

做中国企业的思想者

中国酒

Chinese drinks 周刊
weekly

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第236期 总第10546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9月24日 星期三 壬寅年 八月二十九

新闻快讯 | News bulletin

10月1日起实施 《白酒湿地产区》 和《湿地白酒》团体标准

为推动白酒特色产区的健康持续发展和生态建设,规范白酒湿地产区酿酒建设和运行,规范湿地白酒的技术质量标准,引导该产品有序发展,中国酒业协会官方网站发布关于批准发布 T/CBJ 2305《白酒湿地产区》和 T/CBJ 2110《湿地白酒》团体标准的通告,该标准自 2022 年 10 月 1 日起实施。据《白酒湿地产区》团体标准显示,白酒湿地产区是按照全面规划、依法保护、科学管理、合理利用和持续发展的原则,在距离湿地自然保护区界线 10km 以内,采用传统固态法生产,产品具有产区典型风格特色的 1 个或多个白酒企业生产区域。另据《湿地白酒》团体标准,湿地白酒是指在白酒湿地产区区内生产的,以有机粮食为原料,以大曲、小曲为糖化发酵剂,采用固态发酵法工艺所得的其酒,经陈酿勾调而成的,不直接或间接添加食用酒精及非自身发酵产生的具色是否味物质,且有本品固有风格特征的白酒。此外,通告中还明确了湿地白酒、湿地和产区的基本要求。

感恩茅台集团 习酒投资控股集团揭牌

日前,习酒集团党委书记、董事长张德芹,党委副书记、总经理汪地强为“中共贵州习酒投资控股集团有限责任公司委员会”“贵州习酒投资控股集团有限责任公司”揭牌。揭牌仪式现场,张德芹出席揭牌仪式并讲话,习酒集团汪地强,党委副书记、工会主席杨凤祥,习酒集团党委委员、副总经理曾凡君,党委委员、纪委书记刘安勇,习酒公司领导胡峰、陈强、杨刚仁、李明光、叶燕飞,总经理助理蒋茂平、谢远东出席仪式。仪式由曾凡君主持。仪式上,全体人员以左手放于胸前,以虔诚之心面向茅台集团方位致敬,感恩茅台长期以来给予习酒的关心,感恩茅台在人力、物力等方面给予习酒的帮助,感恩茅台人对习酒人的成长培养。天地作证,让风将习酒人的感恩之情带到茅台集团!

保乐力加中国 助力上海交通安全宣传

日前,由上海市公安局交通警察总队、上海市交通委员会和上海市交通工程学会联合举办的“安全斑马线”2022 上海交通安全公益节正式揭幕。国际知名酒企保乐力加中国积极助力活动举办,重磅推出以“欢聚因碰撞精彩,享乐因理性常在”为主题的公益行动,通过公益短片的发布及妙趣横生的线上互动,呼吁公众拒绝酒驾,将理念付诸行动,创建安全畅通、文明和谐的道路交通环境。此外,凭借在倡导理性饮酒方面长期以来的杰出贡献,保乐力加中国还被授予“上海交通安全公益合作伙伴”的称号。

茅台向贵州、四川捐赠 4500 万元用于抗疫救灾

日前,贵州茅台酒股份有限公司发布公告称,向贵州、四川两省捐赠 4500 万元,用于当地抗疫、救灾工作。其中,贵州茅台向贵阳市慈善总会捐赠 3000 万元助力打赢疫情防控攻坚战,向四川省红十字会捐赠 1500 万元用于四川泸定地震抗震救灾工作。公告显示,捐赠事项获得董事会全票通过。(综合)

“一号酱香”中国首款艺术品牌 咏和烧坊打造中国酱酒 NASDAQ 第一股



■ 李玉友

金秋九月,六朝古都——南京桂花、酱酒齐飘香。

日前,由江苏省酒类行业协会、遵义市白酒商会、仁怀市酱酒产业协会支持,贵州咏和烧坊酒业集团主办的“2022 首届中国(南京)艺术酱香发展研讨会暨咏得烧坊 NASDAQ(纳斯达克)上市启动仪式”在南京举行。

