国内外公开发行(原《厂长经理日报》)
邮发代号:61—85
网址:WWW.NEWSSC.NET 邮箱:CJB490@SINA.COM

EXPO 2010 SHANGHAI CHINA
MOUTAI
中国2010年上海世博会唯一指定白酒

中國糖酒周刊

经理日报 THE MANAGER'S DAILY
责编:王 萍 编辑:唐 勃
版式:陈 松 校对:刘晓燕
2010年9月20日 星期一
协办:中国贵州茅台酒厂有限责任公司

热点聚焦|ReDianJuJiao

如今,中国黄酒业已经形成了"越派"(浙江绍兴等)、"海派"(上海)和"湘派"三足鼎立的发展态势。从整体数据来看,1999 年至 2009 年,中国黄酒行业的资产总额翻了 2 倍,涌现出了像古越龙山、女儿红等品牌。与此同时,黄酒的市场容量不断增加。据测算,到 2015 年,中国的黄酒市场将达到 360 万千升。黄酒俨然成为一座蕴藏无限宝藏、引人强烈占有欲的黄金富矿。

黄酒 中国酒业的下一座"金山"

由江浙沪向外省扩散,并且在北方一些地区,老的黄酒企业也恢复、扩大生产。像山东即墨吹响了重振北方黄酒的号角;福建的黄酒企业举起了发展闽派黄酒大旗;湖南的黄酒企业叫响了振兴湘派黄酒的口号;安徽也努力塑造徽派黄酒的形象……

业内人士称,中国的黄酒业目前已经形成了"越派"(浙江绍兴等)、"海派"(上海)和"湘派"三足鼎立的发展态势。从整体数据来看,1999 年至 2009 年,中国黄酒行业的资产总额翻了 2 倍,也涌现了像古越龙山、石库门、古越楼台、塔牌、女儿红等品牌。

虽然黄酒行业已然有百家争鸣之势,然而,仍未能摆脱有文化、没形象、小市场的形象。中国食品科技学会黄酒学会理事长、黄酒专家毛照显说,全国黄酒的"总体盘子"还不够大,只有 700 多家黄酒酿造企业,且绝大多数以作坊式生产为主,仅有少量的企业实现了机械化和半机械化。

赢道顾问快消品营销中心高级顾问穆峰表示,黄酒虽然是世界三大古酒之一,但在全国酒类行业总产量中仅占 5%。

"生产规模在千吨级以下的占到整个行业的 80%,万吨级以上的企业只有 20 多家。"古越龙山董事长傅建伟说。

市场容量:不断扩大,向高端升级

事实上,黄酒的市场容量却是在不断增加。据测算,到 2015 年,中国的黄酒市场将达到 360 万千升,人均黄酒消费将达到 2.66 升,相当于目前的白酒人均消费水平。

近年来,受益于经济持续增长,酿酒行业也体现出消费升级带来的结构性变化:对酒的需求从"单纯嗜好"向"营养保健"转变,高度、烈性的不良饮酒观日益为人们所摒弃,黄酒的低度、营养、保健的优势逐渐得到显现。黄酒消费者由低收入人群向高收入人群转移,由老年群体向年轻群体扩张。

专家指出,未来 10 年将迎来黄酒的第二次巅峰时刻。

目前,黄酒产业的规模效应开始体现,行业集中度开始提升,上市公司的产业整合与资产重组也为黄酒行业的发展起到了推波助澜的作用,市场集中度逐年提高。

黄酒龙头企业将触角深入到高档酒店,这也使得黄酒在产品形象提升的同时也扩大了消费群。另外,夜场等室内娱乐渠道的开发也带动了销量的增加。随着消费者对黄酒认知度的提高,品牌黄酒在夜场越来越受欢迎。

创新做强:先进工艺、品牌推广,一个不能少

作为世界三大古酒之一,市场份额仅有 5%,10 年总资产才翻了 2 番的黄酒,能否成为中国酒业下一座"金山"呢?

