国企业的思想者



ENTREPRENEURS' DAILY

│版 第283 期 总第10593 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11月19日 星期六 壬寅年 十月二十六

"纯粮时代" 红星为何能赢得先机?

今年实施的白酒"新国标",对于白酒行 业来说,不啻于是一场巨变,从生产端到消费 端都有着一系列连锁反应。于生产端而言,白 酒的定义更为"明确",白酒就是纯粮酒。"新 国标"的实施,进一步清理行业乱象,催化了 光瓶酒变局。于消费者而言,"喝酒要喝纯粮 酒"已成为大家的共识,白酒品质成为酒业新 赛道下竞争的核心要素,品质优、品牌优、价 格优的口粮酒更容易获得消费者青睐。

"纯粮固态发酵" 红星 70 多年的坚守

记者调查发现,为符合白酒"新国标",部 分企业采用升级推新的方法,推出新产品,以 避免被贴上"配制酒"标签。然而,这些升级款 新品虽然符合"新国标",但因推出时间较晚, 在成本和价格变动的情况下,或需要更长的

与之相对,另一些率先获得"纯粮固态发 酵白酒标志"认证的大众类产品,则拥有了先 发优势。这其中的典范便是红星。事实上,作 为北京二锅头始创者,红星自建厂70多年 来,就牢牢抓住品质这一主线,始终坚持纯粮 固态酿造,这也让品牌发展有了源源不竭的 生命力。早在2020年,红星旗下"绵柔纯粮蓝 瓶系列""纯粮清香大小二系列""纯粮兼香系 列"等产品就已经获得了"纯粮固态发酵白酒

2022年,红星又上新高线光瓶产品红星 大曲酿,用"三曲三香"再度强化了纯粮固态 这一品质标签。截至目前,红星已有26款产 品获得"纯粮固态发酵白酒标志",这意味着 红星已经拥有一支强大的"纯粮固态发酵"产 品矩阵。

兼具价格与品质 红星"亮剑"消费新赛道

如今,在消费不断升级的趋势下,消费者 更加看重白酒的性价比。"谁能将价格与品质 做到极致,谁就将赢得更广泛的消费民意。" 有业内观察人士这样分析。

红星终将消费者放在首位,一直致力于 用高品质的产品来赢得消费者的信赖。如今, 在拥有"纯粮固态发酵白酒标志"的产品中, "纯粮清香大小二系列", 气味香馥、清香纯 正、酒体协调、口味爽净;"绵柔纯粮蓝瓶系 列",既有二锅头的清香纯正,又符合大众喜 欢绵柔口感的需求;"纯粮兼香系列"则精选 优质高粱、玉米、小麦、大米、糯米为原料,经 纯粮固态发酵,形成一酒多香、绵爽顺口的 "兼香"独特风格,深受消费者青睐。

此外,红星也致力于以"纯粮品质、亲民 定价"回馈市场与消费者。红星三大主力光瓶 酒在十元到三十几元左右的亲民定价,更是 带给消费者物超所值的体验。在这个价格带, 拥有纯粮固态发酵标志的产品是非常少见 的,红星的价格优势和品质优势凸显。也正因 如此,红星二锅头作为"国民口粮酒",拥有了 巨大市场影响力和广泛的消费群体。红星对 高质价比光瓶口粮酒的不懈探索和追求,让 其在"纯粮时代"的新赛道上,构建了难以撼 动的良好口碑和市场基础。

大浪淘沙,始见真金。纵观红星的发展史, 从经典产品焕新升级、"纯粮小金标"获准使用、 高线新品研发等持续动作可以看出,拥有深厚 底蕴与扎实酿造技艺的红星,都精准契合了当 前消费升级与光瓶酒品类升级的关键节点。

随着"新国标"的实施,纯粮固态发酵产 品势必成为白酒行业的发展主轴。红星作为 二锅头品类领衔力量,多年来厚积薄发,凭借 前瞻性的布局和对品质的匠心坚持, 必将在 纯粮光瓶酒市场拓展更多空间, 引领光瓶酒 领域向更高维度发展。



投稿邮箱:cjb490@sina.com





企业家日报微信公众平台 二维码

中国企业家网 二维码

提振行业信心 推动产业发展

第 106 届全国糖酒商品交易会在成都举办



日前,"全国糖酒会 会天下美味"第106 届全国糖酒商品交易会于成都举办,成都市 委常委、常务副市长刘筱柳,成都市副市长、 天府新区党工委书记刘任远,成都市副市长 林楠,中粮集团党组成员、副总裁由伟,中粮 糖业党委书记、董事长李明华,中粮糖业党委 副书记、总经理吴震,中国轻工企业投资发展 协会理事长李国都,中国罐头工业协会会长

