

广告

G-R 官荣评分鉴评 | 十七大名酒

## 洋河大曲



度数:55%vol  
生产日期:1988-1993年  
G-R 官荣评分:96分  
G-R 酒评:洋河大曲是中国的八大名酒之一,产于江苏省宿城区,用当地“美人泉”的水酿制而成;属浓香型,有入口甜、落口绵、酒性软、回味的特点。  
单瓶估价:4000-8000  
收藏指数:四星

## 汾酒



度数:55%vol  
生产日期:1988-1993年  
G-R 官荣评分:96分  
G-R 酒评:1952年入选首届“中国四大名酒”。是清香型白酒的典型代表,工艺精湛,源远流长,素以入口绵、落口甜、饮后余香、回味悠长特色而著称,有色、香、味三绝的美誉,是清香型白酒的典型代表。  
单瓶估价:4000-8000  
收藏指数:四星

## 古井贡酒



度数:55%vol  
生产日期:1988-1994年  
G-R 官荣评分:96分  
G-R 酒评:古井贡酒是中国的八大名酒之一,有“酒中牡丹”之称;属浓香型大曲酒,四次蝉联全国白酒评比金奖,有“色清如水晶、香纯似幽兰、入口甘美醇和、回味经久不息”的独特风格。  
单瓶估价:3000-6000  
收藏指数:四星

# 西凤酒:技术、文化、数字化三大创新 用老名酒讲新故事

■ 酒业家团队

跨越千年,古今丝绸之路再次在陕西重登。  
“要用全球化语言讲好西凤酒故事,讲好中国故事,扩大西凤酒的朋友圈。”会上,陕西西凤酒厂集团有限公司党委书记、董事长张正表示。

### 三大创新助力西凤发展

两千多年前,汉朝使臣张骞出使西域,开启了丝绸之路的“凿空之旅”。  
2013年,国家提出共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的“一带一路”倡议,给世界各国打开了一扇读懂中国的文化之窗,也为中国白酒与世界的沟通提供了良好的平台。

作为“四大名酒”之一的西凤酒,在“一带一路”的倡议下,通过“引进来”和“走出去”迎来了新的机遇期。同时,西凤发挥自身优势,在技术、文化和数字化三个方面进行了创新。

在技术层面,本次大会上国家食品质量监督检验中心主任宋全厚先生发布了《西凤酒典型生物活性成分及其生成规律研究成果》。研究内容显示,陕西西凤酒股份有限公司和陕西科技大学共同合作,选取中国十二大香型白酒作为对比,发现西凤酒中存在远高于其它所有香型白酒的7种特征功能成分,经中国轻工业联合会组织全国著名白酒专家鉴定,认为鉴定资料严谨完善,研究方法科学,项目达到国际先进水平。

在文化方面,西凤酒用全球征文大赛的方式实现了传统文化与西凤酒的再次碰撞。大赛共收到全球11个国家和地区的1819篇作品。最终,专家组共评出特等奖1名,一等奖5名,二等奖25名,三等奖80名,优秀奖100名。作品中,陕西西凤酒的故事以各种方式得到呈现。

在数字化方面,西凤酒股份有限公司副董事长、总经理贾智勇发布了《西凤酒智能化、数字化工厂建设方案》。方案中显示,西凤白酒数字化工厂建设项目是列入工信部2019年的智能制造项目之一。项目总体规划为3步:第一步完成工厂整体规划,包括制曲、酿酒、包装生产等基本建设方面,以及数据的采集;第二步完成系统集成;第三步完成PRM建设,最终实现中央调控全厂生产的自动化,信息化工厂。

### 扩大西凤酒的国际朋友圈

“面对新机遇,无论是立足国内发展,还是放眼国际市场,中国白酒要用世界语言和世界智慧做好文章,讲好故事,推进产业高质量发展,这是新时代赋予我们当代酿酒人的使命。”张正表示。  
对于如何“走出去”扩大西凤酒的国际朋友圈,张正则从五个方面讲述了西凤的发展规划。  
第一,做好品质大文章,讲好传承与创新的匠心故事。据张正介绍,西凤集团多年来坚守初心、弘扬匠心,大力推进产品创新和品质提升。当前,西凤正在复制推广原粮基地的建设模式,优化信息化管控与管理,完善“西凤工匠”“西凤专家”评聘机制。  
第二,掌握数字经济模式,用互联网传递中国白酒的时尚故事。互联网时代,新消费群体正在主导和构建新的饮酒消费观念、消费模式和消费习惯。张正认为,白酒需围绕新消费群体年轻化、时尚化、个性化需求,积极开展白酒时尚文化探索,从视觉、包装、情怀上为产品注入现代特质,借助数字经济,助力中国白酒市场的全覆盖和不断迭代。