"只有走精品养生路线,搞创新,才能在竞争中处于优势。黄酒产业,大有可为。"胜景山河董事长姚胜说。短短几年,姚胜带领的胜景山河已经成为中西部内陆地区规模最大的黄酒企业。

创新,已经成为酿酒产业的共识。中国酿酒工业协会秘书长王琦说,"十二五"期间,我国酿酒产业将加速增长方式转变,推进产品结构调整;培育行业龙头企业,提升国际竞争力;增强民族品牌全面建设,构建产业制造基地集群。王琦说,今后几年,我国将充分发挥酿酒企业创新主体作用,改变经验性管理和经验型工艺技术指导生产的现状,致力于推动酿酒工业食品安全技术创新与成果利用。

在中国黄酒学会毛照显会长眼里,中国黄酒要发展,必须要创新,中国黄酒要走向世界,必须创新。传统黄酒口味单一,包装简单,品牌缺乏吸引力,很难与其他酒类形成竞争优势;对不同地区、不同年龄、不同收入层次消费群体的市场细分和研究不够充分。

(任 民)

延伸阅读|YanShengYueDu

黄酒之路:突破地域障碍着眼品牌建设

如今中国的酒类市场,相较白酒、啤酒等"老大哥",黄酒是个名副其实的"小兄弟"。黄酒的总销量远远不及啤酒。身为三大古酒之一的黄酒,怎么会落到这个份上呢?

究其原因,最重要的是地域障碍。长期以来,黄酒主要在江南一带流行。江浙沪等地的销量占到了全国的 80%左右。其他地区消费者对黄酒的认知度、认可度明显不够,甚至江浙沪以外的很多人不知黄酒、不识黄酒,更很少喝黄酒。

在北方某城市,我们随机访问了一些居民,很多人表示平时对黄酒接触较少,遇到宴会等高档场合会选择知名的白酒品牌。有知道黄酒的居民觉得,喝酒就是需要豪爽、大气,黄酒过于柔和了,他们更喜欢烈性的白酒。而年轻居民则认为,喝啤酒才叫爽快。

在品牌建设上,黄酒业也有待下更大功夫。黄酒企业应通过行业合力,塑造黄酒大旗,把品牌打造放在重要位置。因为,即使是像古越龙山这样的黄酒知名品牌,和五粮液相比,两者的品牌价值仍十分悬殊。

如何让更多的其他酒饮群体改喝黄酒,是每个黄酒企业都在思考的问题。如果白酒消费者能转而成为黄酒消费群体,那黄酒的市场自然会扩大。这就需要展开大量的营销,改变传统黄酒营销投入少,投向集中,缺乏差异的特点,只有引导市场,引导消费者,使消费者增强对黄酒的认识,体会黄酒文化的含义,黄酒市场的潜力才能被挖掘出来——黄酒发展之路就在脚下!

(华夏九)

中国酿酒工业协会 9 月 9 日透露,今年 1—7 月,我国酿酒行业完成工业总产值 2841 亿元,工业销售产值达 2780 亿元,同比增长均保持 24%左右,产销率达 97.8%,保持了较高水平。其中,作为世界三大古酒之一的黄酒,与白酒、红酒、葡萄酒相比,市场份额占比很小。然而,正是这种差距,许多业内人士认为,黄酒的"蓝海"市场非常巨大。

而湖南胜景山河生物科技发展有限公司董事长姚胜坚信,黄酒将成为中国酒业下一座"金山"。

市场形象:有文化、没形象、小市场

以前,一提到中国黄酒一般会想到江浙绍兴酒,而如今,黄酒生产逐渐

双雄涨价 价值回归

绍兴黄酒企业举双手赞成

"两家拥有定价权的企业都已提价,下半年我们肯定也要提价。"9 月 15 日,绍兴唐宋酒业有关负责人在接受记者采访时说,"对于广大黄酒企业来说:这是个好消息。"在中秋来临之际,绍兴黄酒两大龙头企业古越龙山和会稽山绍兴黄酒两大龙头企业几乎在同一时间表态,将对部分黄酒品种提价 10%左右,而就在一个月前,会稽山等已对部分黄酒进行提价。有关人士认为,黄酒大面积提价,意味着绍兴黄酒开始走上价值回归之路。

