

汪俊林：2019 要让经销商赚钱！

在新的发展元年，郎酒需要解决很多问题。作为掌门人，汪俊林将自身的主要任务归纳为两件：即让厂里酿好酒和稳定市场秩序让经销商赚到钱。

郎酒重回百亿阵营的密码设置里，显然写满了青花郎系列产品的标识印记。据郎酒召开的2019年青花郎事业部经销商大会透露，2018年郎酒酱酒产品迎来业绩爆发，同比增长2017年增长90%。其中，在中原、华东、两广、华北、西北、华南六大区域，增幅超过100%。

而即便收获如此亮眼成绩单，郎酒集团董事长汪俊林仍不忘“稳健”二字的哲学智慧。会上，他在回复上市问题时严肃表态：“郎酒不会为上市刻意扩大销售规模。郎酒上市，旨在促进公司更规范、更透明地运作，接受社会监督，从而完成百年老店的根本目标。”

郎酒庄描绘“世界梦”

坚定“中国两大酱香白酒之一”战略定位，开辟独具郎酒特色的“不同于茅台”发展新路径，这是汪俊林多次在公开场合强调的企业愿景。本次大会现场，他再次将这一思想传达给在场1500多名经销商。

“我们与茅台各有特色，茅台是龙头，我们郎酒也不差。”汪俊林表示，历史偏爱茅台，大自然更爱郎酒。灵慧的赤水河流域，茅台引领了整个酱香型白酒的发展，作为酱酒老大我们始终保持着尊重。而郎酒，凭借近几年在品质升级及产能提升上更深入的构建，无疑已形成厚积薄发的基础条件。

据大会透露，目前郎酒已有13万吨酱香原酒储存，其中不少储存时间10年以上，未来目标是达到30万吨。此外，郎酒如今已达到年产3万吨高端酱香型原酒产能。随着吴家沟基地的投产和两河口生态酿酒区的规划，预计到2020年可年产5万吨酱香型原酒，这为郎酒的持续性发展提供了充分保障。

对于未来，汪俊林提出5至10年内要实现三大战略目标：一是占领白酒行业重要地位；二是与赤水河产区对岸的茅台共同引领高端酱酒的发展，并突出有别于茅台的特色；三是根植于郎酒酱香原产地泸州古蔺二郎镇，打造一个白酒爱好者的圣地、世界级的庄园——郎酒庄。

郎酒庄，集参观、度假、品酒以及销售等功能为一体，未来要陆续建设完成千回谷、十里香广场、问天台、金樽堡、天宝洞休闲度假酒店、洞仙别院等郎酒酱酒五大生态酿酒区，与室内陶坛酒库、红运阁、青云阁等



共同构成世界级白酒庄园圣地。目前，郎酒庄已经初具雏形并仍在持续建设中。会员高端定制打造精英需求，据悉，未来5年郎酒计划投资100亿元，建设庄园和产能，力争在2020年基本形成接待能力。

如此大手笔与大魄力，遵义市区青花郎专卖店总经理张正弘用“震撼”表达参观感受；华储实业有限公司董事长李海涛则觉得一下子被“圈了粉”。特劳特中国董事长邓德隆现场做分享时直白感言，郎酒这是藏着一个面向世界的“终极梦”。

2019 郎酒要开始见真章！

将近一小时的讲话，汪俊林的两大表态让在场参会者直观感受到郎酒2019年“见真章”的魄力和决心。

“郎酒的经销商要是不赚钱，那就是我的责任，办企业不赚钱就是犯罪。”一句疑似“表态”的开头语，汪俊林直接把“让经销商赚钱”列为两大核心工作之一。他明确指出，管好产品价格，把质量做好，让商家赚到钱，就是2019年要做的事。

为此，郎酒股份公司副总经理兼销售公司总经理梅刚特别制定出一套完备的压货、窜货、低价行为整顿政策，从坚定持续推进品牌建设；建立良性价格管理机制；坚定不移整治市场秩序；对经销商分类管理和扶植，酱香酒计划配额和市场支持分类投放、差异化运行；树立瓶贮年份分类定价体制；费用投入与

执行管控；销售团队整风肃纪等多方面入手，将市场秩序构建落到实处。

汪俊林“放话”到，“无论郎酒员工还是商家，都要严肃处理，发现一个，处理一个！”

与此同时，郎酒也提出未来几年酱酒投放量控制计划，在2019年所有酱香酒供应量加起来要控制在1万吨以内，从2020年开始，每年增加不超过2000吨，以此保持市场的稀缺感及高价值度。

