

2019 川酒振兴“冲刺年”



2018年,白酒行业向优质产能集中、优势品牌集中的态势越来越明朗化,加速了行业新一轮淘汰机制的到来。而在此过程中,中国白酒金三角的白酒产业集群扛起了中国白酒产业的半壁河山,川酒扮演着愈发重要的角色。

为全面提升川酒品牌价值和竞争力,继续推进中国白酒金三角产区白酒产业持续健康发展,7月12日,由四川中国白酒金三角酒业协会与宜宾五粮液集团有限公司联合举办的2019年四川白酒行业年会在宜宾举行。

四川中国白酒金三角酒业协会理事长王少雄,四川中国白酒金三角酒业协会会长王国春,四川中国白酒金三角酒业协会副会长张玉山,四川省经济和信息化厅副厅长冯锦花,四川中国白酒金三角酒业协会专职副会长兼秘书长李富荣,四川中国白酒金三角产业发展研究院常务副院长杨继端,四川中国白酒金三角酒业协会副会长陈吉福,四川省经济和信息化厅酒业发展处处长杨健,四川省经济和信息化厅国酒金三角推进办副主任方建程,五粮液集团有限公司党委书记、董事长李曙光,泸州老窖股份有限公司党委副书记、总经理林锋,以及各地区产业主管单位、科研机构、行业协会代表,专家代表,四川中国白酒金三角酒业协会会员单位代表出席会议。

川酒持续向好 重点工作有序推进

2018年,川酒实现营业收入2372亿元,同比增长15.1%,延续了2017年稳中向好的表现。作为指导川酒发展的核心单位,四川中国白酒金三角酒业协会(以下简称协会)自2012年成立以来,便不断整合优势资源、推动结构调整、促进产业升级,保障和促进了川酒平稳较快发展。

会上,四川中国白酒金三角酒业协会本届轮值主席李曙光做了协会2018年度工作报告,对协会在2018年的工作做了总结,同时公布2019年度工作计划,对接下来的工作

重点做了详细的部署。

根据四川中国白酒金三角酒业协会轮值主席(单位)制度,轮值主席单位每届任期二年,下一届轮值主席将由泸州老窖股份有限公司党委书记、董事长刘淼担任。

会上,林锋代刘淼发表了讲话:“当前,随着国家一带一路的加速推进,国际化正成为新趋势,以剑南春为代表的企业走向世界,这是为中国白酒拼抢未来。共享、创新、更可持续的发展,已成为川酒企业发展的重要使命。”同时为进一步提升川酒企业美誉度,彰显川酒的责任与担当,他强调,川酒企业需要重点做好以下5项工作:1、推动文化的发展;2、促进创新的发展;3、把握新技术发展;4、坚持开放式发展;5、可持续发展。

会上四川中国白酒金三角酒业协会理事长王少雄发表讲话:“2018年省委常委会提出‘川酒振兴计划’,明确要高质量地打造‘中国白酒金三角’,从另一个角度来说政府高度重视白酒产业发展。目前白酒产业整体发展良好,逐步呈现‘稳中有升’的良好态势,四川白酒产业发展仍然存在的问题不容忽视,对此我们一定要有清醒的认识。科学分析当前形势,准确把握我省白酒产业发展大局,进一步坚定推进全省白酒产业转型升级创新发展的决心和信心。”

2018年 川酒有哪些成绩?

从李曙光的报告中可以看到,2018年川酒主要有4大关键词——品牌、原酒、人才和技术。

品牌方面,“川酒全国行”活动取得圆满成功,进一步宣传推广了川酒文化,提升了“六朵金花”及四川省第二梯队名酒品牌的影响力。在川酒“腰部”力量上,评选出“首届四川省十朵小金花白酒企业”,助推川酒品牌梯队建设。此外,《川酒观察》微信公众号于2018年12月成立,该公众号是四川省第一个系统宣传川酒自然、历史、文化、技艺、企业、人物、品质、品牌等方面优势资源的新媒体平台。



原酒方面,四川原酒联盟正式成立,将不断引领四川省原酒企业抱团发展,共同宣传、维护四川优质原酒产区概念,优化四川原酒资源配置,巩固四川省原酒市场优势地位。2018年初,《四川浓香型纯粮固态法原酒》制订标准送审稿出炉,进一步完善川酒行业质量体系。

人才方面,各项技能培训和竞赛工作有序开展,“五粮液杯”中国白酒新生代酒品超级调酒大赛已成为国内最顶级的白酒鸡尾酒赛事,深入推进了川酒新生代战略。同时,大师工作室建设工作有序推进,为四川省白酒专家搭建起了宣传展示平台。

技术方面,包括启动了浓香型白酒老窖池认定及建档工作,以夯实川酒高质量发展基础;着力推进川酒酿造机械智能化改造及试点工作。

此外,2018年,协会组织了多次行业调研活动,结合省内外白酒行业生产、管理、营销第一线调研考察的成果,对川酒发展中存在的主要问题进行了深入分析研究,帮助四川白酒企业了解行业信息,掌握行业发展趋势,反映企业发展诉求。

决胜3500亿 川酒如何冲刺?

