首家冠名高铁品牌专列"祥酒号",并在济 南西站举行隆重的首发仪式,抢下了鲁南高 铁品牌专列的"头彩"。

冠名高铁品牌专列,打造专属移动名片, 红太阳酒业正式开启品牌提速之旅, 并通过 构建高铁、户外、媒体组成的广宣矩阵,实现 了品牌声量与产品形象的全面提升,品质、品 类和品牌三大竞争优势正在加速成型,并形 成越来越强大的传播势能和口碑效应。

### 搭载中国速度 提升营销势能

高铁,是中国速度的象征,也是中国制 造、领跑世界的新名片,红太阳酒业冠名红1 号高铁专列,不仅为企业的品牌发展按下了 加速键,而且对营销势能提升也具有十分重 要的战略意义。

作为红太阳酒业匠心打造的高端战略产 品,红1号酒是代表中国白酒复合工艺品类创 新的开山之作, 也是代言高级馥香品质的时代 新名酒。可以说,在红太阳酒业高端化、差异化 发展的征程中,红1号酒是当之无愧的先锋。

围绕"提质增效、高质量发展"的战略主 基调,红太阳酒业搭载"中国速度",高度聚焦 核心产品红1号,在打基础、拓终端、稳价格、 扩渠道,多措并举、深耕市场的同时,持续放 大品牌知名度和产品竞争力,不仅顺利完成 了从战略性部署到精细化运营的落地执行, 也实现了营销势能的全面提升。

近两年来, 馥香型白酒通过国家级项目 成果鉴定,打造红太阳红1号中央酒区,成立

"红1号"俱乐部,举行馥香盛宴顶级品鉴活 动 ..... 动作频频、大事不断的红太阳酒业 始终保持着自信从容、昂首向上之势,红1号 引领高端消费潮流的势头也已崭露锋芒。

更重要的是,红1号一流的品质口碑、优 秀的品牌形象和强大的营销势能、出色的销 售业绩, 也让在高端布局不断取得突破性成 功的红太阳酒业,获得了行业和广大经销商、 消费者的高度认可,成为鲁酒阵营中备受关 注和看好的老牌酒企。

### 从济宁到北京 一路唱响"中国红"

北京是红色中国的首都,有着悠久的革 命历史传统和厚重的红色文化底蕴。红1号 品牌专列从济宁北站驶向首都北京,对一直 坚守红色信仰的红太阳酒业而言,具有非同 一般的价值意义,"中国红-红1号"的广告 语,更是展现出企业理念与红色文化、家国情 怀、时代精神的同振共鸣。

中国的白酒品牌有千百个,但红色基因 与生俱来,并以红色文化而得名的,也唯有红 太阳, 其表达的是对伟大祖国和伟人领袖的 最高礼敬, 也是把企业文化与品牌精神合二 为一的智慧结晶。

在七十四年的发展历程中,红太阳酒业 始终坚定不移地以传承和弘扬红色文化为使 命,并致力于以酒为载体,把红色文化传播得 有朝气、接地气、聚人气。红1号品牌专列的 冠名,既是对红色文化的又一次成功传播,也 是向红色中国首都北京的致敬。

红1号进北京,这张驰骋于鲁南线、京沪 线上的"流动名片",将成为展示济宁名酒的 新平台、新窗口,一定能跑出市酒龙头的"红 色速度",写好中国白酒的"红色华章"。

借助时代高铁的东风,带着薪火相传的 红色文化,"1"路向北,"1"路激扬,"1"路长 红,"1"路酒香,为千家万户奉献一瓶馥香好 酒,更开启了红太阳高质量发展的新篇章。

### 啤酒麦芽制造商粤海永顺泰集团公司顺利过会

■ 张瑜宸

今夏,啤酒圈儿格外热闹,尤其是在精酿 赛道,多家企业获得资本青睐,引发了行业的 强关注。日前,国内最大的啤酒麦芽制造 商——粤海永顺泰集团股份有限公司顺利过 会,距离在深交所主板上市又近了一步。