以“敬畏自然，崇尚科学酿酒，紧抓机遇，量价齐升抓发展；爱商扶商，厂商共赢创未来”为主题，如今，重回百亿的郎酒用面对坦白的开门式经销商大会，让众人看到了一个更加成熟的酱酒品牌未来。回应IPO问题，一句“郎酒现在的规模、利润、上缴税收、管理水平，可以说比很多已上市公司强。”的自信总结深刻体现其强大的发展底气。

据了解，在目前包括青花郎、红花郎（10、红钻）、红花郎（15）以及酱香藏品系列在内的酱酒产品，过去一年中持续提升着自身品牌打造上的核心竞争力。其占比分别为34.3%、34.5%、16.6%、14.6%的销量表现不难看出全新定位后的郎酒酱香品牌在消费者品质认同和追捧趋势上的优质表现。

会议现场，郎酒青花郎事业部总经理胡红作2018年总结及2019年规划具体发言时特别提到，郎酒将在2019年深度强化青花郎、红花郎为核心的标准产品销售体系。其中，新出产品红花郎·红钻将以终端配额制运作思路，补充400元左右价格带，主攻中档次

政商接待及宴席用酒，进行控量投放。

值得一提的是，为进一步强化郎酒酱酒品牌的高端感，郎酒庄园酒（老酒、好酒）的价格将设置在：1800元/斤-20000元/斤，通过现场销售的独特运营模式形成高端个性化私人定制及储存，并在整体上与常规产品相互提升、推动促进。

优质回馈在于溢价建设

大会上，汪俊林透露2019年每一瓶青花郎储存期都要达到7年以上，品质的绝对保障让经销商同样充满对未来的期待。

一位成都青花郎专卖店经销商说，虽然2018年因为刚入行业绩还不明显，但他认为2019年店面将会有更好增长。“尤其今年串货、低价行为了有了更为彻底的治理方针，我们最为关注的问题能够得到进一步解决。”

而对于压货问题，另一位西南经销商则反馈表示，在他所了解的情况来看，许多都是经销商看好郎酒增值效应而形成的自主行为，此外大部分都是正常存货情况。

对于这一系列市场问题，汪俊林在做原因剖析时表示，一方面是郎酒的责任，对客户选择不恰当导致资源错配。另一方面是部分商家的责任。商家不愿主动做市场，能力与实力的限制在对上任务目标时，就会出现市场问题，甚至会滋生扰乱市场的行为。

也因此，解决这些问题，公司与经销商需要双向。2019年，郎酒制定高要求产品运作执行政策，以权衡量、价、利、费的关系为抓手，逐步形成价格带的主动正反馈，这对经销商而言无疑相当于一场“严格”考试。

胡红表示，把全部精力回归到经营本身，找准目标群体与自身定位，努力开拓市场，严格执行价格标准，构建以销售产品溢价为主导的利润渠道，这才是经销商获取优质回馈的法则。

成都云上商贸有限公司董事长瞿亮建议表示，经销商要对自己的渠道的“吃货”能力有清醒的认知，结合自己的经营实力谋划年度计划更有利于保障价格市场大盘的稳定。

此外，青岛城阳区德顺利贸易商行总经理刘格民对来始终抱有信心和豁达的态度同样极具借鉴意义。“卖了也挣钱，不卖也挣钱”，刘格民提到，他非常看好酱香老酒的增值潜力，随着郎酒瓶储年份酒分类定价机制的逐步树立，库存青花郎系列年份老酒价值只会水涨船高。

（企宣）

盖州：进口酒与国产酒平分天下

■ 金峰

辽宁省盖州市，位于渤海辽东湾东岸，依山傍海，物产丰富，是东北著名的水果之乡。盖州市葡萄酒市场的年人均消费不算高，18元左右，非农业人口人均年消费约48元，农业人口人均年约30元。葡萄酒年消费总额1300万元左右。

年人均消费不到20元

盖州市辖区总人口72万，其中，农业人口45万，约占总人口的63%；非农业人口27万，约占总人口的37%。葡萄酒消费人口约13万，占非农业人口的48%、农业人口的30%、总人口的18%。非农业人口年消费总额1000万左右，占年消费总额的77%；农业人口年人均消费约300元左右，占年消费总额的23%。

30%的消费者来自私营企业主、自由职业者，30%的葡萄酒消费者来自政府公务人员、国企职工，25%的消费者是离退休人员，15%的消费者来自农业人口及其他消费。

上世纪60年代及以前出生的消费者喜欢消费传统工艺酿造、单瓶价格百元或以上或价格更高些的进口、国产酒，这部分消费者多为私营企业主、国企高管及较富裕的离退休人员，约占葡萄酒消费人口的20%；上世纪70年代出生的消费者愿意购买性价比、单瓶价格在百元以上或百元左右的进口、国产酒，这部分消费者多为私营企业主、自由职业者和国企、公务人员，约占葡萄酒消费人口的50%；较年轻些的消费者则喜欢新工艺酿造、价格在几十至百元之间的进口、国产酒，约占葡萄酒消费人口的30%。

