引领中国酒界传媒

中国酒周刊

权威性·指导性·专业性·唯一性·信息性·服务性

企業家日報 热线电话:028-87369123 运营邮箱:3086645109@qq.com 主编:王聪 责编:方文煜 编辑:杜高孝 版式:张彤 2019年7月27日 星期六 A1 酒道·酒界要闻 Alcohol artS

One plus one plus one media 独家运营 成都一加一加一文化传媒有限责任公司 热线电话 13980606808 监督电话 业务邮箱:3086645109@qq.com

2019 陕西城固酒业高质量发展论坛成功举办

■ 杨孟涵

日前，陕西省城固酒业股份有限公司高质量发展论坛暨新产品中国白酒专家品鉴会在城固酒业隆重举行，这是继 2013 年成功举办城古·天汉坊上市专家品鉴会之后，时隔 6 年，再次举办中国白酒专家质量发展论坛及新产品品鉴会。

参会的中国白酒专家有：中国酒业协会常务副理事长、教授级高级工程师王琦，白酒泰斗梁邦昌，著名白酒专家白希智、吴建峰、赵国敢、胡义明。

陕西省城固酒业股份有限公司董事长兼总经理曹仲荣在会上介绍了企业发展情况：始创于 1952 年的城固酒业公司，为中华老字号企业。2012 年伴随恒源投资集团入驻带来的先进经营理念和科学发展战略，再次为企业发展注入了生机与活力，特别是研制推出的“城古·天汉坊”系列产品备受市场青睐，有力提升了企业对外知名度和品牌美誉度，

本次活动上，城固酒业推出新品“城古·天汉坊”柔雅系列及“城古特曲復興 20”，独特的地域环境、悠久的人工老窖技术、传统的酿造工艺、精心的酒体，成就了独一无二的口味与品质。

目前，城固酒业拥有专业的技术研发、检测中心，并配备了先进的气质联用仪、高效液相、气相色谱仪等检测设备。使城固酒业无论从硬件还是软件上都能够达到 “省级企业技术中心”的要求。公司现技术人员 60 多人，其中国家级白酒评委 3 人，果酒评委 1 人，国家高级酿酒师 6 人，国家高级品酒师 6 人，中级品酒师 3 人，省级白酒评委 7 人。研发团队在陕西省位居前三位，强大的技术力量为城固酒业插上了腾飞的翅膀。同时，积极举办各种技术培训班，发掘和培养后备人才，为企业的长足发展奠定基础。

随后开始的城固酒业高质量发展论坛，中国白酒大师云集，思想碰撞、精彩不断。共同研讨了白酒行业高质量发展的未来前景，活动内容丰富、意义深远，促进了行业发展，对今后企业发展和更好推动产业转型升级极具参考借鉴价值，起到了引领作用。

从科技研发到技术创新、从产品创新到文化传播、从信息交流到人才培养，大师们从多个方面为城固酒业高质量发展进言献策，专家发言旁征博引深入浅出引人入胜，现场掌声不断，可谓精彩纷呈！专家论坛和品鉴活动由中国白酒泰斗梁邦昌先生主持。

在论坛期间，各位专家和大师对城固酒业提供的“城古·天汉坊柔雅”系列产品 52°H20；48°H15；46°H10；42°H6 和“城古特曲復興 20”产品分别进行了品评鉴定。参会白酒专家对“城古.天汉坊柔雅”系列产品及“城古特曲復興 20”产品的一致高度评价，是对城固酒业质量兴企战略的肯定，也是对城固酒业这些年发展的充分肯定。

中国酒业协会常务副理事长、教授级高级工程师王琦从政府对企业更多的政策支持、坚持产品质量第一、不断创新研发适应市场、把好食品安全关、重视人才的培养五方面对城固酒业提出真诚的建议。

城固酒业在工艺和品类创新上，以近 70 年的工艺积淀为基础，研发了代表着秦巴地域、汉文化，体现着陕酒价值和三秦大地厚重文化底蕴和千年酿酒传承之城古·天汉坊柔雅新品类。相信随着城固酒业公司研发新品的上市，必将为企业蓄势跃升、重振雄风产生积极而深远的影响

5 亿竞购葡萄酒
可口可乐要“醉酒”？

■ 段伟林

近日，《澳大利亚人报》报道，可口可乐（KO.US）旗下澳洲装瓶厂 Coca-Cola Amatil 计划通过私募公司 Kohlberg Kravis Roberts 竞购保乐力加的葡萄酒业务，竞争者为拥有誉嘉葡萄酒(Accolade Wines)的美国私募股权巨头凯雷集团(Carlyle group)。媒体对此求证皆未获双方正面回应。

