

白酒业进入调整时代 价格向市场回归

早在2月19日,茅台、五粮液两企业就已经分别收到国家发改委方面关于因价格垄断而罚款的告知书,此后两企业所在地的主管部门分别发布了处罚决定。业内人士纷纷表示,高端白酒价格应回归市场,同时“政策寒流”也给地方名优白酒提供了发展机会。

处罚标志着酒业进入调整通道

据记者了解,早在2月19日,茅台、五粮液两企业就已经分别收到国家发改委方面关于因价格垄断而罚款的告知书,此后两企业所在地的主管部门分别发布了处罚决定。消息曝出后,贵州茅台股票和五粮液股票在此后的三日内市值蒸发约146亿元,其中茅台市值蒸发103亿元,五粮液市值蒸发43亿元。

对于这张巨额罚单,美国世强律师事务所负责贸易及反垄断的合伙人埃默森评述说:“通过几年的积累,中国发改委执法更为自信,在未来数月,发改委可能会开出更多的罚单。”

而一位不愿意透露姓名的接近发改委的消息人士表示,发改委关注白酒行业从2011年开始,2012年因涨价问题已经约谈多家企业。此次处罚十分谨慎,原来的处罚名单上并不仅仅是茅台、五粮液两家,还有多家企业,但最后只处罚了两家企业,说明处罚很慎重。

市场变必然带动营销方式变

白酒行业专家铁犁分析指出:“2012年,五粮液和茅台经销商库存加起来至少要新增46000吨左右。在此情况下,降价销售已成必然。业内人士认为,高端白酒价格应回归市场,同时“政策寒流”也给地方名优白酒发展的机会,当下白酒消费环境正在发生重大转变,如公务消费市场在向富人消费市场引导,以群体性消费向个人喜好性消费转变。

据了解,改革开放以来白酒已经历过1988年到1992年和1998年到2003年两次深度调整期,预计第三次深度调整已经开始,行业整体将直面去行政化、去权力化和更加市场化,因此,酒企必须转变经营思路,回到社会化营销的大潮中来,调整产品结构,从单纯的追求产量回归到保证酒水质量的轨道上来;在营销渠道上,将不再单纯依靠团购,而是通过网络、专卖店等多渠道营销;以浓厚的酒文化内涵吸引消费者的更多关注。

政策效应能持续多久

如同中国悠久的历史一样,中国的酒文化也源远流长,而文化的力量是强大的。看似将白酒业逼入拐点的限制“公款消费”及“禁酒令”等政策短期内杀伤力极大,但也如此前被屡屡验证的“运动式”执法一样,如果上述政策缺乏制度性的监管保证,长期影响效果应有有限。

说到底,行业内问题难以撼动白酒业的发展根基,政策限制的结果却立竿见影,那么政策效应能持续多久?然而无论持续多久,调整是必然的,这是无法违扭的宏观经济要求。

(编者整理)

白酒(原酒)将推出标准酒样

3月10日,中国白酒产品交易中心披露,2013中国白酒设计与品鉴交流会暨泸州·中国白酒商品批发价格指数推介仪式将于3月24日、25日在泸州市四川中国白酒产品交易中心举行。届时,数百位国内知名的白酒专家和各大知名白酒企业的酒体设计技术负责人将云集酒城,利用自己在酒体设计与品鉴方面丰富的实践经验,对于目前白酒行业酒体设计技术进行研讨,共商白酒酒体设计技术发展的新趋势。

“推出白酒(原酒)标准酒样应该说是最受业内关注的。”据了解,推出白酒(原酒)标准酒样将是本次活动的最主要的内容之一。据泸州某酒业集团有限公司负责人杨小平介绍,从食品安全角度来看,白酒(原酒)标准酒样的推出有利于规范原酒生产,提升产品质量,消费者可以拿标准酒样来对比,进而提升整个市场的诚信发展。此外,还有利于白酒(原酒)价格体系形成,从而改变白酒(原酒)无序竞争状态。

