



酒业周报

汾酒集团将继续整改整治相关开发产品

日前,汾酒集团发出官方声明称,汾酒集团注意到《新京报》的相关报道,集团公司高层已经召开紧急会议,依据集团公司去年十月份开始的产品瘦身工作总体安排,针对报道中的内容进行核查。对杏花村周边商舖存在的假冒侵权产品问题,请求汾阳市公安局、市场监督管理局,依法进行查处。汾酒集团非常感谢媒体的监督,本着对品牌、对消费者高度负责的态度,严肃对待媒体报道,对于能够核实的问题,将大力进行整治、整改,保障广大消费者的权益。

椰岛发布 2018 年度报告

日前,海南椰岛发布 2018 年度报告。公告内容显示,2018 年度公司实现营业收入 7.06 亿元,同比减少 4.37 亿元,减幅 38.23%,其中:酒类收入 3.16 亿元,同比减少 3.54%,略有下降;房地产收入 3651.21 万元,同比减少 54.42%,主要是本期受到全岛限购政策影响和存量房较少以致收入减少;贸易收入 2.8 亿元,同比减少 57.99%;饮料收入 6483.03 万元,同比增加 3.56%,略有增长。公司 2018 年度归属母公司股东的净利润 4051.33 万元,上年同期为-10,615.42 万元,实现扭亏为盈。

习酒 76 亿元扩建项目积极推进

2019 年,习水经开区迎来项目建设发展年,计划建设项目 37 个,总投资 215.58 亿元,其中习酒技改项目投资总额达 76 亿元,占项目总投资的 40%。

目前,习酒公司总占地面积约 1331 亩的改扩建项目建设正全力高速推进。制酒生产区、制曲生产区、包装物流园区、基酒贮存区、科研中心、商务体验中心、运营中心、习酒文化城等一系列重点项目全面开工。项目建成后,习酒公司将实现产能翻一番,规模大一倍。

茅台召开提升“茅酒之源”专题会议

日前,茅台集团召开关于提升“茅酒之源”历史文化应用价值专题会议,就如何深度挖掘“茅酒之源”历史文化价值,打造“文化茅台”实体,传递茅台核心文化内涵进行交流讨论。与会人员围绕“茅酒之源”价值提升、相关文化产品开发、定位、设计、管控、推广等相关事宜提出了意见和建议。

李保芳指出,开发“茅酒之源”文化产品、提升“茅酒之源”历史文化应用价值是茅台应该做、并要坚持做的项目,对茅台的发展具有十分重要的意义。

四川省监管局调研五粮液

日前,四川省市场监督管理局党组书记罗凉清一行到五粮液集团公司调研。

罗凉清书记一行先后参观考察了五粮液 501 酿酒车间、湿地公园、国家酒检中心、党建文化中心,随后在公司召开座谈会。

座谈会上,罗凉清书记对五粮液近年来改革发展取得的各项成绩给予了充分肯定。他表示,五粮液是四川省的龙头企业,也是四川省委省政府高度重视白酒产业发展,提出将食品饮料产业打造成为四川五个万亿级支柱产业之一,把推动四川白酒产业发展提到了新的战略高度。作为市场监管部门,四川省市场监管局将大力支持五粮液发展,同时坚持以服务企业为第一要务,以服务经济发展为大局,大力维护好市场公平竞争秩序,保护好产品和品牌,提升质量管理水平,助力四川省治蜀兴川实现新的跨越。

郎酒携永辉超市启动郎酒专员培训活动

日前,继 2018 年郎酒股份与永辉超市达成战略合作后,2019 年,郎酒股份与永辉超市合作,于日前在全国核心市场针对促销员开展为期两天的郎酒专员专项培训。此次培训致力于打造一批为消费者提供更好服务的团队,将醇正酱香传递到千家万户。未来,青花郎事业部将在贵阳、北京、深圳等城市展开培训会议。

(综合)

打得一拳开 免得百拳来

鲁酒破局酒业“中盘腰斩”危机

刘建建

日前,由山东省糖酒副食品商业协会、华夏酒报、中国酒业新闻网主办,国井集团、国家名酒周刊、国家名茶周刊、国家品牌食品周刊承办的“鲁酒的高品质时代——2019 鲁酒高质量发展高峰论坛”在淄博齐盛国际酒店举办。

