

茶酒文化

酒与政经及诗书画

化解诚信危机 调整产品结构 把好扩能节奏

第二届中国白酒领袖峰会在南京召开

中国酒业协会拟推“中国白酒 3C 计划”

■ 本报记者 李国政 黄戎

由中国酒业协会组织的“第二届中国白酒领袖峰会”于2013年6月26日在江苏南京召开。著名经济学家、国务院参事、特约研究员姚景源到会并分析了我国当前宏观经济形势和白酒行业面临的发展机遇,国务院发展研究中心市场经济研究所所长、研究员任兴洲介绍了今年上半年对白酒行业的调研情况,中国酒业协会理事长兼白酒分会理事长王延才围绕“品质诚实、服务诚心、产业诚信”做了主题发言,宜宾五粮液集团有限公司董事长唐桥、泸州老窖股份有限公司董事会主席谢明、贵州茅台酒(集团)有限公司董事长袁仁国、山西杏花村汾酒集团董事长李秋喜、江苏洋河酒厂股份有限公司董事长张雨柏分别就行业当前发展形势和企业经营情况进行了发言交流,并对协会下一步的工作提出建议。

姚景源分析指出,“稳增长、调结构”是当前我国经济工作以及各行各业的重要任务,其关键在于扩大内需、刺激消费,有效应对国际金融危机所带来的长期影响。姚景源认为,土地、能源、原料、环保等各项生产成本不断上涨,进一步加剧了企业的经营压力,这些新增的成本压力难以转移到产品身上,必须通过技术进步、提高劳动生产率来加以缓解,这对企业自主创新能力的提出了新的要求;此外,金融领域存在一定风险,以及行业增长受环境、资源等因素的制约更加明显,同样是导致经济运行趋势下行的重要因素。

姚景源表示,在今后比较长的时间里,国内经济发展都将处于世界金融危机的深度影响中,必须把这种下行压力转化为调整结构、转变方式的动力,加强消费与投资的拉动作用,切实提高公众消费能力和消费信心,才能逐步实现社会的健康发展。具体到白酒行业,应该充分发挥其文化优势,不断促进酒类消费文化行为的发展,体现白酒行业独特的文化价值,以民生为导向,强化领袖企业的竞争优势,提高行业集中度,引导行业步入新的发展阶段。

任兴洲首先介绍了今年上半年国务院发展研究中心市场经济研究所对白酒行业的调研情况,指出白酒行业在促进地方经济发展、解决劳动就业以及农民增收等方面发挥了十分重要的作用,而且白酒领袖企业的品牌形象深入人心,文化影响力根深蒂固,应该公允、客观地评价白酒行业的社会贡献和发展意义。

任兴洲认为,导致当前白酒行业剧烈调整的原因,首先是由于国内整体经济运行趋势下行所带来的外部压力;此外,白酒产品长期存在的供需矛盾,无法满足广大消费者对白酒产品的实际需求;白酒行业产销能力参差不齐,小企业占行业总数较大,但销售额和利润水平较低,损耗了大量行业资源,使行业竞争环境更加恶化;白酒行业流通领域存在不平衡的情况,库存压力较大而营销疲软;白酒行业还需要进一步完善监管体系,强化行业监督管理工作的效能,公开、透明地接受消费者监督。

任兴洲表示,白酒行业接下来将由高速增长转变为平稳发展或中速发展,随着政府宏观政策调控和市场作用的影响,白酒消费动力将得到进一步合理释放。此外,任兴洲认为白酒行业的整合速度将进一步加快,面临一场新的整合洗牌。

任兴洲认为,白酒行业需要通过以下



几个方面的转变调整来尽快适应新的发展形势,一是合理掌控产能扩建工作的节奏和步骤,提升名优酒品牌的市场占有率以及行业资源利用率;二是合理调整白酒产品结构,增加优质的中低档白酒产品比例,切实满足市场实际需求;三是加强品牌创新工作的力度,更好地迎合现代消费者的欣赏品位;四是加大对健康饮酒、文明饮酒的宣传力度,引导消费者对白酒的客观认识,不断树立白酒行业的健康形象。

王延才理事长首先介绍了“第二届中国白酒领袖峰会”的举办背景和意义,旨在充分发挥领袖企业的表率带动作用,达成一致,发挥合力,构建和谐的公众关系,树立良好的行业形象,营造有利的舆论氛围,扭转当前白酒行业的不利局面,加快白酒产业结构调整,有效适应白酒消费需求。

