

# 共享科技发展成果 助推酒业科技创新

第六届中国白酒科技暨"国香国井"高峰论坛举行







#### ■ 苗倩

近日,以中国酒业协会、中国食品工业协会白酒专业委员会为指导单位,由北京工商大学、中国食品发酵工业研究院、山东省白酒协会、山东省食品工业协会、山东省糖酒副食品商业协会、国井集团主办,中国酒业新闻网承办的第六届中国白酒科技暨"国香国井"高峰论坛在国井集团举行。

中国食品工业协会党委书记马勇, 中国 酒业协会常务副理事长王琦,中国工程院院 士、北京工商大学校长孙宝国,山东省政协第 十届、第十一届副主席陈光,著名白酒专家梁 邦昌,国务院发展研究中心研究员漆云兰,全 国白酒标准化技术委员会秘书长、中国食品 发酵工业研究院副院长宋全厚,中国食品发 酵工业研究院副院长程池,北京工商大学教 授郑福平,江南大学教授范文来,山东省工信 厅总经济师耿宪海, 山东省工信厅消费品产 业处处长李春林, 山东省食品工业协会会长 郭友武,山东省糖酒副食品商业协会会长薛 剑锐,山东省白酒协会秘书长蒋彬,山东省食 品发酵工业研究设计研究员袁建国、淄博市 工信局局长王克海,淄博市陶琉轻纺产业发 展中心主任赵鹏,高青县委书记王金栋,高青 县县长杨新胜、高青县政协主席高连家,高青 县委常委、副县长张亮云,高青县委常委王 勇,国井集团董事局主席、总裁赵纪文,还有 来自有关高校、科研院所的专家、学者,以及 全国各地的国井集团经销商代表、各大媒体 记者300余人,出席了本次论坛。

### 科研引领产品创新 成为鲁酒崛起的新利器

目前,白酒消费正在从量的需求向质的 提升转变,用马勇的话说,"依靠不断扩大的 市场增量换取企业持续高速发展,已经不太 可能了"。马勇提出,在白酒行业高质量发展 的主旋律下,企业只有提供出高品质的产品, 才能赢得更为广泛的市场。多年来,以国井集 团为代表的鲁酒企业持续推进白酒酿造技术 的基础研究,在香型融合发展的新趋势下,国 井集团隆重推出了"国香国井"这一创新品 类,就是国井集团依靠科技的力量,进行产品 风味创新,产品品质提升的创新典范。

漆云兰基于"产量稳定、销售额和利润上升"的行业数据,同样给出了白酒产品向高端化发展的判断。漆云兰认为,这是由真实的居民消费能力支撑的,在名酒向民酒的转型已然形成的态势下,鲁酒企业依靠科技的力量,实现白酒风味的创新、品质的提升,实现白酒产品的高端化发展,既是酒业高质量发展的需要,也是消费升级下的市场呼唤。

在实现产品高端化、打造鲁酒高端品牌的道路上,以国井集团为代表的鲁酒企业,坚持不懈地走出了一条"科技兴企"之路。早在8年前,国井集团就与北京工商大学孙宝国院士团队、中国食品发酵工业研究院、山东省食品发酵工业研究设计院,以及江南大学、山东理工大学、天津科技大学、山东大学等高校和科研院所开展合作,近年来又共同参与了"十三五"国家重点研发计划"传统酿造食品"项目,以科技创新驱动品质革命,不断创新产品,优化白酒的风格和酒体设计,强有力的支撑了国井集团的高质量发展,成为了白酒乃

"可以说,国井集团正是牢牢抓住了科技创新这个牛鼻子,才有了今天'国香国井·国

至食品行业的品质典范。

20'的耀世登场",赵纪文说:"早在8年前,国井集团立志以科技为先导,突破鲁酒发展的短板,全面提升产品品质,意在参与全国高端市场的竞争。8年来,国井集团与合作各方不断拓展科研领域,加强白酒酿造的基础性理论研究,在白酒风味物质体系分析、酿造功能微生物识别与利用、白酒健康因子分析与应用、产区自然与人文环境对白酒质量的影响等多个方面,取得一系列重要研究成果,共同完成发明专利29项,发表论文109篇,取得科技进步奖36项。为中国白酒酿造的优化升级提供了重要的科研理论支撑。"