中央文史馆书画院研究员、中国通俗文艺研究会副会长、福建省青年画院院长、著名国画家陈春勇,江苏省酒类行业协会常务副会长王建英,福建省酒类流通协会副会长汪庆璋,江苏省酒类行业协会副会长、仁怀市酱酒产业协会副会长、贵州咏和烧坊酒业集团董事长陈向东等领导、嘉宾与来自全国各地的合伙人近 200 人齐聚金陵,大家共同见证咏和烧坊酒业集团这一重要时刻。

用艺术定义酱香 用品质铸造信仰

贵州咏和烧坊酒业集团成立于 2020 年,是由贵州茅台镇天台酒厂等上游酿造企业、下游专业酒商、专业营销团队、产业资本共同投资组建、上下游资源结合的新型酱酒全产业链集团。公司董事长陈向东是中国酒业知名操盘手。目前集团在全国成立了华北、华东、华南、中南、西南、东南六大运营中心,销

售“咏和烧坊一号酱香”产品。

“用艺术定义酱香,用品质铸造信仰”是咏和烧坊的品牌内核。

说起“咏和烧坊”的故事,不得不提起清代名臣张沛,他 50 岁辞官,回到家乡赤水河畔,开办私塾,传道授业。因喜欢饮酒,张沛在教书之余就和家人用当地的红缨子糯高粱烤酒,长此以往,考究的制酒工艺酿出了醇香的美酒,引来十里八乡百姓争相品尝。因张沛自号“咏和居士”,这里产出的酒也渐渐被当地人称为“咏和居士”烧酒。

后代子孙继承了咏和居士的技艺,相继成为了赤水河畔有名的烧酒师,“咏和烧坊”也成了当地知名的烤酒坊。

进入 21 世纪,在原茅台酒厂郑光先厂长悉心指导下,茅台镇咏和烧坊天台酒厂通过对 100 多年酿酒历史和工艺的挖掘,梳理“咏和烧坊”传承久远、独具匠心的纯天然手工酿造技艺,形成了“五味调和、柔雅细腻”的独特风格,深受高端消费者认可。

2020 年,陈向东在贵州仁怀调研半年后,携手东润集团并购咏和烧坊,并联合上下游资源方共同投资成立“贵州咏和烧坊酒业集团”,正式推出中国首款艺术酱香品牌——“咏和烧坊一号酱香”。

陈向东介绍,一号酱香可谓“大师之作”,在茅台集团退休酿造、勾调大师指导下,由中国首席品酒师吴晓萍的关门弟子、国家一级品酒师、酱酒勾调大师申柏涛,国家一级酿酒

师、高级品酒师杨石攀亲手酿造、勾调,共同为“一号酱香”进行高品质背书;中国殿堂级国画家陈春勇作品《长城颂》独家授权为“一号酱香”品牌进行文化背书;再加上著名表演艺术家为品牌代言,一号酱香自诞生起,便在市场上形成自带流量的号召力。

顺应酱酒消费热潮 为社会创造长期价值

2019-2021 年,随着大批资本进入贵州仁怀投资酱香型白酒产业,这在酱酒行业又引发了一轮对资本入局酱酒的热烈讨论。然而,资本对于酱酒的态度也很“认真、谨慎”,因为酱酒投入大、回报周期长的特性,使得理性入局的资本,早已做好了把它当做长久事业经营的打算。

陈向东便是如此。据其回忆,一年之内他乘坐了 150 趟飞机,其中大部分都是往返茅台镇,“在茅台镇喝了半年,每天喝半斤以上,市场调研结果硬是喝出来的。”“做企业,赚钱是重要的,但赚钱不是唯一的目的”,在陈向东看来,“更重要的是要不忘初心,为社会创造长期价值,迅速做大做强企业,惠及当地老百姓,这是基本使命”。