据绍兴晚报报道,之前对于黄酒涨价,很少有过一致的步调。这一次,绍兴两大黄酒龙头企业几乎于同一时间决定上调中高档绍兴酒价格,让绍兴众多黄酒生产企业一阵欢呼。"我们一直呼吁涨价,但之前拥有定价权的龙头企业步调不一致,我们也不敢抢先涨价,即使涨价市场也不答应"。

那么,这次古越龙山、会稽山两大企业提价,是否有跟风目前风生水起的白酒涨价之嫌?业内人士认为,黄酒自 1997 年以来提价次数并不多。黄酒价格无法正常体现其应有的价值,一直是黄酒业难以承受之痛。据悉,2009 年绍兴全市黄酒产量 52 万千升,销售收入 39.8 亿元,利税 5.8 亿元,利润 3.7 亿元,整个产业的效益尚不及一家饮料酒企业。现在提价,既是被各种生产成本上涨所逼,也是黄酒价值回归的迫切要求。

这次黄酒大面积提价约 10%,是否会对现有市场销量产生影响?会稽山销售副总俞关松认为提价对销量不太会有影响。"提价本身是对黄酒价值的一种认可。这几年,随着推介力度的增大,消费者对黄酒的认知越来越多。因此从某种程度上说,消费者可能会存在买涨不买跌的心理。"俞关松说,像 8 月份那次提价,不但没有影响销量,当月销售额反而增加了。

"绍兴黄酒不是酒不好,而是价格实在太低,有时候拿不出手,感觉面子上过不去。"一些消费者在接受采访时认为,这次黄酒涨价处于一个合理的价位,在消费者可以接受的范围之内,应该对销量不会有很大的影响。

(张兴刚)

绿 A 天然螺旋藻基地

全透明公开生产过程,让消费者"眼见为实"

绿 A 亮底牌 邀千人参观基地

□ 本报记者 何沙洲

近几年,国内出现了螺旋藻热,也导致了市场的"品牌之乱",诸多螺旋藻产品的原料并非 100%的螺旋藻粉,损害了消费者的健康,也扰乱了市场。

作为一种拥有 35 亿年历史的生物体,螺旋藻有着重要的药用和保健价值。世界只有 3 个湖泊适合天然螺旋藻生长,中国唯一适合的是丽江市辖区群山之中的程海湖。目前程海湖畔现有 5 家螺旋藻企业建有基地,养育面积约 1300 亩。其中规模最大、科技含量最高、品牌知名度最高的是云南绿 A 生物工程有限公司,其主导下的丽江螺旋藻品牌占全国市场的 70%份额,是市场公认的第一品牌。

面对国内螺旋藻市场的鱼龙混杂,作为领头企业,绿 A 在推动行业健康发展上作出了重要贡献。今年 4 月, 绿 A 公司与丽江市政府签署协议,通过政企合作方式制订实施程海湖长远保护方案,同时承担对同类中小企业的整合与并购;绿 A 将把自己拥有的高质量标准,整合到当地所有螺旋藻企业的生产、加工和保鲜等多个环节,整体提升程海湖螺旋藻的整体质量。届时,绿 A 将成为中国唯一天然螺旋藻生产基地程海的主导品牌。

同时,借与丽江市政府签约整合程海湖螺旋藻产业之机,绿 A 向螺旋藻行业发表自己的诚信宣言:"……实行严格的产品质量监控、温馨周到的售后服务,自愿接受消费者、社会大众和媒体的监督。以公民健康为己任,通过高品质的螺旋藻产品,传播营养饮食与健康养生的理念。"并且率先严格遵守,为行业长远发展和广大消费者负责。

针对中国保健品行业极少有企业公开自己的生产秘密,给广大消费者以"躲猫猫"的不透明之感。绿 A 又主动亮出底牌,自今年的 9 月初至 10 月初,在全国陆续邀请千名消费者,探源中国天然螺旋藻的故乡——丽江程海湖绿 A 基地,全透明公开生产过程,让消费者"眼见为实"。

绿 A 因拥有得天独厚的程海天然湖泊生长环境、瞬间非高温脱水工艺和最严格的质量标准,其丰富的有效成分和在有害物质的严控方面,都处于行业领先水平。

业内人士表示,绿 A 此举是一种让健康产品走向透明的最佳方法,可作为行业示范。

酒海探秘|JiuHaiTanMi

中秋最适宜喝什么酒?

