

广告

G-R 官荣总评榜 | 1500元以上产品鉴赏

水井坊井台装



度数:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:95.00分
年份指数:3
原浆指数:5
甜爽度:5
原料:水、高粱、小麦、玉米、糯米、大米
生产厂家:四川水井坊股份有限公司

G·R 酒评:此款酒具有名门风范,香气令人身心愉悦,粮香、窖香、陈香,香气层层深入,使人意欲饮之,在口腔内酒质醇和,爽口干净,不燥辣,一点都不像高度酒带给人的挺拔感,感觉温润、舒适。

国窖1573



度数:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:94.00分
年份指数:4
原浆指数:5
甜爽度:5
原料:水、高粱、小麦
生产厂家:泸州老窖股份有限公司

G·R 酒评:舒适的陈香、窖香。酒体淡雅,中度酒却能让酒体显得甘冽,实属不易,酒体协调,尾净味长,风格典型,属酒类的顶端产品。

五粮液陈酿



度数:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:93.00分
年份指数:3
原浆指数:5
甜爽度:5
原料:水、高粱、小麦、大米、糯米、玉米
生产厂家:宜宾五粮液股份有限公司

G·R 酒评:这款酒那种典型的五粮精华和百年老窖的幽雅香气令人心旷神怡如沐春风,小杯入口,绵柔圆润,虽酒度不高,但丝毫没有一点水味,醇甜、丝丝柔滑,酒味持久不散;前香足、中挺拔、回味畅。实属一款卓越、经典的酒。

泸州老窖回应环保问题：不推卸 速整改 确保全面提升达标

■ 泸宣

1 问:泸州市酒业提出了千亿计划,其中泸州老窖 2019 年的增长目标是 25%;请问根据上市公司的口径,泸州老窖主力产品有何规划?

泸州老窖:泸州打造白酒千亿产业,泸州老窖拥有义不容辞的责任。总体而言,泸州老窖正在一步一个脚印、脚踏实地的去做。目前已经到第二季度,现在泸州老窖发展速度非常良性的,而且市场整体情况也很好。

对于泸州老窖来说,在产业里面要感谢茅台创造的空间,也要感谢消费者给予了的机会,我们应该在这个前提之下,通过调研市场的真实数据,从而制定相应的战略,对应的就要跟上茅、五等优秀企业的发展步伐。虽然我们年报披露了 15-25% 的增长目标,但我们市场发展上不会有所保留;还是要保持 20% 往上走的增长速度。所以,不管是国窖 1573、特曲酒、窖龄酒,还是 60 版特曲目前都保持了较快的增长。

2 问:网上有报道泸州老窖罗汉基地的环保问题,请泸州老窖具体介绍一下是什么情况?

泸州老窖:5月9日,中央第五生态环境保护督察组在向四川省反馈中央生态环境保护督察“回头看”意见时,指出了泸州老窖“罗汉酿酒基地污水处理站污水处理设施长期不正常运行”、“且因管网破损,部分污水直接渗漏外排至市政排污渠,渗排污水超标排放”、“污泥处置不规范,带来环境污染隐患”等问题。同时,环保部官网也通报了上述问题。对于中央生态环境保护督察组、环保部指出的问题,泸州老窖的态度是:照单全收、绝不回避、绝不推卸、迅速整改,确保全面提升达标。

目前,泸州老窖正全面迅速有序地推进有关问题的整改。

一是关于污水处理设施运行不正常问题的整改。因罗汉基地污水处理站建于上世纪 80 年代,确实存在设备老化,有时出现运转不正常的情况。期间也在不断维修改造。而为了彻底根治此问题,泸州老窖在 2017 年 11 月就已立项,实施污水站提标技改项目。技改后,废水处理排放标准限值在行业内率先达到《发酵酒精和白酒工业水污染物排放标准》的排放标准限值。目前,该项目正在推进,2018 年 12 月底已经完成了集水井、均质池、UASB 厌氧罐、火炬的土建和安装工作,保证在 2019 年 9 月底前建成投用。