### 超预期完成目标

记者:辞去总经理职位基于什么考虑?  
范祥福:我虽然辞任总经理一职,但继续担任董事长。从1998年离开香港,这20多年来我辗转过许多地方。2003年开始在内地工作,至今已经16年,这16年来回香港陪家人的时间很少。到了62岁这个年龄,我在思考如何将时间更合理地分配,留下更多时间陪伴家人。  
同时,白酒行业是市场反应最快的行业之一,水井坊总经理一职需要很强的体力和脑力来支撑。2016年我们开始做核心门店,

“要用全球化语言讲好西凤酒故事,讲好中国故事,扩大西凤酒的朋友圈。”  
6月12日,由中国酒类流通协会支持,陕西西凤酒厂集团有限公司主办,国际城市文学会、陕西省精短小说研究会协办的“国脉凤香·中国故事,西凤酒‘一带一路’高峰论坛暨全球征文大赛颁奖盛典”在陕西宝鸡东岭皇冠假日酒店举行。并共商“一带一路”新形势下西凤的发展路径。



力中国白酒市场的全覆盖和不断迭代。

第三,响应新时代号召,讲好中国品牌的国际故事。张正表示,西凤酒将以国际意见领袖、华人华侨、华人居住区等为桥梁和平台,与有着丰富酒文化的国家加强酒文化的研究、酒品质的探讨,推动中国白酒品质与品牌获得国际认可,努力实现经济效益和品牌效益的双丰收,扩大西凤酒的世界朋友圈。

第四,坚定区域优势自信,构建产区联动的共赢故事。地跨黄河、长江流域,作为华夏文明和农耕文明的肇始之地,陕西是有着无可比拟的地域和文化优势。据张正介绍,近年来西凤从资金、技术、研发和人才等方面,发挥龙头企业优势,引领和构建陕西酒特色产区。针对白酒产业贯通一、二、三产业的特点,西凤将致力于拉长产业链、厚植特色产业优势,推动传统产业与新业态融合发展,助力地方经济社会建设。

第五,发挥白酒文化属性,讲好古今丝绸之路上的文化故事。陕西既是中华文明的发祥地,又是古丝绸之路的起点。张正表示,西凤将进一步创新思路,依托深厚的文化积淀,探索文化转化、传播、渗透的新理念、新载体,塑造“梦回大唐寻她千百度,蓦然回首,那人那景就在身边”的情感和体验,让消费者感受中国文化的魅力、感受中华文明之影响。

### 老名酒,新故事

多年来,关于西凤酒的故事不断流传于三秦大地。

“事实上,西凤有很多的故事,未来要更好地讲述出来。”贾志勇在讲话中表示。

那么,在新形势下,老名酒西凤应该如何讲好故事,如何讲述新故事?

“西凤酒要在未来可持续发展中越做越强,得打好文化这张牌”。陕西省企业建设协会会长张培合先生表示。对此,他从两个方面进行了具体阐述:

一方面要从深厚的历史文化中去挖掘、提炼,将故事讲得生动、鲜活。

另一方面要讲好苏轼的故事。苏轼在凤翔近四年的时间中创造了130多篇著名的作品,其中不乏传世不朽的名作。西凤酒可以对中华优秀传统文化进行创新性转化,以现代的视角、现代的语言讲好苏轼的故事,助力西凤酒品牌形象的传播。

网易传媒副总裁张晨女士对此表示了认可。她认为,以文化渗透作为积淀是西凤酒打好“文化牌”最好的方式。把文化的渗透、品牌的传播、内容价值的传播融合在一起是西凤的新机会,也是西凤不断发展的新契机。

对于具体如何讲好西凤故事,小米公司互联网商业部酒业顾问、北京酒类流通行业协会秘书长程万松则从“信、达、雅”三个方面进行了总结:信,即把产品讲清楚,让消费者知道你是谁;达,就是表达方式要好,让消费者能接受,让西凤酒的品质,有一种人设的对应;雅,即让西凤酒高雅起来。

“一带一路”对西凤而言,是机遇,也是挑战。可以看出,西凤已经“张弓搭箭”做好了准备,且让我们期待扬帆起航的西凤如何涅槃。

# 水井坊董事长范祥福:继续聚焦次高端及高端白酒板块

■ 康曦

2018年和2019年一季度水井坊交出了靓丽的成绩单,净利润增幅分别达72.72%和41.16%。在业绩稳步提升之时,公司近日的一则人事变动引起了市场关注。公司5月10日晚公告,范祥福因个人原因,将于7月1日起辞去其担任的总经理职务,继续担任公司董事长职务;据董事会提名,自7月1日起聘任危永标为公司总经理。

