

酒与文化创意 现代文人雅集

2019 塔牌黄酒开酿节在绍兴隆重举行

■ 李玉友

日前,在一阵阵洪亮的锣鼓声中,由浙江大学旅游与休闲研究院、中国民族品牌文化委员会主办,浙江塔牌绍兴酒有限公司承办的“塔牌 2019 年开酿节暨‘酒与文化创意’现代文人雅集”在绍兴鉴湖湖畔隆重举行,这也意味着一年一度的塔牌黄酒手工冬酿拉开序幕。

文化搭台 上演黄酒大戏

每年立冬,是绍兴黄酒开始投料发酵的日子,从立冬开始酿黄酒到来年立春,绍兴人把这段时间称为“冬酿”。在这天,绍兴民间祭祀“酒神”,祈求福祉,并逐步演变成绍兴一种酒俗风情。开酿在绍兴是十分重要的典礼,农历立冬举行黄酒开酿典礼的意义不仅为了酿出醇香的美酒,更是挖掘和展示黄酒风情和文化的一种形式。

开幕式上,浙江塔牌绍兴酒有限公司董事长缪育平致开幕词,他表示,塔牌得稽山之灵气,取鉴水之精华,拥有经验丰富的酿酒名家,坚持“一冬一酿”,用传统工艺及纯手工酿造,成就黄酒之典范,是目前国内唯一一家坚守手工酿制技艺的黄酒领军企业,也是我国黄酒行业内最早获得“中华老字号”称号的品牌。

绍兴市柯桥区人民政府党组成员、副区长吴晓炯在开幕式上致辞表示,为进一步做大做



强绍兴的黄酒产业,近年来柯桥区充分利用区位优势,挖掘黄酒文化价值,实现黄酒产业的新型整合和跨业融合,突出研发创新,减少内耗,形成品牌梯次和发展体系,产业集中效应逐步加强。在塔牌等龙头企业引领下,柯桥黄酒不同程度实施了品牌错位发展战略,近几年的生产、销售、利税均保持平稳增长态势。

自古就有“天下黄酒源绍兴”的说法,绍兴黄酒酿制技艺在 2006 年就被列入国家非物质文化遗产。作为浙江省七大历史经典产业之一,黄酒产业历来是绍兴传统特色文化的“金名片”。

恭请酒神、诵读祭文、酿酒表演、拜师仪式……当天的开酿节上,中国酿酒大师、塔牌绍兴酒总工程师潘兴祥担纲主持,通过一系列民俗表演等活动形式,传承绍兴黄酒的祭祀和开酿传统,延续手工黄酒的师徒传承,表达对自

然和传承的尊重,传递出绍兴黄酒 2000 多年独特的文化魅力。

据了解,塔牌从 2006 年 11 月 8 日(农历立冬)开始,推出了黄酒开酿祭祀仪式,来表达对自然和传承的尊重,每年一届,延续至今,已是第十四届。

匠心铸魂 推动产业竞争力

浸米、蒸饭、落缸、开耙、发酵……走进塔牌的酿酒车间,已是一派忙碌景象。千百年来绍兴黄酒传承酿制过程一一展现在人们眼前,向人们演绎着黄酒发源地的“老绍兴”风情。

一壶好酒,其实更离不开酿酒人的匠心精神。绍兴人常说,好酒酿自匠心,要酿良心酒!当地人介绍,酿一壶好酒,要经过十几道工序。酿酒不易,坚守传承的精神更加难能可贵。



一瓶好酒,即是一种生活态度,诠释一种人生品味,在当天开酿节上,塔牌绍兴酒董事长缪育平正式为来宾揭开塔牌新品——贮藏 6 年之久的 2013 塔牌本原酒的面纱。

缪育平介绍,塔牌本原酒秉承大师技艺,纯手工酿造,以自然之道,酿自然之酒,以自然之酒,养自然之身。

中国酿酒大师邹慧君现场介绍了上市的新品情况,她说,2013 本原酒全面继承高品质绍兴酒的酿酒技术和理念,重料、重工、重器、重环,不添加任何添加剂,色晶莹,香愉悦,味纯正,是真正意义上的黄酒精品。

据介绍,塔牌从成立伊始起就遵循自然节律,在国家非物质文化遗产传承人——“活酒仙”王阿牛的带领下,坚持黄酒的手工冬酿。作为中华老字号品牌,塔牌一直坚守传统手工酿造,塔牌人无数个日夜的酿造坚守,精工细作,

只为酿制一坛坛好酒。

塔牌早于 1958 年进入国际市场,目前已享誉欧美、日韩及东南亚、港澳台等 30 多个国家和地区,在海外华人当中影响深远,是中国黄酒行业出口量最大的黄酒企业。

鉴湖论剑 扩大黄酒朋友圈

随着经济与科技地快速发展,社会各个方面变化十分迅猛。黄酒作为世界上最古老的酒类之一,如何打破传统的消费桎梏,满足不同需求?黄酒企业如何进行创新与改良,吸引不同阶层人士以及更多年轻群体?