但早在今年二月份就有消息称保乐力加有意出售旗下葡萄酒业务，目的在于整合旗下产业，抛弃不适宜的品牌。在保乐力加 2019 上半年的财报中显示公司营收 51.85 亿欧元，同比增长 7.8%，但葡萄酒却下降 8%成为了拖后腿的角色，将其售卖更加符合保乐力加现状，但这并非是保乐力加第一次动售卖葡萄酒业务的念头，在此之前，保乐力加便与 VSPT 集团达成协议将旗下阿根廷的葡萄酒品牌及资产售出。而此次打包出售的葡萄酒品牌主要为澳洲、新西兰、美国品牌，总估值在 5 亿左右。

保乐力加此举目的明确，而作为可乐行业巨头，可口可乐想要接手保乐力加旗下的葡萄酒产业，打的是什么算盘？

“被迫创新”就能成功么？

可口可乐被大众熟知并成为全球化饮品大体近百年，在大多消费者眼中可口可乐是永远年轻、充满活力的代表，一方面得益于可口可乐的美味口感，另一方面更倚靠可口可乐公司强大的营销能力，紧跟时代潮流、因地制宜、以不断创新的姿态迎接时代的变迁。

但近几年，可口可乐公司撞到了南墙，因其高糖、高酸，几乎不含营养物质等原因，可口可乐公司的主营业务碳酸饮料被毫不留情的划归为垃圾食品，永远的站到了健康的对立面。在健康生活意识风靡的如今，可口可乐公司收入不可避免地逐年走低，从 2013 年收入 468.05 亿元逐渐降至 2017 年的 354.1 亿元，到 2018 年收入已降至 318.6 亿元，收入增长百分比连续数年为负。

利润的下滑迫使可口可乐作出改变，去碳酸化势在必行，可口可乐在产品上开始推陈出新，在近两年内，也从内部整合变为外部收购，换句话说可口可乐公司正在从含糖软饮料公司向全品类饮料公司转型。

据今年 3 月财报显示，可口可乐公司 2019 年第一季度实现 80.20 亿营收，同比去年有 5.17%的增长，净利润 16.785 亿，同比增长 22.66%，实现了近年首次正数增长率，“去碳酸化”转型或有初步成效。

而在进军咖啡产业后，可口可乐又看上葡萄酒，试图在全品类的路上再踏前一步。

转型 可乐 + 咖啡 + 酒精

可口可乐公司为逆转利润下滑局面，从 2014 年便开始了革新，一方面通过对原有业务进行改造，研发无糖少糖产品、加大非碳酸产品比例，营销上利用个性化、风格化试图抓住消费者。但新品类的增长速度远不及碳酸饮料下降速度，在品牌矩阵中，年销售额超过 10 亿美元的品牌多数仍是碳酸饮品，如“可口可乐”、“健怡”、“芬达”、“雪碧”、“零度可口可乐” 等。可口可乐的品牌效益更在极大程度上抵消了公司为转型做出的努力，收入利润依旧呈现下降趋势。

另一方面可口可乐开始了疯狂的并购。在 2018 年加码咖啡市场，以 51 亿美元的价格收购了 COSTA，并于今年推出 A 即饮咖啡系列，主打卖点为低糖；之后又收购了康普茶 MOJO、果汁公司 Chi，宣扬健康理念。并在 2018 年 10 月份成立了风险投资部门 Global Ventures，主要为确保公司能从收购和投资中获得最大价值，同时快速确定和培育下一个增长的机会。目前主要业务为：咖啡 Costa Coffee、健身饮料 Monster、成品果汁 innocent 和非即饮茶饮料 Doadan。以上皆为可口可乐近年收购的品牌。

可口可乐亦看好了酒类市场，在 2018 年 5 月，首次发售了由日本烧酒、柠檬汁和苏打水等混合而成的“柠檬堂”罐装气泡酒，由于其低酒精度在日本广受年轻人喜爱；今年 6 月，可口可乐又面向英国市场推出了四款高端混合调酒饮料，由专业调酒师研发，向可乐中加入了威士忌、朗姆等不同酒类，还可与不同的烈酒混合调配鸡尾酒饮用。

而此次可口可乐欲收购保乐力加旗下的葡萄酒产业，在加码酒精上又前进一步。葡萄酒本身的发展理念与可口可乐想要提倡的发展理念有较多共通之处，葡萄酒的健康属性在所有品类的酒水中较突出；葡萄酒的消费者也呈现年轻化，与可口可乐本身所拥有的消费者群体吻合，两者若能合并，势必会碰撞出不一样的火花；而保乐力加的葡萄酒业务集中于澳洲、新西兰、美国，与可乐业务集中区域吻合，另外对新兴市场吸引力大。从之前推出的两种酒水饮料看，可口可乐对于混合性调酒饮料有着较大的热爱，在可乐的基础上混入葡萄酒想必又是一种新的风潮。