基于"共享科技发展成果,助推酒业科技创新"的初心,2012年,国井集团举办了"首届中国白酒科技高峰论坛",如今,在"中国白酒科技高峰论坛"永久举办地——高青,第六届中国白酒科技暨"国香国井"高峰论坛如期而至。此次论坛继续聚焦中国白酒的科技创新,深入研究中国白酒风味物质、白酒酿造微生物研究等基础性理论问题,充分发挥了中国白酒科技创新与成果交流的平台作用。

在论坛上,郑福平教授作了国家重点研发计划"传统酿造食品制造关键技术研究与装备开发"项目中期进展情况报告,指出,"制曲、上甑设备产业化示范、传统白酒固态酿造产业化示范、传统黄酒及葡萄酒酿造关键技术产业化示范"等项目,已经完成了白酒制曲装备示范,固态白酒酿造设备设计、组装等中期考核指标。随着项目的进展,已经取得了良好的经济社会生态效益。

孙宝国院士则从中国白酒国际化的角度,做了《国酒》的主题演讲。对于白酒产业的未来发展,孙宝国认为,未来,白酒产品发展趋势是"风味、健康双导向",白酒产业的发展趋势是"生产智慧化、市场国际化";白酒国际化是实现中华民族伟大复兴中国梦的重要标志之一,要上升为国家战略。

### 品类占位 高端引领

来自国家统计局的数据显示,2018年,规模以上白酒企业完成酿酒总产量871.20万千升,同比增长3.14%;完成销售收入5363.83亿元,同比增长12.88%;实现利润总额1250.50亿元,同比增长29.98%。分析以上数据可以看出,白酒行业的总产量与2017年相差无几,利润总额却实现了近30%的大幅增长。可见,在存量竞争的新周期下,白酒行业步入了高质量发展的上行通道,产业升级、产品升级成为白酒行业发展的新主题,千元价格带成为名酒品牌发力的新段位。

在论坛现场,王琦就指出,高品质白酒是极度稀缺资源,不足全国白酒产量1%,白酒消费仍处于一个"长期不缺酒,但长期缺好酒"的时代。未来,中国白酒将呈现风味和健康导向,未来的美酒必须拥有更丰富的健康活性因子、更低的酒度、更高的品质、更美妙的香气、更丰富的口感。

陈光高度评价国井集团"凝心聚力成就一瓶好酒"的发展理念。他以一个经济学家的眼光,全面回顾了全国名酒发展的基本情况,总结了"中国名酒"发展的基本经验,分析了中国白酒行业发展趋势,对国井集团今后的发展提出了一系列指导性建议。他认为,山东白酒市场容量在600亿—800亿元,山东白酒企业要顺应"宁愿少喝一点,也喝高端酒"消费新趋向,发力高端品牌,树立创新品类,向高端市场要未来。为此,国井集团要进一步抓品质、抓品牌、抓创新、抓服务,调结构,上水

平,拓市场,增效益,加速百亿规模的创建,引领鲁酒更好的实现高质量发展。

作为山东省委、省政府重点培育的百亿级白酒领军企业,国井集团重磅推出的高端新品——"国香国井·国 20",以特有的国酝香型剑指高端市场,率先进入千元价格带。在论坛现场,梁邦昌发布了 53°"国香国井·国 20"的产品鉴定评语。专家一致认为,该产品具有"微黄清亮透明,酱、芝、浓诸香融合,协调舒适,层次清晰,绵厚圆润,回味怡畅,空杯留香,风格气息典型鲜明"的特点。

在论坛现场,张锋国作了"国香国井印证文明"的专题报告,他指出,"国香国井·国20"精选优质高粱、玉米、大米、小米、糯米和小麦为原料,采用浓香、酱香、芝麻的工艺精华,其工艺核心内核在于二次发酵,严格按照传统白酒的储存方式,整合合作各方的科研力量,共同打造的一款精品;在感官特点上,具有酱芝馥郁、酱香、陈香、曲香、粮香、果香、芝麻香、花香,诸香协调;酱芝风韵独特,饮后舒适、自然,低醉度、醒酒快,空杯留香持久,似兰芝之香,咖啡之香,优雅飘逸。

### 科技引领 两大研究院成立

为落实山东省《关于加快培育白酒骨干企业和知名品牌的指导意见》,聚焦"优势产区为龙头,以骨干企业为龙头"的发展思路,加强对新品类、新香型的探索,中国白酒香型研究院、中国白酒高青产区研究院揭牌成立。

孙宝国院士等与会专家、领导一致认为, 白酒富含风味物质和健康因子,白酒产品发展趋势是"风味、健康双导向",创新产品香型、提升产品品质,强化产区聚合力,成为白酒行业共同的努力方向。