据永顺泰官方网站显示, 永顺泰是广东 粤海控股集团有限公司控股企业,公司业务 始于 1987年,主要从事麦芽的研发、生产和 销售。经过多年的积累,公司及公司前身已经 与百威英博、华润啤酒、燕京啤酒、珠江啤酒、 青岛啤酒、嘉士伯、喜力啤酒等知名啤酒制造 商有超过10年的合作历史。

2021年6月,永顺泰首次公开发行招股 说明书,拟公开发行不超过 12,543.27 万股 A 股股票,计划募资约9.3亿。其中,4.24亿将 用于广麦4期扩建项目,其余的5.05亿将用 于年产13万吨中高档啤酒麦芽项目。

作为国内产销规模最大的麦芽制造商, 永顺泰 2019 年在国内的市场占有率达到 25%。此外,永顺泰也是国内最大的麦芽出口 企业,产品已外销至东南亚、日本、韩国等多 个国家和地区,2020年,公司麦芽的出口规 模占我国麦芽出口规模的46%。

"麦芽供应商上市,对于啤酒工业的发展



和提升会有一定的作用,毕竟产业链上游如 果能够有充足的资本,对于产业整体提升会 有帮助。"北京圣雄品牌策划有限公司总经理 邹文武在接受记者采访时说道。

对此, 江南大学生物工程学院研究员范 文来也表达了相同的观点。在他看来,作为一 家麦芽龙头企业,如果能够上市,应该是值得 庆幸的事,是制麦和啤酒行业的一件大事。

"啤酒麦芽是啤酒的重要糖化剂与风味 剂,其品质好坏直接影响啤酒品质。对于国产 啤酒来讲,使用国产麦芽是一种天然选择,当 然,前提是国产麦芽是高质量的。"范文来告 诉记者, 近几年, 啤酒产业的产量在波动, 啤 酒品质同质化趋势在增强,同样地,啤酒产业 的集中度也在提高。

"个人认为集中度提高是好事,利于企业 的规模发展,也利于增强我国企业在国际竞 争中的地位。数据显示,我国多个啤酒品牌已 经进入国际啤酒行业前十名。类似的,我国的 制麦公司也应该进入国际排名前十名行列。" 范文来如是说。

的确,作为世界第一大啤酒生产国和消

费国,我国啤酒产业发展长期存在原料"卡脖 子"的情况。在今年召开的中国酒业协会六届 理事会第四次扩大会议上,中国酒业协会理 事长宋书玉作年会报告时也指出, 啤酒酿造 原料保障供给仍是中国啤酒产业高质量发展 必须解决的问题。

显然,麦芽产业龙头如果能顺利上市,吸 引资本的关注,将进一步推动国产啤酒麦芽 规模化、集约化、优质化发展。

但不容忽视的是,这两年随着啤酒行业 整体向"高"发展,已呈现出产量、利润、收入 相继增长的良好发展态势,但永顺泰的业绩 表现并不稳定。

数据显示,2018年至2021年上半年,永 顺泰分别实现营收 24.32 亿元、29.38 亿元、 28.26 亿元和 14.85 亿元;净利润分别为 1.61 亿元、1.44亿元、1.35亿元和1.28亿元。此外, 随着结构调整、科技创新、产品创新成为啤酒 行业发展的主旋律,作为原料生产企业的永 顺泰仍旧面临行业成长空间小、产品单一且 竞争加剧等风险。

显然,永顺泰能否顺利上市,仍有诸多问 题待解决。但无论如何,顺利过会释放出来的 积极信号也足以提振国产麦芽产业的发展。 对酒业来说,如果能顺利上市,这无疑将加速 酒业 IPO 的征程。





出品单位:贵州省仁怀市狄康春酒业有限公司

13608529997(张先生)

服务热线:18586361133 (沈先生)