据悉,此次活动当中,将对泸州·中国白酒商品批发价格指数进行展示和推介。指数将方便政府和行业主管部门及时了解白酒商品批发动态,为制定相关行业政策和发展规划提供依据。除了为政府提供决策提供参考,杨小平认为,指数将为产销企业提供及时准确的行情信息,帮助酒类企业准确把握行业发展趋势,合理制定生产计划和确定白酒商品价格定位,同时帮助酒类经销企业择优选择经营品种,准确把握进货时机,保持合理库存。

(国成)

Liquor Triangle

白酒金三角

黄永毅:中国白酒业的创新者



■ 本报记者 张建忠 樊瑛

贵州天朝上品酒业运营管理有限公司董事长黄永毅,安徽芜湖人,他秉承了徽商许多经典特征和现代企业家的儒商气质:温和、稳健、自信、成熟、敏锐、刚毅。他是2008年贵州省奥运火炬手,获得“贵阳市十大杰出青年”、全国工商联、全国总工会评选的“全国关爱员工优秀民营企业”、“贵州省优秀特色社会主义建设者”等称号。为了把握中国白酒业的市场规律,找准突破口和切入点,从2008年起,黄永毅旗下“天宇企业”与贵州茅台酒厂集团技术开发有限公司合作,特制柔和酱香型白酒,在全国22个省展开深入的市场调研。于是,黄永毅踏上了中国白酒业的创新征程。

三大创新赢得广阔市场

黄永毅首先实施产品创新。他基于市

场调研的结论,建议茅台酒厂集团技术开发公司研究完全自主知识产权的柔和酱香型“天朝上品”系列产品,一举获得茅台集团的高度认同和支持,成功开发出柔雅浓香型“天天下乐”系列产品,“中华国礼”、“中华商务酒”等辅助系列产品,形成了四大系列,二十款产品的品牌及产品阵营。

第二步实施运营模式创新。经茅台酒厂集团技术开发公司的授权,创办“贵州天朝上品酒业运营管理有限公司”,开创了同“母公司”全新的合作模式。“茅台集团”暨“技开公司”全面负责品牌知识产权保护,产品生产,产品品质控制,维权打假等工作,“天朝上品运营公司”则全权承担国内外市场的品牌推广、市场营销、网络建设、运营管理等售后服务等工作。

第三步实施商业模式创新。首创中国白酒业“4S”店,彻底改变中国白酒业层层加价的商业模式。通过网络信息管理、区域定点专营、体验式服务、远程教育培训、直接为

丰谷酒业销售首破30亿

生物进化论奠基人达尔文曾说:“不是最强的物种能生存下来,也不是最聪明的,而是最能适应变化的。”面对2012年竞争激烈的白酒市场,丰谷酒业精准产品定位,强势发力,一路逆势飘红,全年实现销售收入30.02亿元,同比增长27%,连续第十一年实现高增长,成为川酒中最大的“黑马”。

岁末年初,又闻捷报。记者从日前丰谷酒业召开的2012年度经营工作分析会上获悉,去年丰谷成功突破年初预定经营目标,销售首破30亿元,再创历史新高。其中以低醉酒度丰谷酒王为主的高端产品贡献了12.86亿元,同比增长34.24%,成为丰谷发展增长最快、最稳定的战略产品之一。低醉酒度的创造力成为丰谷保持“十一连增”的正能量。

中国白酒在历经10年爆发式增长后,受宏观经济发展放缓、黑天鹅事件、限三公消费和军十条政策等因素影响,以2012年为转折点,开始从高增长向缓慢增长,从行业整体增长向酒企间彼此挤压增长的“寒冬”转向。在这样的非常时期,丰谷能以超越行业的平均发展水平,高位求进,保持住稳健、强劲的发展势头,无疑分外引人注目。

动力来自哪里

在丰谷酒业总经理张军的心中,丰谷的

持续发展源于“适应”二字——低醉产品适应了消费市场需求;渠道战略合作适应了经销商稳健、长远发展需要;“一个主题,三驾马车”适应了公司的战略发展目标。

去年,在“一个主题,三驾马车”战略下,丰谷坚持深耕渠道,创新战略合作模式,成功实现了年度经营目标。以加快推行两个调整,创新双强模式,强化两个增长,着力使产品和服务适应消费市场需求;以扩大产能,构建丰谷发展动力平台;以争创质量卓越绩效管理企业,深入推行低醉酒度的研发和应用,提升产品品质,完美驾驭了首驾马车“生产系统”。在渠道系统上,创建丰谷商会,与经销商签署战略合作协议,变革渠道系统,深耕省内重点市场,拓展、规范省外区市场,强化了企业与商家间的资源合力,为百亿目标实现创建了畅通渠道。2012年,丰谷将文化品牌传播提到一个历史高度,在创品类、塑模式、打造川酒新标标的策略下,重新定位品牌,创新品牌传播方式,提升丰谷文化品牌内涵,在企业经营的核心层面上架起通向成功的快车道。

