

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

中国酒

引领中国酒界传媒 | 权威性·指导性·专业性·唯一性·信息性·服务性

今日12版

2017年4月8日 星期六 农历丁酉年三月十二 第075期 总第8826期

营运专线:13980606808 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 主编:王聪 责编:袁红兵 版式:黄健

国内统一刊号:CN51-0098 邮发代号:61-145,61-85

全年定价:250元 零售价:5.00元

A 酒道·酒界要闻
Alcohol arts

| 人物名片 |

汪俊林,1967年出生。1992年初到泸州制药厂,后来将当时年收入仅200万的制药厂打造为年收入过4亿的民营宝光集团。先后让泸州制药厂、四川长江机械集团和郎酒集团3个大企业起死回生。目前,担任四川郎酒集团有限责任公司董事长等职。

汪俊林:致力建设全国白酒标杆企业

宝光医药集团。2001年,汪俊林上演资本收购大戏,将总资产15亿元、净资产6亿元的四川酒业“六朵金花”之一的郎酒揽入怀中,而通过掌控郎酒,宝光药业又顺利借壳成都华联。汪俊林以超亿元身家成为“白酒首富”。2012年福布斯中国富豪榜,汪

俊林以81.9亿元排第67位。

目前,在其带领下,郎酒的短期发展目标是2018年销售额达到100亿元,利润率保持20%以上。汪俊林提出,长远来看郎酒人应该有更大的目标追求并为之努力的决心和勇气,只有不断更新对自己的要求,

才能持续壮大郎酒,才能持续壮大税收,才能持续壮大郎酒干部员工的个人发展。

汪俊林的观点独树一帜,他强调,企业的社会责任首先体现在履行好自身的职责,保证每一瓶郎酒出色的品质。其次才是对社会所做的贡献。(王哉)

鲁酒四大品牌再获殊荣

近日,由中国酒业协会主办的2016年度“青酌奖”酒类新品TOP10发布盛典在泸州市举办,鲁酒有景芝、花冠、趵突泉、国井等四大品牌入围。

据了解,本次“青酌奖”酒类评选对于参选酒样的要求,结合国际惯例,除必须是2016年上市的新品外,对申报企业产品的食品质量安全、理化指标、卫生指标、检验合格证明、产销量等,在初审阶段都进行了严格的

审查。此外,评审活动邀请的评委更是来自行业、市场、媒体、消费的各个层面,评审过程颇为严格。

山东省四家鲁酒企业代表新品荣获2017“青酌奖”年度酒类新品TOP10,它们分别是:山东景芝酒业的38度景芝8年浓香型白酒、花冠集团的38度金冠蓝钻浓香型白酒、济南趵突泉酒业的39.8度“参玖捌”趵突泉特酿浓香型白酒,荣获白酒组33-40度“青

酌奖”年度酒类新品TOP10。山东国井扳倒井酒业的52度国井小王子国井香型白酒荣获白酒组50-52度“青酌奖”年度酒类新品TOP10。

据介绍,以上四家酒企均为山东白酒行业领军企业,“青酌奖”荣誉的获得,代表着山东白酒在全国的影响力进一步扩大,对山东其他酒企的发展也必定能起到引领和促进作用。(齐晚)

市场消费需求加速向名酒集中

■ 赵兵辉

2016年酒业持续复苏,在此背景下,大单品战略和名酒复苏的话题成为本届糖酒会的焦点之一。3月20日,贵州董酒股份有限公司总裁刘智涛接受南方日报、南方都市报、南方+、并读联合专访时表示,白酒已经由黄金十年的整体扩容式增长,变为以名酒为主导的挤压式增长,未来缺乏历史底蕴的中小品牌企业,其竞争和生存环境将更加惨烈。

优势资源加速向名优产品集中

去年以来,一线名优酒品如茅台、五粮液、国窖1573等纷纷涨价,为其余品牌拉开竞争空间,白酒市场似乎开始触底反弹。那么,作为目前“老酒”市场交易活跃度仅次于茅台的品牌之一,董酒如何看待市场的这波机会?

“高端酒复苏,其实是供过于求的情况下,行业资源向名优产品集中的表现。而消费升级,也给部分白酒向轻奢升级提供了机会。”刘智涛说,为了抓住机会,董酒通过品鉴会、工业旅游等方式,加大了消费者体验的力度。

在刘智涛看来,随着消费不断升级,企业的思维应该由原来以企业为主导的思维模式,转变为开始理解和满足消费者的需求。“营销方面,我们会去分析中产消费者相信的渠道有哪些;产品开发方面,则用消费者的决



白酒市场历来竞争激烈。(资料图片)

策心理和思维去倒逼,去指导产品研发。我们的计划是从消费名酒的主力人群中去寻找喜欢自身产品口味、香型的人群,通过分化、扩展和巩固来扩大市场份额。”

白酒行业两极分化在加剧

对于白酒行业的未来走势,刘智涛认为,目前白酒行业两极分化在加剧,全国性的一些名酒销售稳中有升,品牌的集中度在进一步提高,而其他中小企业或者没有历史底蕴和品牌的竞争将会变得更加激烈。