在盖州，葡萄酒消费者的年龄主要集中在30-80岁之间。30-40岁消费者，饮用的酒多为单瓶价格百元左右及以下，45岁以上消费者饮酒多在单瓶价格百元及以上。月收入5000元及以下的消费者多消费单瓶价格百元及以下的酒；月收入5000至万元消费者，消费单瓶价格百元及以下的酒；月收入万元以上的人们多消费单瓶价格100-500元的酒；私营企业主、较富裕离退休人员、大型国企高管则能消费单瓶价格500元以上的酒。

选择单瓶价格在几十元到百元之间的消费者约占葡萄酒消费人口的50%，选择单瓶价格百元至几百元的消费者约占葡萄酒消费人口的30%，几百元至千元以上的消费者约占葡萄酒消费人口的20%。

百元左右酒在节假日受宠

盖州市区，大型超市内葡萄酒营业面积百平方左右及以上的卖场2家、50-100平方的卖场3家；营业面积100平方以上的葡萄酒专卖店5家、100平方以下的葡萄酒专卖店6家，烟酒行25家，分布在繁华路段的烟酒店、便利店超过35家。

在盖州，进口葡萄酒、国产葡萄酒各占一半的市场销售份额。

国产的张裕、长城、通化、王朝及东北地区的三两个地产品牌葡萄酒在市场上都有销售。其中，张裕葡萄酒的市场占有率及销售额远远高于国内其他品牌。国产酒的单瓶价格从几十元到几百元不等，部分高端酒单瓶价格过千元。进口葡萄酒的产地多为法国、澳大利亚、西班牙、意大利、智利等国家，单瓶价格和国产酒差别不大。其中，产自法国的葡萄酒最受当地消费者喜爱，有近一半的进口酒消费者选择饮用产自法国的酒。

春节期间的盖州市葡萄酒消费市场，单瓶价格主要集中在40-150元之间，70-120元的单瓶酒占节假日期间购买总量的60%，且在商超、专卖店渠道受到消费者的推崇。

消费习惯上，35%左右的消费者选择在超市购买，40%左右的消费者选择在专卖店购买，25%的消费者选择网上订购或烟酒店购买。消费场所上，70%的消费者选择在家或其他私人场所饮用葡萄酒，30%的消费者愿意选择在餐饮店或者夜店等其他场合消费。

福喜迎门酒获评“感恩中国最具影响力品牌”

■ 吕俊岐

近日，由CCTV《感恩中国》年度人物评选颁奖组委会、人民日报社市场报网络版《百姓中国周刊》、人民日报社市场报网络版《德孝中华周刊》联合主办的CCTV*2019欢乐中国春节联欢晚会暨感恩中国年度人物颁奖典礼活动在北京录制完成。晚会得到创客盟有限公司、贵州仁怀市茅台镇怀庄酒业有限公司、四川省福喜迎门酒业股份有限公司等单位的大力支持。

中国轻工企业投资发展协会副理事长、中轻酒业发展专委会会长、新三板上市企业四川省福喜迎门酒业股份有限公司董事长王葆森先生作为贵宾应邀出席晚会。福喜迎门酒业喜获“感恩中国爱心企业”，旗下经营的五粮液股份福喜迎门酒获评“感恩中国2018最具影响力品牌”，福喜迎门酒业在2019欢乐中国春节联欢晚会组委会暨感恩中国年度人物颁奖典礼中被评为感恩中国爱心企业，公司董事长王葆森先生身披授带上台领取“感恩中国爱心企业”奖。

“春节”是根植在每个中国人心中的信仰，是中国人一年一度最温暖的期盼传统佳节。2019欢乐中国春节联欢晚会上30多个精彩节目，演出精彩纷呈，让观众提前感受到新春节日的欢乐气氛。

而在CCTV的舞台上，一举斩获两项大奖，这份荣誉实属不易。纵观福喜迎门酒业近年来出类拔萃的发展表现，能够得到这样的



肯定和荣耀，可谓实至名归。

除了斩获大奖，风光无限外，作为活动指定用酒的福喜迎门酒，在活动现场，以酒为媒，向与会贵宾传递新春佳节祝福，为活动增添光彩。美酒传情达意，畅享欢聚时光。

福到万家，喜传天下，福喜迎门酒作为中国白酒行业喜酒品牌的杰出代表，从诞生起就是福气喜庆的象征。以传承中国传统福喜文化为自身使命，以大众亲民路线为自身定位，以做中国第一喜酒品牌为追求目标，福喜迎门酒始终秉承一颗初心，在日益激烈的市场竞争中脚踏实地，精耕细作。