绵阳市委书记罗强在获知丰谷2012年经营业绩再创新高时,也在第一时间表示热烈祝贺,并鼓励丰谷要立足发展,夯实基础,做强品牌,再接再厉,为早日实现百亿目标而努力。

白酒业增长今年要看真功夫

全省白酒主营业务收入1730亿元,利润总额268亿元,同比分别增长23.0%和42.8%。

好消息背后,仍有隐忧。西南财大副校长、四川中国白酒金三角发展研究院副院长尹庆双认为,“去年的白酒塑化剂风波给白酒行业敲响了警钟,白酒业已经成为高风险产业,其发展的外部环境已经发生变化,白酒企业必须正视这种变化,主动应对社会更加挑剔的眼光。”“今年是白酒看功夫的年代。”泸州老窖集团董事长谢明的观点成

酒百科

白酒的工艺术语。也称复蒸增香法。是提高液态法白酒风味质量的主要方法,也是以食用酒精或白酒经香醅料层再次蒸馏生产白酒的方法。

其方法为:将酒基放入甬桶的底锅内,加热使酒蒸汽穿过甬桶上装酒的固态发酵香醅或酒醅料层进行蒸馏,蒸出的酒中就携带出香醅或酒醅中含有的白酒香味成分,使液态法白酒或质次的酒具有固态法白酒的风味。

串香法的具体操作步骤多种多样,有的

消费者提供网上、网下、送货上门,“一对一”贴心服务,使白酒消费者获得廉优白酒消费体验。

黄永毅还对白酒产业的多个环节进行了改革和创新。他首创的中国白酒“4S”店商业模式不胫而走,各地经销商纷纷要求加盟,经过茅台酒厂集团技术开发公司的批准,首批108家“天朝上品”、“天天下乐”白酒体验店在全国正式挂牌经营。新产品还未面市,就已经实现了5000余万元的销售,创造了中国白酒业的新现象。

黄永毅下一个发展目标——10年内销售额达到100亿元人民币;贵州天朝上品酒业运营公司进入中国白酒业前10强!

“天朝上品”迎着市场风浪扬帆启航

自2011年3月6日以来,天朝上品这艘联合舰队在黄永毅的带领下,迎着市场经济的风浪扬帆起航。2012年是黄永毅的丰收年。

2012年3月4日-7日,12国驻华使者和来自世界各地的尊贵嘉宾走进茅台集团,走进天朝上品。天朝上品与中非国家贸易促进会、贵州大学食品科学工程研究中心、中小企业贵州网络为战略合作伙伴。

3月15日,天朝上品获得由中国中轻产品质量保障中心颁发的“中国知名品牌”荣誉。

3月26日,在第86届糖酒商品交易会上,天朝上品系列产品作为茅台酒厂集团参加本次会展主打产品,获得了参展商的青睐和好评。黄永毅接受央视采访,央视经济频道对“天朝上品现象”进行了系列报道。

5月27日,在北京人民大会堂召开的“第八届中国企业竞争力年会”上,天朝上品获“中国白酒行业最具竞争力品牌企业”殊荣,并作为大会唯一指定用酒。与此同时,黄永毅获得“中国白酒行业十大诚信企业家”称



总经理张军与获得2012年度总经理特别金奖的赵凤翔合影。

“品类独占”的雄心

如果说丰谷2012年实现增长是技术营销向文化营销的成功延伸,并发挥了双核驱动作用,那么实现品类独占,走差异化战略将是丰谷未来拓宽市场,独创低醉型品类,实现快速发展的提前背书。