“从2010年到2015年,白酒产业产能过剩明显,产能在放缓,白酒行业已经从黄金十年的扩容式增长,改变为以名酒为主导的挤压式增长。”刘智涛表示,名优酒企销售规模在增长,但白酒规模并没有大幅度增加,未来

有机会的是以下三类产品:一是价格或香型有着明显区隔的全国性品牌;二是有较好消费者基础的区域性品牌;三是有历史渊源的小众品牌。

在刘智涛看来,小众酒的品类表现目前还不够明确,地域性品牌,受高端酒提价的影响,空间会有所增大,但因一线品牌挤压式增长,也会有受到影响的一面。除了上述三类产品之外,其他小品牌今年的日子不一定会好过。

至于上述三类产品之外的品牌能否通过积极拥抱互联网获得一线生机,刘智涛认为,其实对于所有触网的酒类品牌而言,都要思考线上主销品牌和线下主销品牌区隔的问题,“不是说线下主销品牌不能去线上销售,而是说线下主销品牌势必要考虑线下实体的成本体系。”

实现线上线下融合

找链酒科技

佳池股份
GARTCHEE
中国白兰地文化推动者

股份代码:880051
www.gartchee.com

免费400服务热线
400-090-8939

区域代理商招募中
联系人:廖先生
联系电话:13241123699
企业电话:400-6368-919
邮箱:nayafeng@lanjutech.com
北京市中关村科技园科东六街1号

成都一加一文化传媒有限责任公司
028-87369123
028-87363110
业务邮箱:3086645109@qq.com

酒业周刊 | Wine weekly

蓬莱检出近4万瓶进口葡萄酒标签不合格

近日,山东蓬莱检验检疫局对两批来自智利的近4万瓶、价值9万多美元的进口干红葡萄酒进行规定检验时发现中文标签均不合格,这是蓬莱检验检疫局一个月内检出的连续两批预包装葡萄酒不合格。

蓬莱检验检疫局业务检验工作人员按照规定对这两批进口干红葡萄酒做出了不合格判定,及时指导并监督有关进出口企业按要求进行了全面整改。目前进口葡萄酒数量明显增长,尤其是进口预包装葡萄酒增幅明显,检验检疫业务工作人员通过严格标签备案管理及审核,加强现场查验和实验室检测、强化后续监管等多种方式方法和管理手段,采取多措并举以全面保障进口葡萄酒质量安全。(秦雪丽 刘业生 杨丽娜)

五粮液推出祥龙富贵大坛酒

由宜宾五粮液股份有限公司出品的巅峰之作——52度真龙酒祥龙富贵大坛酒,是宜宾五粮液股份有限公司历史上首款推出的与龙文化相结合的高端精品酒。每一滴都是取自600多年明朝古窖池,由多位酿酒大师历经三年精心调配而成,口感甘美,入喉清爽,诸味协调,恰到好处。酒瓶是以乾隆年间的斗彩动龙瓶为原型,采用景德镇黄釉瓷纯手工烧制而成。

据悉,一直以来,宜宾五粮液股份有限公司推出的限量坛装酒,都深受消费者喜爱,并且升值空间巨大。(吴敏)

张裕力图转型全球葡萄酒品牌运营商

在日前举行的“聚焦大单品,一起做先锋——张裕先锋春季经销商答谢酒会”,张裕公司宣布,张裕先锋国际酒业2016年瓶装葡萄酒进口量达到714万瓶,较上年增长216%。根据海关数据,以2016年瓶装葡萄酒进口量而言,张裕先锋国际酒业在国内瓶装葡萄酒进口商排名中跃升至第六位。

据介绍,张裕每一款进口酒大单品,都要力争成为该国葡萄酒品牌在中国市场销售量的前三名。到2020年,张裕力争实现进口酒业务占到公司总销售额30%的目标。张裕公司总经理周洪江表示:“张裕在把国产葡萄酒品牌做大做强的同时,也将加大对旗下国际品牌的支持,推动张裕向‘全球葡萄酒品牌运营商’转型。”(陈庄)

劲牌保健酒技术项目获湖北科技进步一等奖

3月30日下午,湖北省科学技术奖励大会在武汉召开,劲牌公司主导完成的“保健酒现代制造关键技术及产业化”项目获得2016年湖北省科技进步一等奖。

据介绍,该获奖项目重点围绕保健酒配方设计、现代化制造、食品安全与品质控制等方面开展系统研究,创新了保健酒配方设计与功效评价新方法,创立了国内保健酒数字化生产新技术,建立了小曲白酒自动化生产新工艺,创建了保健酒“一体化”安全与质量技术管控体系,取得了系列突破性成果,实现了产业化应用,解决了诸多困扰保健酒行业的难题,推动了中国保健酒行业的技术进步和转型升级。(杨波)

中国酒周刊 设立信息采集中心 邀请书

为了进一步拓展信息采集渠道,聚集、整合有效资源,形成报企联动的快速机制,本刊决定:在全国各地设立信息采集中心(站),业务范围包括信息采集、运营代理、征订发行等。凡有意愿担任“中国酒周刊信息采集中心”重任的有志之士,请将个人简历和联系电话等信息,发至邮箱3086645109@qq.com,具体商谈工作流程和相关待遇。

邀请热线:13980606808