随后王延才理事长从“品质诚实、服务诚心、产业诚信”等三个方面具体分析了白酒行业推进诚信建设的必要性:白酒发展应该坚持品质诚实,以质量为主导,争取更多公众对白酒品质诚实的关注和信任,尽快从源头上解决白酒行业的诚信危机;白酒行业要密切关注消费者,诚心服务,为消费者提供诚信的、高品质、高品位的服务;白酒行业还要通过科技进步和管理进步,建立具体可行、公开透明的质量评价体系,以及完善中国白酒质量检测项目,升级白酒检测标准和手段,推进诚信管理体系建设,正确应对行业突发事件等,尽快树立产业诚信的和谐形象。

王延才理事长表示,希望借助“中国白酒领袖峰会”的举办,进一步发挥行业领袖和榜样的力量,引领中国白酒产业诚信建设,共同担当产业发展重任。中国白酒领袖企业之间的团结,是行业发展最强大的动力,领袖企业可以通过协会平台,通过理事长办公会议有效沟通,取得共识,求大同,存小异,切实解决行业当前所面临的实际问题,真正促成白酒行业的和谐、持续健康发展。

宋书玉秘书长介绍了中国酒业协会近期围绕“品质诚实、服务诚心、产业诚信”准备开展的“中国白酒 3C 计划”。中国白酒 3C 计划包括:品质诚实—科学技术研究计划;服务诚心—白酒科普宣传计划;产业诚信—白酒行业诚信管理体系建设以及白酒行业准入、标准修订计划。

品质诚实—科学技术研究计划包括:中国白酒品质鉴别技术的研究,核心是如何鉴别传统白酒中添加食用酒精和添加剂技术,以及中国白酒品质提升技术和中国白酒品质安全技术的研发。

服务诚心—中国白酒科普宣传计划核心是按照国务院食安办要求白酒行业要加大科普宣传,已经由中国酒业协会制作完成了 10 集《酒与文化》电视专题片。正在编辑 20 期《中国白酒文化—健康饮酒科普宣传册》。第一期已经出版,由国务院组织在全国各省市城市举行的国家食品安全周宣传活动正在投放,受到消费者高度好评。下一步计划通过媒体投放,免费赠送全行业会员企业、酒展会、糖酒会等形式广泛传播。

产业诚信—白酒行业诚信管理体系建设以及白酒行业准入、标准修订计划重点是按照工业和信息化部要求,白酒行业今年要进行白酒行业诚信体系建设工作。白酒行业诚信管理体系实施指南的编写工作已经开展。通过诚信体系标准的设立,将诚信管理体系认证和提升行业门槛的重要作用切实发挥出来。年份酒已经成为消费者和媒体关注热点,计划在中国白酒 169 计划研究成果基础上,研究年份酒准入标准,通过年份酒准入规范年份酒生产和管理。通过白酒标准的系列修订工作将中国白酒与配制酒进行科学划分,巩固和树立中国白酒在世界蒸馏酒中的特殊地位,便于消费者认知,保护中国白酒健康、持久发展。鼓励配制酒技术创新,开发丰富多彩的配制酒产品,满足消费者多样化需求。

中国白酒 3C 计划采取协会组织、工信部、国家食药总局支持,名酒企业、

科研院所参与的新型模式开展项目研究,共同出资、共同参与,成果共享。通过中国白酒 3C 计划的不断推进,必将使白酒产业的诚信形象焕然一新。大大推动中国白酒这一民族产业健康、持续发展。

唐桥董事长表示,白酒行业必须积极适应国家政策的调控,把握整体经济发展的大形势,调整自身发展理念和发展模式,不断回归理性、回归本质、回归品质,回归性价比。唐桥董事长还提出,白酒行业的深度整合需要发挥政策和市场“两只手”的共同作用,一方面借鉴国际上先进的生产资料管理模式,依托于产量规模、窖池数量、生态管理、食品安全保障措施、循环经济等各个方面的认证管理,形成科学合理的淘汰机制,提高白酒行业准入门槛,使行业资源不断向名优企业集中;同时发挥市场的调节作用,以品牌资源、市场资源为杠杆,实现白酒企业间的联合互动,资源要素。唐桥董事长认为,白酒行业有必要大力推进建设诚信标准体系,特别是通过协会领导,各个领袖企业之间通力合作,建立产品品质、风味的鉴评体系,科学制定白酒质量安全标准,并规范强化白酒企业的自身管理,以法制为基础建立白酒行业诚信数据库。