刘有千,中国酒类流通协会副会长刘员,茅台 集团副总经理高山, 五粮液股份公司副总经 理刘洋,四川水井坊股份有限公司 CEO 朱镇 豪等来自成都市、中粮集团及主办方、行业协 会及企业界的领导出席了开幕仪式。

中粮集团党组成员、副总裁由伟代表中 粮集团向关心支持全国糖酒会发展的国家部 委、地方政府、行业协会、参展厂商及各位领 导表示诚挚的敬意。他说,今天是全国糖酒会 第32次在成都举办,首次以"一展双馆"形式 举办并发布全新 VI, 展览规模创历史新高, 这是糖酒会砥砺奋进的新起点, 也是成都高 质量发展的新名片。本届糖酒会的成功举办, 是对党的二十大精神的坚决贯彻,本届糖酒 会将会进一步带动和发挥促进行业消费的作 用,必将会推动行业加快构建新发展格局,踏

上再谱华章的新征程。他希望来自全国各地 及海外的行业同仁,能够充分利用全国糖酒 会这个行业大平台,加强沟通交流,深入洽谈 合作,相互学习借鉴,共同推动国内外产业链 循环畅通和高效,携手开创中国食品酒类产 业发展和国际交流新局面。

成都市委常委、常务副市长刘筱柳在致 辞中提到,1987年,糖酒会与成都第一次避 逅,开启了双向奔赴、互相成就的序章。35年 的风雨兼程、携手并行,糖酒会早已镌刻进成 都的城市基因,城市因展会而繁荣,展会因城 市而壮大。第106届全国糖酒会对于成都稳 定经济大盘、提振行业信心、推动产业发展意 义重大, 也必将成为糖酒会历史上浓墨重彩 的一笔。致辞结尾,她表示成都愿意与大家共 同谱写可持续发展的新篇章!

开幕仪式上,全国糖酒会首次发布全新品 牌 VI,正式启用新 logo 和全国糖酒会品牌形 象,标志着全国糖酒会在中国经济稳中有升的 高质量发展时期,开启"全国糖酒会 会天下美 味"品牌战略升级新征程,在场的各位领导和 嘉宾一同见证了全国糖酒会的华丽蜕变。

最后,成都市委常委、常务副市长刘筱柳, 中粮集团党组成员、副总裁由伟,成都市副市 长、天府新区党工委书记刘任远,成都市副市 长林楠,中粮糖业董事长李明华,茅台集团副 总经理高山, 五粮液股份公司副总经理刘洋, 四川水井坊股份有限公司CEO朱镇豪上台为 大会启幕,共同开启全国糖酒会新篇章。

第 106 届全国糖酒会集结了来自 30 多 个国家和地区的5000多家企业华丽启幕,展 现了全行业的深厚潜力和强大韧性。未来,全 国糖酒会将以全新的形象, 开创中国食品酒 类产业发展和国际交流新局面。

川酒集团发布未来五年战略开启新征程

近日,川酒集团五年战略暨国酿上市发 布会在成都隆重举行。在领导嘉宾、行业大 咖、经销商和媒体的共同见证之下,川酒集团 正式发布"换道抢跑,五环同行"发展战略。同 时,川酒集团战略核心大单品国酿重磅亮相, 以八大"万里挑一"的酿造标准成就"中国酱 香新高度"。

剑指白酒第一集团 五年战略路线图曝光

2017年,经四川省委、省政府同意,川酒 集团正式组建。五年里,川酒集团秉承"平台、 共享、互赢"的发展理念,从零起步,奋力前 行,五年年均营收增速58%,总营收877.6亿 元。集团资产从10亿元发展到150亿元,五 年增长15倍。

川酒集团党委书记、董事长曹勇总结过 去五年发展成绩。五年间,川酒集团开拓创 新、抢抓机遇,整合酒企 263 家,打造原酒产 业发展联盟,在全国28个市州布局区域名优 品牌,成为了全国17大名酒的经销商,打造 中国白酒创新创业孵化园,是四川省100强 企业、四川原酒 20 强企业第一名,品牌价值 达到619亿元,荣获近100项荣誉及奖项,得 到了中央、省市、业界合作伙伴和消费者的一 致认可, 走出了一条与名酒企差异化发展道 路,创造出"六朵金花+川酒集团"的"6+1"川 酒发展新格局。

党的二十大胜利召开,明确提出"坚持把 发展经济的着力点放在实体经济上",在宏观 经济转型、优化产能、结构调整的发展关口,



川酒集团遵循产业发展规律,顺势而为,超前 谋划未来五年道路,正式发布"换道抢跑,五 环同行"发展战略:未来五年,川酒集团将打 造中国最强的白酒技术团队,成为中国最大 的原酒生产供应商、中国最大的国优品牌运 营商、中国最大的OEM白酒定制商、中国最 大的白酒供应链商。