二是关于渗排污水超标排放问题整改。2018 年 11 月至 12 月,泸州老窖已对因地基沉降造成的围墙外渗漏点进行了排查和修复。同时,举一反三,对全厂污水管网进行排查,将厂区污水管网由地埋式改为地上压力输送管网系统至污水处理站,现已完成 3000 余米污水管网的改造,计划在 2019 年 9 月底前全面完成管网工程的提升改造。

三是关于污泥处理不规范问题整改。2018 年 12 月 17 日,泸州老窖与川南发电公司签订协议,委托其对污泥进行焚烧处理。此



5 月 14 日,泸州老窖股份有限公司(以下简称泸州老窖)2019 第一次临时股东大会在泸州召开。泸州老窖董事、监事、高管以及投资人共同出席了此次会议。会上,泸州老窖方就股东和投资人关心的问题进行了交流。

外,泸州老窖还将与西南大学联合开展活性污泥生产有机肥研究的研究。目前,生产的有机肥指标符合《有机肥料》(NY525-2012)标准要求,已进入田间试验阶段。

据记者了解,环保部指出的泸州老窖罗汉基地,因管网破损,造成渗排污水超标,并不是基地所有污水超标排放,也不是法定排污口排出的污水超标。由于是公司厂区围墙外地埋式管网破损造成了渗漏排污,没有及时发现修复,并未造成在线联网监测的法定排污口排放污水监测值超标。关于污泥不规范处理,是由于泸州老窖对委托的第三方处置情跟踪监督不到位所致。

泸州老窖感谢和欢迎社会各界的监督,相信通过督察组和环保部的督察、指导,一定会促进公司生态文明思想全面贯彻落实、生态环保意识进一步增强、生态环保工作跃上新台阶,促进公司管理水平全面提高,推动公司实现高质量发展。

3 问:市场格局在变化,是否有收购打算?有没有打算在包装上做得更好,让消费者觉得购买时更有面子?

泸州老窖:在白酒行业的发展史上,不断有互相超越的现象。1987 年,老窖很强大,1997 年开始,五粮液很强,他引领了行业的发展,2012 年茅台超越了五粮液,走向了另一个高潮,在变革中都推动了行业的整体发展,值得尊敬。这几年,老窖也用实实在在的工作从 50 亿做到了现在的 130 亿,在接下来的路上,老窖一直都在寻求好的标的,目前也在研究和接触中。

关于包装问题,我认为,包装有一定吸引力,但是,真正吸引消费者的还是品牌内涵和品质,本质还是品牌问题。茅台品质就一直很稳定。对于新产品来说,包装有一定作用,2001 年,国窖 1573 上市时,外包装、瓶身等都有所突破,如果现在换包装,别人很难认了。在礼品装方面,我们也在注意包装的重要性,方向是简洁、简约,非常精致。

4 问:6 月份,五粮液新品上来后,价格会越走越高,国窖的价格是否会跟上?

泸州老窖:五粮液的一举一动备受关注,这两年在集团党委书记、董事长李曙光带领

下,变化很大,普五的市场价也在上升,值得学习。价格方面,我们肯定会紧跟五粮液,最近大家都密切关注五粮液价格体系,思考我们要用怎样的举措去配合。此外,我们在保证渠道的充足利润的前提下,也会去考虑择机提升终端零售价。泸州老窖在今年提出了“管理年”,我们要坚定落实下去,让费用更有效率,挤掉“水分”,提高性价比,通过管理去提升泸州老窖的利润空间。

5 问:国窖 1573 的极限产能是多少?未来的产能规划是如何的?

泸州老窖:国窖 1573 恢复性的增长一是努力,二是品质稳定。谈到产能,我们国窖 1573 是年产基酒 3000 吨。但我们从 2000 年初推出国窖 1573 以来,由于我们这期间销售能力方面的问题造成每年的基酒产能都有留存,这样累计到今天,通过上市公司的财务数据统计统计结果来看,我们还有 20000 多吨的国窖 1573 的老基酒。

其次,是泸州老窖技改项目的完成,这样就可以将很多原来不得不生产中端产品的老窖池置换出来去生产国窖基酒,再加上更多窖池进入 100 年窖龄,国窖 1573 基酒的产能还将进一步释放。

6 问:特曲 60 版未来的产能有多少?会不会和窖龄酒左手博右手?是否让他有多快跑多块?