谢明主席提出,白酒行业正面临着严峻的发展挑战,但同时也是前所未有的机遇期,基于中国老百姓对白酒的喜爱,以及白酒具备物质和精神产品双重属性这两点基本优势,中国白酒仍具有广阔发展前景,关键在于如何将白酒企业层面的诉求,升华为中国白酒的行业性诉求,把消费文化、品牌文化和企业文化上升为中国白酒文化,使白酒成为中华民族传统工艺、中国软实力走向全球的重要载体。

袁仁国董事长深入分析了当前白酒行业所面临的挑战,结合企业自身实际,就白酒行业的发展提出了许多建设性的意见:白酒行业要坚定信心,携手共渡

行业难关;要诚信为本,重塑行业的价值观;要以文化为魂,强化中国白酒归属感;要围绕需求,强化超值服务理念;要加强自律,强化行业约束能力;要不断创新,持续改进,追求卓越。白酒行业要更加注重市场规律,不断提高劳动生产率,不断增强企业发展活力,不断贴近消费者需求,推进思路转型和营销转型,扎扎实实,俯下身,围绕消费者需求,大力推进服务型营销,强化“顾客心动,我们行动”的服务理念,加强行业规范和自律,凝聚共同力量,保障行业健康稳定。袁仁国董事长认为,面对危机,白酒行业既要有自省的精神,也要有自信的态度,既有君子之争,又有君子之道。白酒领袖企业不仅要“独善其身”,更要身体力行做表率,引领白酒行业诚信建设,共同担当白酒行业发展重任,推动白酒行业健康发展。只要坚定信心,同舟共济,顽强拼搏,抱团发展,白酒行业就一定能够走出目前的困境,白酒这中华民族传统产业的明天一定会更加辉煌。

李秋喜董事长表示,白酒行业要尽快解决标准化的问题,从产品标准延伸到原粮、酒曲、生产工艺、包装材料等各个环节的科学标准,为中国白酒国际化发挥应有的技术支撑。白酒行业还需要提升社会透明度,引导消费者对白酒的客观、正确认识。李秋喜董事长对协会关于年份酒等白酒标准的制定,以及文化推广工作给予了很高的评价和期待,希望借此推动中国白酒走向国际,促进白酒价值体系的回归与重建。

张雨柏董事长认为,白酒行业今后的和谐发展,需要加强科学和普及两个方面的工作,下大力气解决科学认知白酒的问题,并及时将科技成果向消费者进行普及推广,而这需要协会充分发挥组织、引导作用。白酒行业发展必须与时代同步,在行业内部要相信科学、依靠科学,使整个行业趋利避害,对于外部市场,要不断推动科普工作,在引导消费者健康饮酒的基础上,倡导文明、理性的生活方式和价值主张,树立中国白酒的和谐形象。张雨柏希望通过协会组织对白酒文化的推广,使白酒真正成为社会共同认可的文明名片,由此提升市场消费需求,营造行业发展的良好环境。

会上,与会代表一致同意并通过了“中国白酒 3C 计划”的实施内容,同时对协会下一步工作提出了意见和建议,期待通过“中国白酒 3C 计划”等一系列工作,促进中国白酒产业平稳过渡调整期,尽快回归健康、持续发展的正常轨道。最后,代表们希望“中国白酒领袖峰会”以例行会议的形式每年定期召开,为增进行业合作,更好地发挥龙头企业引领作用搭建长期平台。

参加本次会议的还有中国酒业协会白酒分会副理事长赵建华、江苏洋河酒厂股份有限公司总裁王守兵、江苏洋河酒厂股份有限公司副总裁周新虎、山西杏花村汾酒集团有限公司销售副总常建伟、泸州老窖股份有限公司总工程师沈才洪、江苏洋河酒厂股份有限公司战略研究中心总监朱伟、贵州茅台酒股份有限公司战略管理部部长吴德望、宜宾五粮液集团有限公司战略发展部副部长蒋佳等。会议由中国酒业协会副秘书长兼白酒分会秘书长宋书玉主持。

在中国几千年的文明史中,酒几乎渗透到了社会生活的方方面面。古代中国以农业立国,因此一切政治、经济活动都以农业发展为立足点。中国古代的以纯粮酿造,酿酒原料依附于农业,酒成为农耕文化与农业经济的一部分。粮食生产的丰歉是酒业兴衰的晴雨表,各朝代统治者根据粮食的收成情况,通过发布酒禁或开禁,来调节酒的生产。在一些局部地区,酒业的繁荣对当地社会生活水平的提高起到了关键性作用。酒与社会经济活动是密切相关的。汉武帝时期对酒实行国家专卖,从酿酒业收取的专卖费或酒的专税就成为了国家财政收入的主要来源。酒税收入在历史上还与军费、战争有关,直接关系到国家的生死存亡。在有的朝代,酒税(或酒的专卖收入)还与徭役及其他税赋形式有关。酒的厚利往往又成为国家、商贾富豪及民众争夺的肥肉。不同酒政的更迭交替,反映了各阶层力量的对比变化。酒的赐婚令的发布,往往又与改朝换代及一些重大的皇室活动有关。酒作为一种特殊的商品,给生活增添了丰富的色彩。酒醉之后,下笔如有神助,留下了许多艺术创作的佳话和佳作。