多年来,国井集团已经拥有了白酒行业首家院士工作站、首家国家级技能大师工作室"张锋国技能大师工作室"、国家级博士后科研工作站、山东省纯粮固态发酵工程技术研究中心等国家级省级科研平台。国井集团胸怀鲁酒振兴的战略目标,致力于推动以科技之手推动行业的香型创新,"中国白酒香型研究院"应运而生。中国白酒香型研究院将充分发挥独有的"国香国井"优势,加速推进白酒香型的基础研究和产业发展,加强新品类、新香型的探索,通过推进白酒香型融合与创新,培植和壮大未来的市场竞争新优势。

如果说,中国白酒香型研究院的成立,是 国井集团加强科技成果转化、抢抓鲁酒高端 市场新机遇的体现,那么,中国白酒高青产区 研究院的成立,则展现了国井集团实业报国、 铸就中国白酒优质产区的决心和信心。

就像一提到酱香品类,就联想到遵义产区,一提到浓香品类,就联想到宜宾产区,一提到清香品类,就联想到日梁产区一样;中国白酒高青产区研究院,将充分发挥高青的天然区位优势,打造"高青北纬37度黄河安澜湾美酒产区",突出"国香国井"这一创新品类,使产区与产品品牌相得益彰,共同形成了强有力的消费认知。

为推动高青白酒产业做大做强,高青县政府特别聘任了马勇、王琦、梁邦昌、漆云兰、宋全厚、程池、郑福平、范文来、姜祖模、郭友武、薛剑锐、袁建国,为高青县白酒产业发展顾问。

### 科技照耀"国香国井"耀世启航

同期,国家重点研发计划课题《传统酿造

食品微生物菌种资源挖掘与评价》2019年度 工作会议在国井集团举行。

国井集团历来重视科技的力量,相信科技的力量,执着于科技创新推动产品品质的提升、产品品牌的提升和企业形象的提升。早在8年前,国井集团就与北京工商大学孙宝国院士团队、中国食品发酵工业研究院、山东省食品发酵工业研究设计院,以及江南大学、山东理工大学、天津科技大学、山东大学等高校和科研机构展开合作,各方发挥自身优势,建立起中国白酒产学研合作创新组织体系,创立了"中国白酒科技高峰论坛"。每一届论坛上发布的科技新成果,都为白酒行业的科技创新带来了一股新风,成为中国白酒科技创新与成果交流的重要平台。

今天,在白酒行业进入品质竞争的新周期下,国井集团重磅推出了"国酝香型"高端新品——"国香国井"。作为山东省委省政府重点培育的百亿级白酒领军企业,国井集团通过国香国井的新品发布以高端品质占领高端市场,引领鲁酒进入千元时代,竖起了鲁酒高端化的大旗。

高质量的发展之路,离不开科技的创新与引领。为促进中国白酒行业科技进步,总结交流"十三五"国家重点研发计划中期成果及收获,第六届中国白酒科技暨"国香国井"高峰论坛将对"国香国井"高端产品工艺技术、风格特点进行研讨,汇集各位专家学者,共同梳理和剖析中国白酒科技创新,助力品质化、高端化发展的内核动力,为提升中国白酒的技术水平提供更多的新思路和新举措。

新举措。 据悉,会议分为主题演讲、论坛交流等 多个环节。中国工程院院士、北京工商大学 校长孙宝国将做主旨演讲,国务院发展研究 中心研究员漆云兰将做专题报告,北京工商 大学郑福平教授将作"十三五"国家重点研 发计划"传统酿造食品制造关键技术研究与 装备"项目情况报告,著名白酒专家梁邦昌 将进行现场发言并宣读"国香国井"鉴定报 告,国井集团副总裁张锋国将作"国香国 井"的专题报告等,业内外大咖共同聚焦中 国白酒的科技创新,深入研究中国白酒风味 物质、白酒酿造微生物研究等基础性理论问 题,必将给大家呈现一道科技照耀鲁酒前行 的饕餮盛宴。

广告

## 独家协办

中国食品工业协会 酒类食品高新技术培训中心

|四川省川技王 | 酒类研究设计院

四川省广元市 酒类技术研究所

> [ (0839)3600888 | (0839)3602639

# 劲酒多元化的 战略布局

■ 刘玉婷

这是一盘布局已久的棋。

近日,青稞酒生产企业青海互助青稞酒股份有限公司(简称"青青稞酒")发布公告称,5月20日,公司与湖北正涵投资有限公司(简称"湖北正涵")签订了《战略投资合作框架协议》,湖北正涵拟通过受让3%的股份,成为公司的战略股东。湖北正涵在完成持有3%股份之日起36个月内不进行任何减持。