据悉,自2010年丰谷以人人为本在业界首创低醉酒度科研成果以来,一改中国这一最大传统产业的发展方向,开启了中国白酒适应人体健康需求的先河。优先植入低醉酒

号。

8月8日,在第六届中国品牌节上,天朝上品荣获“2012年品牌中国金谱奖”、“2012年品牌中国华谱奖”、品牌中国大奖——“最佳技术创新奖”,“第六届中国品牌节战略支持单位”称号、“品牌中国示范基地”称号,并作为第六届中国品牌节指定用酒。

11月16日,天朝上品与云南中序投资公司联手,在昆明举行“千里骑行献爱心、天朝上品来接力”慈善拍卖活动和新闻发布会。天朝上品“贵妃”酒拍卖所得和现场募捐的近15万元善款,全部用于地震灾区彝良县3所小学重建工程。

11月18日,天朝上品在人民大会堂新闻发布厅荣获“金典奖——全国商贸流通服务业诚信品牌”。“作为第三届全国服务公众满意度专项调研揭晓新闻发布会盛典友情支持单位。

12月18日,“2012品牌中国行业年度人物”颁奖盛典在北京国际饭店隆重举行,黄永毅荣获“2012品牌中国(白酒行业)年度人物”,总监江贻灿获得“2012品牌中国(白酒行业)十大品牌专家。”

12月22日,天朝上品为“第十届中国企业信用年会暨2012中国诚信品牌建设峰会”协办单位,被授予“中国年度诚信企业”、“中国年度诚信品牌”殊荣。黄永毅获得“中国信用建设诚信楷模”、“中国年度诚信企业家”、“中国年度信用建设杰出人物”称号。

12月25日,黄永毅在贵州茅台酒厂集团技术开发公司成立20周年庆典活动上,荣获杰出贡献奖。

在获奖会上,黄永毅告诉记者,2013年度,天朝上品将本着“调整、巩固、创新、提高”的发展思路,发扬“诚信、恭谦、敬业”的企业精神,内强素质,外树形象,再接再厉,决战决胜,从天朝上品的质量、品牌、文化、诚信建设四个方面努力奋斗,再创天朝上品新的辉煌!

(任毅)

度科研成果的丰谷酒王,在近三年来市场表现更加完美,以年均43%的市场增速,深受消费者的青睐,市场销售总额已突破三年前的四倍。

与此同时,低醉酒度不仅为丰谷市场带来了高增长、高效益,也为其上下游产业链带来了巨大的经济效益。低醉酒度所创造的正能量正在以丰谷为试点,在中国白酒产业集群升温中体现其巨大的价值,为中国白酒实现中国制造、世界消费创造更有利的条件。

(任毅)

选择。如何留住这支主力军,市场的风向变化让川酒企业已经坐不住了。“功夫”不仅看单个企业,更要看整体合力。“抱团发展”成为论坛上与会者使用最多的词语。不少代表认为,打造“中国白酒金三角”,要从全球市场的高度,打造核心竞争力,以“中国制造”、“中国白酒”的姿态,实现抱团出海,走出国门、走向世界。“白酒金三角企业要构建共同的核心价值体系,共同推进产业发展。”

剑南春集团公司质量部部长田锋说。

(四川日报)

串香法

与麸曲白酒生产相结合,即酒醅装甑后,将酒精放入底甬内,加热后通过蒸汽进行培养;有的用白酒甬先制备好由生香酵母培养的香醅,再装甬串香。按照串香所用物料及使用方式的不同,串香法又可分为以下五种。

- 1、丢糟串香:直接利用大曲酒或小曲酒的丢糟进行串香。
- 2、香醅串香:利用专门酿制的香醅与液态法白酒复蒸串香。
- 3、发酵酒醅串香:利用生产优质酒的发

酵酒醅进行串香,此法的白酒质量甚佳,接近优质酒的风味。

4、浸蒸法串香:将香醅与酒基混合浸渍,然后复蒸取酒,此法香醅用量较少,浸渍时间稍长为好。

5、串浸结合法串香:将一部分香醅和酒基混合后入锅底内浸香,另一部分香醅装入甬桶内串香蒸酒,或者分别进行串香、浸蒸,蒸酒后再根据酒质特点按一定比例勾兑为成品。

(李国政整理)