“李白一斗诗百篇,长安市上酒家眠,天子呼来不上船,自称臣是酒中仙。”(杜甫《饮中八仙歌》)“醉里从为客,诗成觉有神。”(杜甫《独酌成诗》)“俯仰各有态,得诗诗自成。”(苏轼《和陶渊明〈饮酒〉》)“一杯未尽诗已成,涌诗向天天亦惊。”(杨万里《重九后二月登万花川谷月下传觞》)。南宋政治诗人张元说:“雨后飞花知底数,醉来赢得自由身。”酒醉而成传世诗作。

郑板桥的字画不能轻易得到,于是求者拿狗肉与美酒款待,在郑板桥的醉意中求字画者即可如愿。郑板桥也知道求画者的把戏,但他耐不住美酒狗肉的诱惑,只好写诗自嘲:“看月不妨人去尽,对月只恨酒来迟。笑他缙素求书辈,又要先生烂醉时。”“吴带当风”的画圣吴道子,作画前必酣饮大醉方可动笔,醉后作画,挥毫立就。“元四家”中的黄公望也是“酒不醉,不能画”。“书圣”王羲之醉时挥毫而作《兰亭序》,“道媚劲健,绝代所无”,而至酒醒时“更书数十本,终不能及之”。李白写醉僧怀素:“吾师醉后依胡床,须臾扫尽数千张。飘风骤雨惊飒飒,落花飞雪何茫茫。”怀素酒醉泼墨,落笔如云烟。《古诗四帖》。酒醉而成流芳千古的书画作品。

(编者整理)



金沙酒业确定阶段目标 2013 年跳摘 20 亿

宏观经济运行速度放缓,扯不住金沙人迈进的脚步。白酒市场凛冽的寒风吹不灭金沙人创大业的炽火。

金沙酒业发展蓝图已经绘就:2013 年全集团将进入 20 亿销售目标,2015 年完成 50 亿销售目标,2020 年实现 100 亿销售目标。

为实现这一“金沙梦”,2013 年新年刚过,金沙人就吹响了进军号角。1 月 27 日,金沙酒业集团在贵阳市中天凯悦酒店举行成立庆典暨进军 20 亿誓师大会。

茅台集团名誉董事长季克良及 39 名酒届专家莅临现场,来自政府、银行、新闻、媒体、行业协会、全国经销商供应商等 600 余人参会。会上,集团副总经理、金沙酒业集团董事长董兵发布动员令:集团董事长特别助理、金沙酒业集团总经理郑钢庄严宣誓,用 500 万元现金挑战 20 亿销售目标!酒业集团将士们情绪激昂,豪情万丈,信心百倍。“金沙回沙酒”代言人刘劲、贵州电视台首席主持人袁爱莉共同主持倡议,著名青年歌唱家金波《星光大道》总冠军草芭莎、韩国劲舞天后米娜等献上激情

舞蹈,点燃全场气氛。答谢午宴上,微醉的季克良老先生感叹道:“今天这个誓师场面很震撼,茅台几十年都没有办过,金沙酒业不得了”。中央电视台、人民日报、新华社等 54 家媒体对大会进行了全程跟踪报道。

金沙酒业集团的成立是湖北宣化联姻贵州白酒 6 年来取得的又一辉煌成果。截止目前,金沙酒业集团累计投资达 35 亿元,员工人数 5000 余人,2012 年销售收入已突破 10 亿元。

金沙酒业集团一直坚持以科学发展观为指导,以食品安全为基础,以市场为导向为根本,以和谐共赢、创新发展为主题,依托“规模、人才、技术、品牌、资源、文化”六大优势,向着“创一流品牌、建百亿酒业”的宏伟蓝图奋进。近年来,集团在基础设施、科技研发、渠道建设、品牌推广、人才激励等领域进行了脱胎换骨的改造,积累了丰富的工艺技术、市场理念及强大的人力资源储备。