泸州老窖:特曲 60 版是我们中价位品牌复兴的战略产品,今年的目标是 10 个亿元,它和窖龄酒的定位和销售模式不一样,60 版是坚持打造团购的大单品。未来我们还是根据市场的发展,以销定产量,任何产品放量都是以品质为基础;而且泸州老窖的质量管控一直都是最好的企业之一。

7 问:关于高端酒未来几年,茅五国整体可能超过 9 万吨;未来 3-5 年,从销量的角度,市场能否支撑这个销量的扩容?

泸州老窖:首先,从市场的实际情况来看,高端茅台、五粮液以及国窖 1573 确实在增长,而且也是被消费者喝了,说明了高端酒的市场需求在扩大;

其次,过去在统计高端酒容量的时候,是没有将市场的假酒统计进来;现在一方面是名酒厂家也都在重视专卖店渠道的建设,其目的之一就是为了保真;另一方面,现在消费者都想想办法的去找渠道买真酒;再加上市场打假力度的加大,这存在一个“去伪存真”的情况,把原来假酒的水分挤掉,这就为高端酒提供了填补的赠量机会。

第三,现在消费升级趋势下,消费者对产品的品质认可度和关注度是非常高的,喝好酒和锁定几个高端品牌的趋势越来越强,这是高端酒未来扩容的动力之一。

第四,针对高端圈层,这些高净值客户的一些个性化需求还待挖掘,这也是高端酒增量空间。第五,根据数据统计,高端酒在整个白酒总产能中的比例占据不到 1%,所以高端酒整体是非常稀缺的。

8 问:浓香型有优质酒率的问题,老窖这方面怎样?腰部市场空间其实挺大,特曲刚刚开始发力,特曲在全国销售情况?管理层对特曲的愿景?窖龄调整情况?利润率比龙头略低,未来有期待吗?

泸州老窖:老窖的品质一直都是令人自豪的,优质酒率、出酒率一直均是比较高的。

特曲方面,我们围绕中国味道,结合中华美食,做了很多活动。目前特曲品相保持 40%,老字号是 50% 增长,呈现良好增长势头。目前的特曲老字号到了 200 元以上的价格带之后,竞争没有 100 多元价格带那么激烈。次高端我们一定会去抓住。窖龄酒方面,不管从定位,从高层人员到市场经理到经销商,都在进行调整。虽然目前增长为几个点,但是,我们看好下半年趋势。综上,泸州老窖这几年在进行产品结构调整,中高端在大幅增长,所以利润率也在不断增长。

老窖毛利率方面有两个特点,第一为低端酒量大,这类产品毛利率低;第二,以前品牌影响力不是太强,做了大量投入工作。公司都是以股东最大化为目标,接下来会在费用上会通过进一步加强管理,扩大高端产品销量,从而提升毛利率。

9 问:怎么看待口味需求变化,国窖是否会做相应提升,或者推新品;全国化情况?

泸州老窖:只要改变是消费者认可的,就该认可,体现了消费者的需求是有所变化的,我们也在随时关注,我们觉得消费者是认可国窖口感的,我们就不会调整,我们会坚持,短期内不会有变化。如果大量消费者有需求,会适时调整。

全国化是统一规划,分步推进。华东版块,1573、窖龄、特曲,60 版都在不错的增长,下一步会有进一步动作。南进慢一些,目前在调机间。

10 问:在公司治理方面怎样?政府对公司激励方面是否有积极变化?

泸州老窖:公司一直很重视公司治理完善,符合证监会要求的,也是符合国有资产管理要求的,经销商联盟在激烈的市场竞争中,经销商形成战略联盟,我们是支持的,也是符合治理结构的。

激励机制问题,大股东一直愿意在合理合法的情况下,鼓励员工分享,一直在研究和推动之中,一定会争取。最近要去一趟古井贡,去汾酒,专门请教这个问题如何落地。

11 问:泸州老窖的技改项目的进程如何?