根据四川省人民政府办公厅发布的《关于推进白酒产业供给侧结构性改革加快转型升级的指导意见》,“到2020年,全省规模以上白酒产业主营业务收入达到3500亿元”。

2019年作为川酒“冲刺年”,已定下主营业务增速达到12%,利润增速达到15%的目标,对川酒3500亿的目标起着决定性的作用。川酒的龙头企业们已纷纷摩拳擦掌,五粮液2019年营收目标锁定500亿、泸州老窖2020年超过200亿、郎酒2020年突破200亿……

而这次大会,张良做了四川省原酒联盟2018年度工作报告,举行了“首届四川省十朵小金花白酒企业”授牌仪式。可以看到,四川省原酒联盟和十朵小金花也将是川酒下一步

发展的主角。

李曙光在报告中指出,协会将围绕工作目标,重点抓好11项工作,其中就重点涉及了“十朵小金花”品牌管理宣传工作、支持四川原酒联盟成立“四川金三角原酒股份有限公司”以及启动“四川原酒二十强企业”评选工作。

此外,还包括抓好《川酒观察》微信公众号建设运营工作;做好2019年“川酒振兴大国浓香——全国媒体川酒四大产区行”大型宣传工作;做好“五粮液杯”2019中国白酒新生代酒品超级调酒大赛策划组织工作;全面开展浓香型优质老窖池认定建档工作;引导推动川酒企业实施机械化、智能化、信息化改造;加强标准制定,培育多项白酒团体标准;抓好人才培养与技能竞赛;全力支持省级主管部门、重要产区各项活动,助推川酒开拓市场。

根据四川省下发的《优质白酒产业振兴发展培育工作2019年度工作计划》,2019年川酒的工作重点包括品牌提升、提质增效、市场开拓、创新驱动和人才科技,囊括了李曙光提到的11项工作内容。

王少雄最后指出:无论是原酒,还是优势品牌酒也好,一定要同心协力、抱团取暖、整合资源,通过设立专项基金、搭建信息化平台、整合研究团队、搭建专门营销包装策划团队等方式,围绕重塑提升川酒整体形象这个核心,以市场化方式开展川酒区域品牌、原酒品牌培育和运营、优质品牌价值提升,川酒历史文化、川酒传统酿造工艺挖掘、收集、整理和传承,引领白酒消费行为和习惯、培育川酒消费市场,推动川酒文化与旅游、康养等跨产业融合发展,打造川酒的整体品牌。

中国经济正处于高质量发展关键期,白酒面临新的机遇和挑战,四川白酒也正面临产业结构调整,林锋表示:“四川白酒拥有不可多得的文化资源,要与现代文化产业融合,同时随着互联网快速发展,信息技术正在改变行业的格局,五粮液是我们广大川酒学习的榜样。”(据中国酒业新闻网)

宝丰:科技创新夯实高质量发展基石

陈振翔

当记者走进河南宝丰酒业有限公司的酿造车间时,工人们正在紧张生产,蒸汽弥漫、清香四溢,一派热火朝天的景象。

已是盛夏,按照传统酿酒工艺,夏天气温高,不适合酿酒,为何这里还在酿酒?

面对记者的疑问,宝丰酒业常务副总经理葛少华是这样回答的,宝丰酒采用“多曲种混合高温堆积生产工艺”,该技术手段通过多种大曲混合使用,使生产的基础酒既有清香型白酒的清静典雅,又有其他香型酒的醇厚丰满,“这是宝丰酒坚守传统工艺和不断进行科技创新的结晶,也是未来宝丰酒飞速发展的基石。”

传承 名酒蝶变再创辉煌

宝丰酒以“仪狄造酒”古法为传承,不断发展创新,凭借“清香纯正、绵甜柔和、甘润爽口、回味悠长”等特点,成为清香型白酒的典型代表。

1947年,中国人民解放军陈谢兵团解放宝丰后,建立“豫鄂陕边区第五军分区酒局”。1948年10月,移交宝丰县红色政权,后更名为地方国营宝丰县裕昌源酒厂。1955年10月,改称“地方国营宝丰县酒厂”。1956年3月,宝丰酒厂生产的宝丰牌(高级)白酒,被河南省轻工厅和河南省粮食厅审定为河南名酒。1959年,经河南省批准国家投资4.8万元进行扩建,当年产值达45.6万元,比1949年增长了20倍。