随着金沙酒业集团的成立,集团将持续加强技术创新,实施品质战略和一流品牌战略,大力发展配套产业,延长产业链,

发展循环经济,促进集团的可持续发展。

2 月 27 日下午,主题为“共进·共赢”的金沙酒业集团战略供应商座谈会在贵阳中天凯悦酒店沙龙二楼召开。本次会议通过与会供应商座谈交流,树立了供应商信心,拉近了厂商之间的距离。金沙酒业集团董事长董兵出席会议并作了重要讲话,13 家

战略供应商共 22 位代表参加了会议。

会上,董总肯定了各供应商为金沙酒业做出的突出贡献,就前期合作存在的问题和不足进行了剖析,表示将进一步改善合作关系,建立诚信、精诚合作,实现共赢。供应商们在听取董总的讲话后,展开了热烈的讨论和提问,纷纷表示金沙酒业集团

成立大会前所未有的规模和形式,感觉非常震撼,更加坚定了与金沙酒业集团合作的信心。希望双方在合作上加强沟通与交流,相互体谅,建立诚信,共同及时解决在合作中存在的困难和问题,希望金沙酒业集团加强验收管理、库存管理,共同打造公平、公正、公开的商务环境。

通过此次会议,让供应商打消了顾虑,坚定了与金沙酒业集团长期合作的信心,纷纷表示会坚定地追随金沙酒业集团的发展步伐,不断完善和改良工艺,抓好产量和质量,为金沙酒业集团做好服务,共同进步。

(金沙集团供稿)



第十届中国 500 最具价值品牌揭晓

■ 李晓虎

2013 年 6 月 26 日,世界品牌实验室在北京发布了 2013 年(第十届)《中国 500 最具价值品牌》排行榜。在这份基于财务分析、消费者行为分析和品牌强度分析而获得的中国品牌国家队阵容中,五粮液以 685.92 亿元的品牌价值列第 19 位,蝉联白酒行业第一;郎酒以 309.58 亿元的品牌价值列第 49 位,白酒行业第 3 位,相比 2012 年的 228.76 亿元,品牌价值提升了 80.82 亿元。

今年是世界品牌实验室编制中国品牌榜的第十个年头。这十年,中国食品饮料行业经历了爆发式增长,食品饮料业一直居入选品牌行业榜首,这也反映出与消费者关系最为密切的食品饮料行业持续运行在一个较高的水平上。2004 年郎酒品牌价值仅为 41.52 亿元,居全国第 138 位,白酒行业第 9 位。十年来,郎酒品牌价值增加了 268.06 亿元,实现跨越式增长。业内人士和品牌专家分析认为,这与郎酒

多年来努力进行产业结构调整、实施“品牌升空、营销落地”品牌战略、树立“一树三花”产品战略密不可分。

这十年,郎酒在品牌建设、营销推广和口碑传播中,抓住了发展良机,成为众多成功品牌的佼佼者。郎酒在品质上坚持传统酿酒工艺,确保绿色产品上乘质量。凭借着雄厚的郎酒品牌实力,其生产的一系列产品在质量安全方面,一直赢得广大消费者的良好口碑。尤其是郎酒原产地在赤水河谷二河口,处于美酒河谷中酿造酱香

型白酒的黄金地段,山清水秀的地理位置为郎酒的酿造提供了优质水源和丰富的微生物环境,天造地设的天宝洞、地宝洞恒温储藏带来郎酒“酱”香成分中新的神奇指数,6 位国家级白酒评委专家、品酒师及 10 多位四川省评酒委员组成的专业团队,为其出产的产品提供了强硬的质量保证。这些都为其品牌价值增值提供了有力支撑。

在品牌营销上,郎酒在宣传传统酿酒历史文化的同时,通过中央电视台向消费

者传播贾平凹、舒婷等著名作家所作的郎酒电视散文,“舌尖上的郎酒”等郎酒故事,不断为品牌注入时尚、神秘文化元素,不断提升产品技术含量和人文内涵,在市场得到了充分的认可和高度评价。通过向地震灾区捐款、开展“郎助郎”资助贫困大学生实现大学梦等公益活动,履行社会责任,塑造良好企业形象,郎酒品牌知名度、美誉度不断提升,品牌竞争力不断增强,其品牌价值一再攀升体现了这一点。

世界品牌实验室认为,在当前全球经济环境不乐观的情况下,尤其是受中国国策政策的影响,白酒行业需要调整市场策略,重塑品牌形象。郎酒具有“酱香、浓香、兼香”三种香型白酒的酿酒技术,有高中、低不同价位的系列产品,能满足不同消费者的需求,借助郎酒品牌的雄厚实力,坚持以市场为导向,调整经营策略,相信郎酒在新的一轮经济结构调整中能抢占先机,成为白酒行业品牌的旗帜之一。