山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐,华夏酒报、中国酒业新闻网总编辑韩文友,国井集团副总裁张辉,九州集团董事长杨沂成,兰陵集团副总经理孙茂忠,琅琊台集团总裁赵咏伟,古贝春集团副总经理张洪昌,曲阜孔府家酒业董事长谭小林,云门春集团董事长汲英民,古贝春集团执行总经理赵殿臣,山东糖酒副食品商业协会顾问委员会主任邱振新,副主任韩玉亮,和君咨询集团高级合伙人、酒水事业部主任李振江,智邦达营销管理咨询公司董事长张健等嘉宾出席了高峰论坛。

国井集团副总裁、山东扳倒井股份公司总工程师张锋国,山东景芝酒业股份公司常务副总经理赵德义,古贝春集团总工程师吴兆征,云门春集团总工程师、集团副总经理潘学森,天地缘酒业总工程师胡风艳,以及琅琊台集团销售公司总经理殷邦荣,孔府家销售公司总经理罗兵,泰山酒业集团营销总监吴修刚,景阳冈酒厂销售总监辛庚池,趵突泉白酒销售公司总经理杨连明等参与了圆桌对话。

鲁酒今后发展的底线是什么?

山东省糖酒会是山东乃至全国糖酒行业的大型会议之一,因其规模大、带动作用强、社会影响好,被业界誉为“山东第一会”,现以成为全国糖酒行业广大工商企业加强交流合作,展示实力的重要舞台和省级糖酒会的标杆,对促进糖酒行业的持续发展发挥了重要的作用。

在第 81 届山东省糖酒会开幕之际,为给鲁酒发展寻找新思路,华夏酒报、中国酒业新闻网联合山东省糖酒副食品商业协会,再次举办山东糖酒会官方高峰论坛,聚焦行业调整下的鲁酒产业趋势。本届高峰论坛旨在树立和剖析鲁酒品质化、高端化发展的内核动力,为振兴鲁酒提供更多的新思路和举措。

薛剑锐在致辞时指出,论坛的初衷,是想用实际行动促进鲁酒高端化发展。在长期的发展中,鲁酒已经形成了有独特风格的低度浓香型白酒和自主创新的芝麻香型白酒两大优势酒种,这是鲁酒的特色和拳头产品。可以说,鲁酒新时代的高质量发展,在全国的酒行业中占有举足轻重的地位,为鲁酒高端化白酒的发展做好了铺垫。



当前,山东省各大白酒企业都走在高质量发展的路上,打造科技鲁酒、文化鲁酒、品质鲁酒,让消费者对于鲁酒有了新认知。薛剑锐提出,唯创新者强。今后,鲁酒企业在补短板、拉长板的同时,还要革故鼎新,升级新动能,在中高端领域有所作为,以新思路,应对新群体、新消费。

“在与外省酒的竞争中,要充分体现出竞争优势,牢牢控制住山东省的高端和次高端白酒市场,这既是形势所迫,也是鲁酒今后发展的必由之路,我们虽然可以放弃一些低端或次终端市场,但是一定要在高端和次高端的竞争中立于不败之地,这是今后鲁酒发展的底线。”薛剑锐疾呼。

韩文友表示,山东作为文化大省,具有丰厚的自然资源和人文资源,深厚的文化底蕴,孕育了众多内涵丰富,具有浓郁地域和民俗文化特色的白酒品牌。当前,鲁酒企业在全国市场面临着一线品牌和区域品牌的强势竞争。面对新形势,各企业应建立竞争优势,抱团发展,共谋鲁酒复兴,剑指国内一线白酒阵营。高质量发展是中国经济发展的主旋律。未来,在高品质、高质量理念的指导下,相信鲁

酒的复兴是大趋势。

“中盘腰斩”危机将至 鲁酒拿什么破局?