2021 年,贵州咏和烧坊酒业集团在茅台镇沿河村设立了“贫困生助学金”,每年定向捐助贫困家庭的孩子完成学业。

从另一个角度看,这也完全可以解读为

酒业论坛 | Observation

酱酒竞争 品牌打造成赢家

■ 杨金贵

火车跑得快,全靠车头带,酱香型白酒由于茅台老大哥的带领,一路狂奔,用了短短两年的时间,迅速成为白酒行业的黑马,并且一个急转弯进入了另一个赛道,即品牌化、品质化、差异化。由于酱香型白酒各种产品高度同质化,导致从品类之间的争夺,开始进入到了同种香型下不同企业、不同品牌之间的竞争。

品牌不仅仅是企业单方面树立的形象,更是消费者长时间形成的认知。在鱼龙混杂的酱香型白酒市场当中,随着众多产品的齐头并进,质量参差不齐的各类酱香型白酒产品在短短半年的时间里,就让消费者开始认识到,唯有“大厂、嫡系、品牌”才是值得信任的,从酱香型白酒火热初期的不断尝新,到向品牌化迅速转变,消费者的专业化程度在推动着酱香型白酒的品牌化发展。

而品牌化的打造并不是一朝一夕的事



情,也不是投机派所能坚持的,品牌化依赖于生产能力,依赖于口碑传播,依赖于强有力的资金支持,更依赖于专业化的运营团队和企业高层管理者的格局。这就对仁怀地区以及全国其他地区的大小微企业主提出了更高的要求,然而,真正能实现品牌化的企业屈指可数,这不仅仅是市场规律,也是企业基因所决定的。

在酱香型白酒普及阶段,一些厂商为了追求利益最大化,使大量劣质酱香型白酒充斥市场,碎沙冒充陈年酒,食用酒精冒充坤沙

酒的现象十分突出,各种伪概念产品充斥市场的同时,也迅速教育了消费者——不是茅台镇出来的酒就是好酒,也不是所有的酱香酒就是好酒。酱香型白酒消费人群趋于理性化,对低价位、低品质产品开始排斥。

在经过初期的消费者培育后,市场将向品质化转变,口感与品质是消费者永恒的追求。而同时,高品质酱香型白酒的高成本,决定了消费市场价格的高企,对消费人群的消费能力提出了更高的要求,高价位产品不仅仅意味着产品品质更高,也意味着品牌附加值更高。酱香型白酒的市场将进一步分化,中高端市场的竞争会更加激烈。

很明显,目前大多数酱香型白酒依旧受茅台影响,“12987”的酿造工艺概念已经在过去两年的时间成为各个品牌的标配,也就意味着酱香型白酒各类产品概念已经高度同质化。要想吸引消费者,就要对产品进行差异化定义,走出一条与众不同的道路。

目前,比较顺畅的一条路是“真年份”概念。受酱香型白酒中老酒概念的影响,消费者对“酒是陈的香”有着深入骨髓的偏好,对陈年老酒的消费一向情有独钟,然而由于依赖市场回收的瓶储老酒的高价格、难鉴定的现状,也给了酒厂新的机会。

“真年份”的概念是否能持久,不仅仅取决于行业组织尽快标准化,更有赖于酒企的良心,还需要产品真的经得起市场的考验。

除产品差异化外,品牌定位的差异化也很重要,这一点饮料行业的表现值得学习,比如怕上火喝王老吉、0 脂 0 卡的元气森林、农夫山泉的天然矿泉水、补充能量的乐虎。白酒的核心在于社交、情绪的表达,围绕着这两点,现在的产品定位还大有文章可做。

综上所述,酱香型白酒已经进入了新的发展阶段,唯有以市场为导向,以消费者需求为核心,以产品质量为基础,才能做立潮头,成为酱香型白酒品牌的赢家。

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

民族医药的核心品牌 始创于 1996 年

源古承新 甘露众生

西藏甘露藏医药产业集团有限公司
Tibet Ganlu Tibetan Medicine Industry Group Co., Ltd

电话:0891-6522706 邮箱:info@glyz.cn
拉萨经济技术开发区林琼岗路15号

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)