值得注意的是,此次入股青青稞酒的湖北正涵实际控制人为吴少勋,由吴少勋持股99%, 劲牌有限公司持股1%。而吴少勋也是保健酒品牌劲牌的创始人,持有劲牌有限公司的99%股份。

#### 看似突发 实则水到渠成

早在2018年7月,青青稞酒发布公告,同意聘任鲁水龙、张芬军为青青稞酒副总经理。有意思的是,被聘任为青青稞酒副总经理的鲁水龙、张芬军,有着相似的工作履历,且都曾在劲牌公司工作过一段时间。

也就是说,青青稞酒与劲牌,千丝万缕。这比单纯的入股更为"有劲",也提供了更多具有想象空间的可能性。

数据显示,2018年,青青稞酒实现营业收入约为13.49亿元,同比增幅在2%左右;归属于上市公司股东的净利润不到1.08亿元,相较于2017年约为-0.94亿元,增幅在214%左右,扭亏为盈。

青青稞酒方面表示,2018年,公司在 西北地区实行天佑德品牌产品矩阵,重点聚 焦在零售终端渠道,选择性开发餐饮渠道; 在全国其他不同区域市场坚持单一品牌、核 心单品模式,积极调配资源确保核心市场得 以稳定、持续发展;加速推进小黑青稞酒全 国化市场招商布局,小瓶酒市场开拓初显成 效。

### 珍珑棋局 远不止此

在保健酒野蛮生长的时代,市场迅速扩充,销售额蹿升。行业数据显示,2017年保健酒在全国的销售总额约为400.34亿元,这相比于6年前的8亿规模,是指数增长。

恰是在 2017 年这个保健酒黄金年份, 劲牌迈入百亿阵营。劲牌从此有了个标签——"靠卖十元酒卖出百亿营收额的奇迹", 巅峰时占据了保健酒市场三分之一的市场份额。

2017-2018 年度(2017 年 6 月 27 日—2018 年 6 月 26 日),劲牌销售额同比增长11.51%。其中保健酒品类依旧是劲牌公司业绩的中坚力量,核心产品中国劲酒 125ml是业绩的主要来源,同比依然保持增长态势。

焦虑伴随巅峰时刻一起到来。市场扩容 放缓的同时,白酒巨头杀入保健酒市场,小酒品类崛起,劲酒的"绝对竞争优势"被稀释,寻求新的产品增长点成为劲牌公司的重点发展导向。

就在此时,吴少勋的多元化布局陆续崭 露头角,棋局大开。

其中最漂亮的一记"神助攻"来自毛铺金养酒,已经成为劲牌继"中国劲酒"外的另一自主品牌。

在 2017-2018 年度劲牌销售额总体同比增长 11.51%的情况下,毛铺金荞酒的增长达到 53.28%,毛铺黑荞酒、毛铺小荞酒也保持 2 位数增长。在劲牌公司内部的战略规划中,也希冀毛铺苦荞酒能与劲酒并行,两条腿走路,承担劲牌公司"双百亿品牌"的宏伟目标。

### 劲牌也将目光转向非保健酒领域

2016 年劲牌出资约 1.7 亿元,收购该仁怀市大型民营酒企国宝旗下的台轩酒业95%的股份,后将此厂区低调改名为毛铺健

同年 12 月 14 日,劲牌再度出手,拿下 贵州茅台镇国宝酒厂老厂区。

劲酒对酱香基酒产能的需求显而易见。 要知道,国宝酒业是中国酒都首屈一指的产 能破万,产值超 10 亿元的酱香白酒规模酿 造企业。

一方面,毛铺苦荞酒生产工序中需要酱香型基酒作为"调味酒",这是眼下所需。但此举更为深远的意义在于,劲牌的酱香产业链布局得以深化。

加之近日的战略入股青青稞酒,很明显,劲酒通过并购等方式,已经涉足浓、酱、米、清香市场。借力渠道优势和品牌优势,迅速整合行业优势资源,多元化布局的同时,又保持了自身深耕细分市场的优势。

当然,多元化发展道路如何拿捏适度,就如同劲酒的那句广告词,"劲酒虽好,可不要贪杯哟",这不止是劲牌的考卷,更是全行业酒企品牌谋其发展道路上的一个十字路口,甚至是一道坎。