黄酒或为首选

中秋佳节将至,如果一定要推举最适合中国人的美酒,那么我认为当属黄酒。黄酒为酿造酒,不仅是世界上最古老的酒类之一,也是我国的民族特产。我国黄酒的酿酒技术独树一帜,成为东方酿造界的典型代表和楷模。与啤酒、葡萄酒并称世界三大古酒。

黄酒酿造技术堪称天下一绝,集甜、酸、苦、辛、鲜、涩六味于一体,令人叹为观止。黄酒兼备协调、醇正、柔和、幽雅、爽口的综合风格,是祖国宝贵的科学文化遗产。因黄酒是中国最古老的独有酒种,堪称酒中之祖,酒中之王,被誉"国粹"是当之无愧的。

黄酒有什么营养功效?

1、含有丰富氨基酸。黄酒中的氨基酸达 21 种之多,人体必需的 8 种氨基酸都在其中。黄酒中的蛋白质含量为酒中之最,每升绍兴加饭酒的蛋白质含量达 16g ,是啤酒的 4 倍。黄酒中的蛋白质多以肽和氨基酸的形态存在,易被人体吸收。

2、易于消化。黄酒享有"液体蛋糕"的美誉,含有许多易被人体消化的营养物质,如糊精、麦芽糖、葡萄糖等。这些成分使黄酒成为营养价值极高的低酒精度的健康饮品。

3、保护心脏。黄酒内含多种矿物质。如每 100 毫升含镁量为 20 ~ 30 毫克,比白葡萄酒高 10 倍,比红葡萄酒高 5 倍;每 100 毫升含硒量为 1 ~ 1.2 微克,比白葡萄酒高约 20 倍,比红葡萄酒高约 12 倍。这些微量营养素均有防止血压升高和血栓形成的作用。

4、含有丰富的功能性低聚糖。这些低聚糖是在酿造过程中,物料经微生物酶的作用而产生的,可改善肠道功能、促进人体健康。

5、促进食欲。锌是能量代谢及蛋白质合成的重要成分,因黄酒中含有一定量的锌,饮用黄酒有促进食欲的作用。

6、舒筋活血。黄酒气味苦、甘、辛。适量常饮有助于血液循环,可促进新陈代谢。

7、美容养颜。黄酒是 B 族维生素的良好来源,维生素 B1、B2、尼克酸、维生素 E 都很丰富,长期适量饮用有利于美容养颜。

怎样饮黄酒有益身体健康?

黄酒的最佳品尝温度在 38℃左右。温饮是黄酒的传统饮法,尤其在秋冬季节,盛行温饮。温饮的显著特点是酒香浓郁,酒味柔和。但加热时间不宜过久,否则酒精挥发,反而失去醇香、寡然无味。

黄酒烫热后再喝,还有一个原因,是黄酒中含有极微量的甲醇、醛、醚类等有机化合物,对人体有一定的不良影响。不过醛、醚等有机物的沸点较低,一般在 20 ~ 35 度左右,甲醇约在 65 度,如果将黄酒隔水烫到 70 度左右,其中所含的甲醇、醛、醚类这些极微量的有机物,在烫热的过程中,随着温度升高而挥发掉,同时,黄酒中所含的脂类芳香物随温度升高而蒸腾,而使酒味更加甘爽醇厚,芬芳浓郁。因此,黄酒烫热之后喝是有利健康的,如果在黄酒中加入姜丝或者话梅,会使酒液更醇美,营养效果也更好。

(新 华)