1965年4月至7月,河南省轻工厅以李绍周、李海林为主,抽调全省的技术力量,成立提升宝丰高级白酒质量试点组,对传统工艺进行改革,产品质量有了大幅度提高。1965年9月,轻工部在山东烟台召开的全国白酒专业会议上,该产品被评为同类产品第一名。

品质是企业的灵魂。1989年,宝丰酒荣膺“中国名酒”,成为十七大名酒后,品质显得更为重要。

众所周知,宝丰酒的选材精益求精,酿酒工艺已是传承千年。精选优质高粱,采用“二次分级,二次勾调,二次贮藏”等精深古法酿酒技艺,具有典型清香、口感纯正自然,酒体清凉澄明、醇厚丰满、柔爽甜净,饮用后余味悠长等特点。陶瓷地缸发酵是宝丰酒作为清香型白酒酿造工艺上的古老传统,宝丰酒生产一直沿用传统的“固态地缸分离发酵法”。将冷散加曲的醅料放入地缸,入缸时醅料不能压得太紧,也不能过松,再用缸盖密封。

陶瓷地缸虽深埋地下,但醅料却不与泥土直接接触,发酵时可以充分糖化吸收有益的微生物,却不会产生污染和杂味。

2006年4月,河南洁石实业集团入主宝丰酒厂后,为创新传承清香型白酒酿造工艺,创建了河南省清香白酒酿造工程技术研究中心,针对酿造车间开展“利用水温影响和调控发酵温度”,改传统工艺靠自然控制人为控制。根据地缸发酵易受周边温度影响,采取向周围注水利用水温影响和调控发酵温度以确保各发酵阶段所需最佳温度,满足了宝丰酒“前缓、中挺、后缓落”的发酵原则,并对9个厂棚42个生产班的发酵容器进行技术改造,采用新工艺,使原酒出酒率提高5%以上,优品率提高2个百分点。

“十一五”期间,宝丰酒业完成“蒸馏冷却水引入锅炉烧水制汽新技术”“电脑自动化勾兑系统”“锅炉燃煤系统改造”“污水处理系统改造”“利用多粮发酵”“多功能微生物发酵”“高温堆积”“延长发酵期”“芝麻香型新工艺生产调味酒”等数十项新技术、新工艺和技术改造项目,使宝丰酒千年底得以延续。

通过采用水温影响和调控地缸发酵、蒸馏冷却水循环使用等大量新技术、新工艺的开发应用,实现宝丰酒年产原酒2万多吨,以国色清香系列为核心主导产品,打开了国色清香品牌,树立了宝丰酒在河南的新形象,清香型酒比重由原来的30%提高到88%。

创新 成就“宝丰”品质战略

没有科技创新,产品品质就很难保证。宝



丰酒业早在1983年就建立了厂办酿酒科学研究所,在河南省白酒行业是第一家厂办研究机构,主要从事新技术、新产品的开发和白酒生产工艺的研究工作。通过不断发展壮大,宝丰酒业2000年被认定为省级企业技术中心,2009年被批准为河南省清香型白酒酿造工程技术研究中心。

俗话说,粮好才能酒好。酿酒是一个系统工程,从选粮开始就严把品质关,要求优质高粱必须颗粒饱满、皮薄肉实、无霉变、无虫蛀、清静无杂质。而宝丰酒制曲用的原料为优质的大麦、小麦和颗粒饱满的豌豆。在酿酒环节,要求高粱粉碎成4瓣、6瓣、8瓣。

“宝丰酒业在全国首创开展了‘微波老熟白酒新工艺’项目研究,该技术对白酒催陈效果明显,获轻工部科技进步奖。独立研制的低度白酒‘清香型39度宝丰酒’获河南省科技进步三等奖,填补了当时国内清香型低度白酒生产上的空白。”葛少华说。

在加强自主创新的同时,大力引进外部资源,先后与江南大学、中科院成都生物研究所等高等院校、科研机构进行合作攻关,邀请国内著名白酒专家现场指导,对制曲、酿造、勾调、灌装等重点工艺进行改进,建立了完善的全面质量管理体系,确保产品质量。

与此同时,宝丰酒业与中科院成都生物研究所合作完成的“功能菌在清香型宝丰酒生产工艺中的应用研究”,2012年被评为市科学技术进步特等奖;与轻工部食品发酵研究所、江苏省陶瓷研究所合作完成的“陶器材质

对白酒质量影响因素的研究”项目,获省轻工厅科技进步二等奖;宝丰酒业结合国际最新技术,建立组合前处理分离方法的平台,重点分析酒中各类化合物,从而形成了宝丰酒独特的香气成分,为宝丰酒的勾调提供了技术基础。