李振江作了《鲁酒高质量时代的机遇与应对》的主题演讲,他认为,白酒行业发展到今天,已然有了巨大的变化,具体表现为产量微增、营收稳增和利润激增。由此可以判断中国酒业进入了存量掠夺时代。这种形式意味着行业酒企不能在规模上掉队,体量规模发展已成为企业战略主轴。新时代下,酒企的新战机遇应该是捕获新增量、发展高质量。

“千亿寡头、百亿巨头、数十亿龙头和十亿以下的长尾企业,可能是中国白酒企业未来三到五年的定局”。李振江表示,中国酒业正面临“中盘腰斩”危机,10-30 亿区域酒企迎来“中年危机”5 亿区域酒企面临“发育不良”,很不幸的是,鲁酒恰好处于这两段危机之中。

要么出众,要么出局。在存量掠夺的时代,李振江提出,区域酒企发展有两个战略命题:第一个生存法则,做大体量,不掉队,提升生存能力。第二是发展定律:做高质量、不落

后,捕获存量中的增量。多数鲁酒企业正处在一个转型升级的“节点”上。

具体来看,当前的山东白酒市场正在成为各大一线酒企的战场。据了解,2018 年,茅台份额超 50 亿,五粮液、泸州老窖超 30 亿,洋河超 25 亿,汾酒、剑南春古井、郎酒、今世缘、牛栏山合计超 25 亿,更多酒企正在瞄向山东市场。

对于鲁酒的发展破局之道,李振江提出:发展向上、降低内耗、竞争向外、规模做大、质量做高、走向正循环,开启加速度。仔细说来,首先要拉升结构、开辟纵深:重塑竞争结构,终结鲁酒扎堆在百元线以下内战消耗局面,走上百元线以上外来品牌在主流战场竞争之路,敢于直面竞争百元价格带以上。其次,规模是竞争的基础,是鲁酒进入主流阵营的门票,有了规模才有体量,体量小就没有话语权。要大步迈开营销模式创新、数字化创新、组织化创新的步子,这是鲁酒具备持续竞争动力与能力的船票。最后,优化产品质量,强化品质特色是鲁酒进入新质量周期正循环的通行证。

“与其挨打,不如先打一仗。”李振江说。

亮相首届健博会 劲牌科技引领健康未来

邱云 柯华林

日前,以“科技引领,健康未来”为主题的首届世界大健康博览会(以下简称“健博会”)在武汉国际博览中心正式开幕。本次健博会展示了最前沿的科学技术,代表性的企业产品和模式,吸引了海内外数千家优秀企业参与。作为一家专业健康食品企业,劲牌有限公司携酒类产品、提取物和保健品全系列产品参展,集中展现了劲牌的科技研发实力。

在人们的印象中,酿酒行业是一个传统行业,现代科技成分含量较低。然而,劲牌公司坚持“按做药的标准生产保健酒”,率先将中药数字化提取技术运用于保健酒生产,在业内首创小曲白酒酿造新工艺,不仅拥有完善的分析实验室和具有国际水准的仪器设备,而且还有一支 200 多人的科研人才队伍,为劲牌发展提供了雄厚的技术支撑,也推动了产业结构的优化和升级。



作为湖北省首家中药配方颗粒试点单位,劲牌公司近年来在现代中药、保健品、中药提取物的生产、研发和销售上精耕细作,尤其是将中药数字化提取技术全面应用到中药及保健食品生产,建立了国内一流的中药现代化研发平台,实现了中药制造的机械化、自动化、信息化和智能化。当前,公司成功研发了 460 多种中药配方颗粒,其中 300 多种配方已经生产出成品在湖北省部分医院进入临

床试用阶段。现场的多位观众表示:“没想到,小小一瓶产品居然有这么多的科研实力。”“对劲牌的产品更有信心了!”

党的十九大报告明确提出将“健康中国”作为国家发展基本方略的重要内容。没有健康,人民群众对美好生活的向往无从谈起,幸福感和获得感也无从立足。在经济社会快速发展,人们的生活环境和方式发生巨大变化、人口老龄化快速到来的背景下,健康产业是

理所当然的朝阳产业。据业内人士评估,随着我国人口老龄化的加速和人们对美好生活的追求,大健康产业孕育着超十亿级的市场,已经成为当今最具发展潜力的产业。参展健博会,不仅是一次公司产品实力的展示,更是与全球大健康科研技术的交流契机。在当前产业风口下,相信包括劲牌公司在内的大健康产业未来可期。

广告

实现线上线下融合 找链酒科技 链酒 CHAINWINE 股票代码:838713.OC 区域代理商招商中 联系人:邢先生 联系电话:13241123699 企业电话:400-6368-919 邮箱:nayafeng@lianjiutech.com 北京市中关村科技园科创大街 1 号

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

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。凡有意承担设立“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