可口可乐公司的收购能否将葡萄酒业务、可乐业务带入快速正增长，形成“负负为正”的效果，或可引发一场新的猜测。此次并购目前处于什么阶段还未有确实消息，一切还需等待。

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

广告

实现线上线下融合
找 链酒科技
链酒 LIAN BRIDGE
股票代码:838713.OC
区域代理商招募中
联系人:那先生
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东六街 1 号

佳池股份 GARTCHEE
中国白兰地文化推动者
股份代码:880051
免费400服务热线
400-090-8939
www.gartchee.com

酒业周报

五粮液集团成为 APEC 中国工商理事会新理事单位

近日，2019 年 APEC 工商领导人中国论坛在杭州召开。五粮液作为 APEC 中国工商理事会理事单位新成员及论坛战略合作伙伴亮相活动，同时，第八代经典五粮液被选为论坛“唯一指定白酒”。APEC 中国工商理事会主席、中化集团董事长宁高宁对五粮液集团加入 APEC 中国工商理事会表示了欢迎。

水井坊半年营收、净利继续保持“两位数”增长

日前，水井坊股份有限公司发布 2019 年半年报告：上半年营业收入 16.90 亿元，同比增长 26.47%；净利润 3.40 亿元，同比增长 26.97%。值得一提的是，中报表现最抢眼的为，营收和净利润继续保持“两位数”的增长；其次，新渠道以及团购也有较大增长。

.牛栏山调整产品结构 布局多元化市场

近日从顺鑫农业投资者交流会上获悉，牛栏山作为顺鑫农业的核心业务板块，在快速发展的同时，面临产品升级和多元化发展的关键时刻。为此，顺鑫农业将进一步提升白酒产业竞争力和盈利能力，持续进行产品结构调整和升级，比如推出珍品陈酿系列作为陈酿的升级产品，正在持续受到市场的认可。业内人士表示，随着消费市场以及消费观念的不断提升，企业积极调整产品结构，推出符合大众品味的中高端产品，从而进一步突破市场局限，布局多元化市场。

2019 全国理性饮酒宣传周新闻发布会成都隆重举行

7 月 23 日，由中国酒业协会主办、中国酒业协会酒与社会责任促进工作委员会承办、泸州老窖股份有限公司协办的 2019 年中国酒业协会酒与社会责任促进工作委员会年会暨 2019 全国理性饮酒宣传周新闻发布会在成都隆重举行。

2019 全国理性饮酒宣传周主题为“关爱成长，非成勿饮”，由易安音乐社担任公益形象大使，为理性饮酒宣传周呐喊助威。他们将参与宣传周海报及线上视频拍摄、出演宣传周公益主题微电影，还将在 10 月份宣传周主会场启动仪式上登台演出，向全社会呼吁关爱未成年人健康成长，向未成年人饮酒现象说“不”。

发布会重点介绍了 2019 全国理性饮酒宣传周执行计划，以及《中国酒类企业社会责任指南》团体标准的相关情况。并同时发布了《中国酒类企业社会责任指南》团体标准与“中国酒类企业社会责任”倡议书。

食品饮料持仓创历史新高 白酒表现良好

安信证券研究提出，2019 年上半年食品饮料备受机构青睐，一方面 Q1 业绩表现良好，尤其白酒旺季表现良好，Q1 业绩超预期，在宏观经济担忧背景下，防御需求放大，抱团现象明显；另一方面，北上资金持续流入消费板块，引领了食品饮料板块的估值修复甚至重构，两方面带动食品饮料投资热情。

四川省贸促会调研郎酒、玉蝉

日前，四川省贸促会党组书记、会长李钢率队赴泸州调研，并就深化贸促系统改革、智博会筹备和酒类专委会工作等内容进行考察。调研组一行先后实地考察了四川古蔺郎酒厂有限公司郎酒浓香基地、泸州玉蝉酒类有限责任公司酒旅融合基地，并对企业产品质量、市场销售、未来规划等进行详细了解，对企业提升核心竞争力、如何走出去提出了建设性意见。

2019 最新《财富》世界 500 强排行榜发布

日前，财富中文网于与全球同步发布了最新的《财富》世界 500 强排行榜。 啤酒行业百威英博、喜力上榜。其中百威英博排名第 192，与上一年相比排名降低 22 名。喜力啤酒排名第 475，与上一年相比排名有所上升。

（综合）