既有系出名门的先天优势—传承五粮液

的卓越品质和独特酒文化内涵，又有拼搏努力的后天奋进——新三板挂牌上市和荣获中国酒类行业的无数赞誉，福喜迎门酒十年磨一剑，在中国白酒市场闯出了自己的一方天地，成为了星光闪耀的后起之秀。

她的品质有口皆碑：窖香浓郁、醇和绵甜、空杯留香、饮后不上头，口感品质俱佳；她的荣誉有目共睹：改革开放40年—中国酒业风云品牌、2018投资价值品牌、最具影响力品牌等荣誉，以及2017中国酒类行业品牌十强、中国名特优品牌，优质产品金奖、2016年度最受消费者喜爱品牌、中国十大喜酒明星产品、最受消费者喜爱的中国名酒大众酒、中国酒业诚信企业、

中国最具责任心企业、2012年度中国白酒十大品牌运营商、全国酒类优秀经销商……；

她的足迹遍及全国：成都、北京、上海、南京。。29个省市区营销体系，600多家区域总经销商，30000多家直达乡镇的销售网点。

福喜迎门酒以自己过硬的产品品质，优质的营销理念和精准的市场定位，不断创造奇迹，提升品牌价值，赢得业界与消费者的一致认可。

“此次登上CCTV的舞台，这只是个开始。在向上的阶梯前，福喜迎门酒永不会满足。她将继续承担使命，传承文化，将福喜传至全天下。”王葆森董事长说道。

彭州市华蓉陶瓷有限公司
专业设计生产：
陶瓷酒瓶、酒具及各种工艺品等，公司倾力于中国陶瓷酒瓶及摆件的设计与制造。
公司生产的会呼吸的陶瓷酒瓶、会交流传神的陶瓷摆件，使华蓉更有魅力。
厂长：刘德银
手机：13088090770
13281090770
电话：028-83833818
83833828
QQ号码：
814439265
1512026857
地址：
四川省彭州市桂花镇

济南瑞丰生物工程有限公司
本公司与齐鲁工业大学等高校密切合作，研究开发了增强固态白酒发酵的系列高效微生态产品，提高白酒质量，降低生产成本，减少劳动强度。
主要产品如下：
●白酒发酵微生态菌剂
●脱水活性窖泥功能菌
●根霉曲
●优质成品窖泥
●浓缩液体己酸菌
●浓缩液体产酒香酵母菌
●芝麻香型白酒高效微生物菌剂
●酯化红曲
企业宗旨：优质产品 优质服务 合作共赢
总经理：陆泰勇
联系电话：13905416779
0531-87483989
邮编：250308
地址：山东省长清区张夏工业园区
E-mail: ruifengshengwu@163.com

您发财 我发展
华西酒曲厂是在其前身——成都市成华区高科技生产技术研究所以彭州实验厂的基础上，经25年发展和积累而成立的专业从事生物制品科研和生产加工企业。
研究和开发的微生物系列产品有：
◆根霉酒曲
◆生料酒曲
◆纯根霉甜酒曲
◆固体麸皮活性生香干酵母
◆工业级纤维素酶
◆食品添加剂红曲米
◆酱油曲精
厂址：四川成都彭州经济开发区
联系人：罗忠
手机：13679061105
电话：028-837028146(办)
传真：028-83708978
邮编：611930
网址：www.mainone.com
E-mail: cdservice@mainone.com

酒品如人品
我公司是一家专业以五种粮食酿造的优质浓香型原酒、多种风格调味酒、陈年老酒以及酱香型大曲酒的生产企业，拥有合义坊、川辉两类商标品牌，欢迎贴牌加工，愿与全国各大厂家共谋发展。
公司名称：四川省邛崃市正方酒业有限公司
成都市合义坊酒业有限公司
公司地址：四川省邛崃市卧龙镇中国名酒工业园
董事长：宋一明
电话：028-8878439(传真)
手机：13908225762
13548108555
邮编：611530
网址：http://www.sczfyj.cn/
http://www.cdhyf.cn/

四川百年苏公老酒坊 全国招商
提供：
原生态清香、浓香、酱香白酒和养生酒、水果酒及贴牌代工业务。
财富热线：**4008842899**
加盟专线：**15881033359**