曹勇董事长对"换道抢跑,五环同行"的 内涵做了深入阐述:'换道'指走与名酒企差 异化发展道路;'抢跑'指在差异化发展中争 当行业领先;"五环"是在五个发展维度上打 造中国最强白酒技术团队、中国最大的原酒 生产供应商、中国最大的国优品牌运营商、中 国最大的 OEM 白酒定制商、中国最大的白酒 供应链商;"同行"是指践行党的二十大"共同 奋斗创造美好生活"的精神,与全体经销商共 谋发展、共同致富,用10年左右进入中国酒 业第一方阵,用15年左右成为世界500强企 业,共筑财富梦想。

"换道抢跑,五环同行"战略是一套有组 织、有章法的"组合拳"。首先,打造中国最强 的白酒技术团队是"技术中心"。川酒集团将 继续汇聚院士和大师,打造中国白酒科技之 芯,夯实川酒快速发展的核心技术力量。打造

科研创新共享平台,推进创新科研、技术转 化、人才培养、产业孵化、学术交流等科创项 目。破解白酒生产中的关键技术难题。把控酒 类产品品质,打造酒业质量科创标杆。

第二,成为中国最大的原酒生产供应商 是"资源中心"。集团将以集群化、标准化、品 牌化发展为目标,轻重结合地打造"三体系两 库一品牌"。"三体系"即按照医药级标准建立 原酒生产质量体系、溯源体系和浓酱清团体 标准体系:"两库"即构建原酒基因数据库和 原酒产品数据库;"一品牌"即打造川酒原酒

第三,成为中国最大的国优品牌运营商 是"利润中心"。川酒集团构建"1+2+N"品牌 矩阵,"1"是指国酿,突出金融、商务属性,引 领国优品牌发展;"2"指"叙府""赤渡",突出 品质属性,培育性价比产品;"N"指众多区域 名酒品牌,突出亲民属性,打造老百姓喝得起 的纯粮好酒。川酒集团将深挖各品牌内涵,为 成品酒价值提升造势赋能, 在传承中国白酒 文化的同时, 为百花齐放的品牌发展创造更 多的利润增长点。

第四,成为在中国最大的 OEM 白酒定制 商是"市场中心"。川酒集团打造"中国优质白 酒之芯",建立轻资产平台模式,为全国定制 客户提供多元化服务。通过小单定制、个性化 定制等形式,以品牌输出、品牌扶持、品牌孵 化、股权激励等举措,满足消费者和合作伙伴 的个性化消费需求,打造利益共同体。

第五,成为中国最大的白酒供应链商是 "规模中心"。川酒集团整合上下游产业链资 源,打造面向海内外的中国白酒产品总代理。 同时,提供更加灵活的金融工具和资金方案, 解决中小酒企和经销商资金问题, 为中小酒

国酿发布 成就"中国酱香新高度"

万般酱香,一杯国酿。在发布会现场,川酒 集团精心打磨之作— -"国酿"酒正式发布。

国酿是川酒集团倾力打造的战略核心大 单品,由中国著名白酒大师杨官菜与六位院 士领衔的超百位白酒专家技术天团共同缔 造,兼具使命高度、品质高度和文化高度。

产品产自中国酱酒"黄金核心"赤水河产 区,依托川酒集团川酱基地丰厚的原酒产储 能,取60万吨原酒之精华,由40年以上匠龄 的酿酒师傅遵循大曲坤沙古法工艺酿制而 成,在生产过程中严格坚守产区、原粮、制曲、 工艺、基酒、品质、灌装、口感八大方面"万里 挑一"的标准,开创"柔润酱香"新风味,成就 "中国酱香新高度"。

作为川酒集团战略核心大单品,国酿有着 强大的实力背书,川酒集团丰厚的产能优势、品 类优势、质量优势、技术优势、人才优势、供应链 支撑优势和大数据营销优势全面集结,为国酿 集中赋能。国酿正式发布,意味着川酒集团品牌 矩阵有了挂帅主将。作为川酒集团"1+2+N"金字 塔式品牌矩阵的旗帜产品,国酿将发挥龙头引 领作用,持续提升川酒品牌知名度,带领国优品 牌矩阵绽放全国。活动中,国酿与四川航空、中 信证券基金、华君传媒等企业达成战略合作。

忆往昔,峥嵘岁月拼搏五载;谋未来,励精 图治再上台阶。秉承"一辈子认认真真做好一 件事"的企业精神,川酒集团肩负使命,砥砺前 行,将与各界合作伙伴共建市场、共创财富、共 谋发展,共同开创属于中国白酒的新篇章!