宝丰酒在传承中不断创新,按照“科学化、规范化、标准化、精细化”的目标,制定企业的管理标准、技术标准,并认真贯彻执行,不断提高企业的管理水平。宝丰酒业公司ISO9000质量管理体系连续19年有效运行和宝丰酒产品连续12次通过国优认证的成功经验,保证从原料采购、到制曲、酿造、储存、勾调、灌装、销售等生产过程的各个工序、各个环节都始终处于受控状态,实现可追溯、可控制,从而确保产品质量的稳定提升。

2006年以来,宝丰酒业大胆创新,先后生产出了“多粮调味酒”“延长发酵期调味酒”“晾堂堆积发酵调味酒”,并在制作调味酒的过程中,采用生物技术,添加如复合产酸菌、嗜热芽孢杆菌的试验,在生产使用过程中取得了显著效果。为了增加清香大曲酒的幽雅复合成分,自2008年开始,研制了“高温曲”。同时,积极探索高温大曲与清蒸二次清工艺的结合,通过高温大曲的合理使用,提高宝丰酒的复合感。并对清香型宝丰酒风味特征的形成及工艺集成技术进行研究,确立宝丰酒的风格特征成分,剖析形成宝丰酒独特风味的微量成分和功能微生物,进一步完善传统的宝丰酒工艺,提高了宝丰酒的内在质量。

五粮液宣布 取消4家专卖店 处罚8家经销商

刘保健

记者获悉,7月5日、8日、11日,宜宾五粮液股份有限公司联合督导组先后下发《取消乌鲁木齐中品汇贸易有限公司专卖店经销权的通报》、《取消安徽利享源商贸有限公司专卖店经销权的通报》、《取消哈尔滨天世润锦汇经贸有限公司专卖店经销权的通报》、《对四川紫旺达商贸有限公司第八代五粮液流入批发市场的处罚通报》、《对北京和诣君源科贸有限公司经典五粮液跨渠道销售进入社会化终端处理的通知》、《对沧州市醇香源糖酒有限公司等三家经销商(专卖店)跨区域/渠道供货行为的处罚通知》,以及《对第八代五粮液上市以来经销商、终端异常扫码对营销战区进行处理的通报》7份通报。

通报显示,因违反契约精神,4家专卖店被取消经销权,4家经销商被处罚;3个营销战区扣减绩效评分各10分,2个市场总监、3个战区总经理通报批评,3个营销基地总经理扣减年度绩效评分、留职察看。

因异常扫码行为,1个营销战区被扣减绩效评分10分,6个营销战区被扣减绩效评分各5分。

据了解,第八代经典五粮液上市以来,整体运营良好。此次依据后台异常数据,对违约违规行为进行高效快速研判并作出相应处罚,体现了公司以数字化赋能,推动营销向数字化、精准化现代营销转型的决心、力度,数字化赋能营销管理效果正在凸显。量化的数据指标,能有效甄别战区执行力和终端运营能力,为合同计划量、销售区域、绑定终端等提供可靠依据。一切用数据说话,用数据考核,将最大限度保证对商家的公平公正,进一步推动战区、终端的思想观念转变,助力高质量核心终端的建设。

业内人士表示,此次举措也体现了五粮液坚守契约精神,净化市场秩序,为广大经销商创造良好营商环境的决心、信心。

2019年以来,五粮液“从严治市”的决心非常大。新年伊始,五粮液便宣布取消一家经销商2019年度39度五粮液经销资格。理由是经销商长期多次多地违约跨区域销售,在公司多次处罚、多次沟通的情况下,其违约销售行为没有得到改善。

与此同时,五粮液股份公司联合督导组运用大数据发现,东北、华北、西南等市场共有26家终端销售点存在违约跨区域销售行为,于是取消上述违规终端网点参与五粮液春节主题活动的资格。

4月份,五粮液联合督导组再次一口气下发四则文件针对窜货和违规销售,对15家经销商(专卖店)、1家KA卖场、16家终端门店给出不同处罚,治市力度加大,并聚焦高仿产品和违规销售行为。

眼下,针对全新上市的第八代经典五粮液,五粮液公司措施更为严厉。放到更高层面看,重拳之下,五粮液是为在公司整体品牌发展奠定基石。

针对经销商们关注和关心的市场秩序问题,五粮液强化契约精神,让用心经营者安心做市场,以此保障广大经销商的利益,保障公司2019年各项营销策略落地。此举提升了各个销售环节的质量,保障数字化营销基础工作的真实性和准确性,为信息化建设反馈市场第一手信息和资料,促进了各项体系建设更加优化,为五粮液集团的高质量发展,以及2019年冲刺千亿目标助力。



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

电话 (0839)3600888
(0839)3602639