范祥福对中国证券报记者表示,辞去总经理一职希望多点时间陪伴家人。水井坊总经理一职需要很强的体力和脑力支撑,而他近年来体力一直在下降,希望能在此时激流勇退,把担子交给下一任接班人。对于危永标,范祥福称其是一位眼光高远有能力的管理者。水井坊现阶段将继续聚焦次高端及高端板块,并通过六大战略实现这一目标。

### 超预期完成目标

记者:辞去总经理职位基于什么考虑?  
范祥福:我虽然辞任总经理一职,但继续担任董事长。从1998年离开香港,这20多年来我辗转过许多地方。2003年开始在内地工作,至今已经16年,这16年来回香港陪家人的时间很少。到了62岁这个年龄,我在思考如何将时间更合理地分配,留下更多时间陪伴家人。  
同时,白酒行业是市场反应最快的行业之一,水井坊总经理一职需要很强的体力和脑力来支撑。2016年我们开始做核心门店,



半年后基本上所有的酒企都在做核心门店。近年来,我感觉体力一直在下降,在公司发展良好的时候,我选择激流勇退,将这个担子交给下一任。

公司招聘总经理时,危永标是备选中最好的一位。他眼光高远,1991年在香港毕业后在内地工作了28年。他有很强的市场洞察力和认知力,工作能力卓越。

在28年的职业生涯中,危永标只在2家公司工作过。公司与危永标接触过程中,觉得双方很匹配,而且危永标对水井坊的业务掌握程度已经很高。

记者:水井坊的发展是否达到预期?

范祥福:我2015年10月加入水井坊,同年11月就被要求提交5年发展计划给公司董事会批准。当时,距我加入公司仅1个月零10天,之前从来不懂白酒,全行业都不知道白酒行业低迷还会持续多久。最后只用了3年半时间,就超越了我制定的5年目标。

### 行业发展六个特点

记者:如何看待白酒行业2019年发展趋势?

范祥福:将呈现六个特点。一是消费群体的转变和持续高端化。白酒消费结构发生改变,个人和商务消费取代政务消费成为市场消费主体;消费升级和价格提升成为白酒行业长期增长的驱动力,未来的行业增长是价值增长。二是马太效应和品牌分化表现。强者恒强的马太效应加剧品牌间两极分化。纳入国家统计局范畴的白酒企业数量从2017年的1593家净减少到2018年的1445家。三是竞争加剧。300-600元仍然是行业增速最快的板块,并吸引600元以上和300元以下板块的领先企业进入,加剧了竞争。四是市场投入加大。为了布局未来,赢得市场份额,各品牌都在加大投入市场费用,用于营销网络的拓展和终端门店建设。五是数字化。业内领先的白酒品牌纷纷加大在数字化方面的投入,增强销售执行能力,提升渠道管理和消费者互动的效率和效能。六是健康意识。不断推出创新产品,吸引年轻一代的饮酒者和发展健康白酒。

目前来看,成效有限。

记者:如何看待近期部分白酒企业提价?

范祥福:涨价能否持续消费者说了算。从今年1月开始,部分酒企开始提价,大部分白酒从业者的操作手法是先提价,然后停止供货。但水井坊的提价是真正的提价,不会停止供货。提价会根据市场价格、库存等多方面因素决定。

### 推进六大战略

记者:如何看待市值管理?

范祥福:水井坊本身并不注重公司股价。我们只需要做对的事情,股价自然会有反映,不会因为股价而做一些事情。

记者:水井坊的费用投入与同行相比为何偏高?

范祥福:我们虽然有600多年的酒坊,但水井坊这个品牌2000年上市,只有19年的品牌历史,与其他品牌的起步点不同。我们需要加大市场投入,强化消费者的认知。

记者:公司2019年的发展规划是什么?

范祥福:2019年,公司计划实现销售收入33.83亿元,税后净利润7.53亿元。现阶段继续聚焦次高端及高端板块,通过六大战略实现这一目标。一是持续投入水井坊品牌建设,二是通过核心门店3.0项目聚焦必赢市场并实现销售网络扩张,三是提高效率以便能投入更多资源促进增长,四是在数字化时代信息化系统并提升数字化决策的能力,五是持续投入人才发展以促进公司成长,六是确保供应链的稳定可持续发展。