泸州老窖:新酿酒基地目前已有窖池投粮,今年预计有 4000 多吨新的基酒,但前面几排的酒需要回窖养护窖池。但明年的产能预计达到 1 万吨,预计 2021 年达到 6 万吨;但这些基酒在前面阶段主要还是生产二曲、头曲等产品。

川酒集团黄林：未来酒业将趋于百花齐放 瞄准线上线下重塑新型消费模式

■ 凤凰

2017 年 6 月,经四川省委、四川省政府同意,大型综合性国企四川省酒业集团有限责任公司正式组建。川酒集团董事长曹勇表示,建设川酒集团的未来愿景,是要将其打造成为未来中国最大的基酒生产商和供应商、中国最大的白酒品牌整合商、中国最大的酒类经销商。三个“最”如何解读?近日,川酒集团品牌管理部总经理黄林接受了凤凰网酒业频道专访,从终端和消费的层面对川酒集团的战略思路进行了细致解读。

作为国内知名的白酒大省,四川的白酒具有悠久的发展历史,在大家熟知的一线品牌之外,还有很多各具特色的酒企,但由于市场发展和自身局限等种种原因,这些规模以下酒企的经营状况逐渐式微,在市场拓展、品牌塑造等方面存在着一定问题。

“川酒集团的发展战略之一,就是整合省内包括知名品牌在内的特色酒企。”黄林表示,川酒集团希望整合这些酒企,通过集团自身的优势为他们提供帮助。

在这些酒企中,不乏曾经颇为辉煌的“国家优质品牌”和“部级优质品牌”等,针对这些



品牌,川酒集团将采取全面抢救和恢复措施,打造国优系列品牌矩阵,积极培育壮大现有的国优品牌。目前,川酒集团已经拥有叙府、

二峨、三溪等国家优质品牌,还有一系列国优、部优正在推进。同时,川酒集团建立了专业的品牌管理公司,制定了品牌运营和管理办法,对品牌进行重新梳理。

品牌集中度高是行业现状 但未来会趋于百花齐放

黄林在采访中提到,酒类行业在近几年的发展中有一个显著特色,就是品牌集中度非常高。茅台、五粮液、泸州老窖、郎酒等酒企的知名度越来越高,在一定程度上影响了其他中小型企业的生存空间。“这种情况会持续一段时间,但根据我们的观察和判断,从长远角度来看,未来的酒业竞争会处于百花齐放的状态。可能那几大名酒会是当中最鲜艳的花朵,但在这个花园之中还会有其他花朵绽放出属于自己的特色,这样才能共同为消费者打造出一个美好的消费局面。我们希望通过自身的努力,整合四川省内甚至全国范围内的优质白酒品牌,来共建酒类完全市场化的平台。”

整合不是目的 要拉近终端打造全民体验

近年来,共享经济成为市场热词。而川酒集团所提到的“完全市场化的平台”,则是对酒业终端新形式的发展提供思路。

“首先,就目前市场上的企业和平台来说,大多数一线酒企更擅长在品牌和生产层面发力,渠道主要以发展经销商为主;而线上或线下的购酒平台,才是与消费者直接接触、交流最密切的地方。”黄林认为,川酒集团的优势在于能够打通生产、渠道、销售等这一系列的关节,使酒业销售成为一条完整的产业链。从上游入手,对意向酒企进行考察交流、整合或者收购等一系列的操作,再利用集团的优势去推广品牌。而在下游消费者部分,发展类似盒马鲜生这样的新零售连锁门店,与消费者展开互动,能够让消费者享受到一种升级的消费模式。

“酒类的消费场景实际上是全民化的。从 18 岁到 60 岁,在身体健康允许的前提下,你可以参与到任何一个酒类消费场景中。”黄林认为,用户的体验式消费是已成趋势,要顺应行业发展,对消费模式和场景进行不断升级。

黄林告诉记者,“我们的目标,是打造集生产基地、技术和研发团队、线下体验店等为一体的新型消费模式。”