11 月 9 日,作为开酿节活动的重头戏之一,塔牌还举办了“酒与文化创意”学术研讨会暨现代文人分组雅集。研讨会吸引了来自法国、加拿大、日本、韩国、台湾、上海、江苏、河北、贵州等国内外 100 余位专家学者。旨在为吸引更多人关注绍兴,让黄酒及其文化走出绍兴,走向海内外。

会上,浙江大学教授陈亚军、日本南山大学教授蔡毅、韩国岭南大学教授闵周植、台湾淡江大学教授黄逸民、贵州师范大学教授郭锐等专家学者将从不同角度对中国酒文化进行学术研讨交流。

此外,有关专家学者还以诗歌、散文、字画等形式展现中国传统酒文化魅力。

青岛啤酒荣获中国上市公司金牛奖两大奖项

■ 卞川泽

近日,由中国证券报举办的以“新时代 新机遇 新动能”为主题的 2019 提高上市公司质量高峰论坛暨第 21 届上市公司金牛奖颁奖典礼在北京举行,青岛啤酒股份有限公司荣获“2018 年度上市公司百强奖”、青岛啤酒董事长黄克兴荣获“2018 年度金牛企业领袖奖”。

“中国上市公司金牛奖”评选已至第 21 届,该奖项经过多年发展,努力为投资者打造可信赖的参考体系,已成为中国资本市场最具影响力的奖项之一。本次评选活动本着公开、公平、公正的原则,以严谨、客观、科学、透明的评价体系,通过证券监管机构、证券公司、上市协会推荐、专家评选的形式,评选出备受社会各界高度关注并极具权威性的各项奖项,树立并宣传好标杆上市公司。

自 1993 年上市以来,青岛啤酒一直致力于公司规范运作,借助资本市场不断地发展壮大,实现做大做强目标,为股东创造更高的价值,同时也为广大投资者创造了更高的回报。截至目前公司已连续 20 年、累计 23 年给广大境内外股东以现金分红,累计派发现金红利金额已达人民币 70 亿元(税前),超过从资本市场中募集资金的总金额。2018 年,公司大力推进新旧动能转换和产品结构升级,实现归属于上市公司股东的净利润约人民币 14.22 亿元,同比增长 12.60%;呈现利润增长高于收入增长、收入增长高于销量增长的健康发展态势。本次被评为中国上市公司“2018 年度上市公司百强奖”,体现了资本市场以及社会各界对青岛啤酒投资价值以及公司治理、信息披露、投资者关系等方面工作的充分肯定,展现出了卓越的可持续发展能力。

刚刚发布的 2019 年三季度报告,青岛啤酒销量、营业收入、净利润三项核心经营指标继续取得全面增长。累计实现啤酒销量 719.5 万千升,实现营业收入人民币 249 亿元,同比增长 5.31%;实现归属于上市公司股东的净利润人民币 25.9 亿元,同比增长 23.15%。青岛啤酒 2019 年前三季度净利润创历史新高。

除了金牛公司榜外,金牛企业领袖是金牛奖每年最大的看点之一。优秀的上市公司固然离不开良好的外部经营环境和企业已有的优势,卓越的领导人则是企业从优秀走向杰出的点睛之笔。由于在驾驭行业“新常态”的发展道路上,积极开拓国内外市场,大力推进新旧动能转换和产品结构升级,抓住新机遇带领公司再创佳绩,青岛啤酒董事长黄克兴赢得了业内的普遍赞誉,荣膺 2018 年度金牛企业领袖称号。

增速放缓 酒业或进入新周期

■ 杨孟丞

日前,酒类上市公司已经发布三季报的还不多,仅有贵州茅台、酒鬼酒以及代表流通领域的华致酒行。从已发布业绩来看,生产企业的营收与净利增速均已放缓,结合年中报分析,酒业或已整体进入缓增周期。

上市企业整体缓增?

以茅台为例,从今年一季度开始,营收、净利即便一直呈现正增长态势,但是增幅却呈现逐步下滑趋势。

贵州茅台 2019 年一季度营业收入同比增长 23.92%;净利润同比增长 31.91%;二季度营业收入同比增长 12%;净利润同比增长 20.29%;第三季度实现营业收入 214.47 亿元,同比增长 13.81%;净利润 105.04 亿元,同比增长 17.11%,增速创下年内新低。

以半年报和三季度报来看,也呈现出增幅放缓的趋势。茅台 2019 年半年报显示,营收 394.88 亿元,涨幅为 18.24%,净利润则达到 199.51 亿元,涨幅为 26.56%;10 月 15 日发布的三季报显示,前三季度营收 609 亿元,同比增长 16.64%,净利润 304.5 亿元,同比增长 23.13%。无论是从前三季逐季的增幅来看,还是前半年到前三季的整体来看,茅台营收与净利的增幅均呈现放缓迹象。

另一已发布三季报的酒企酒鬼酒,其业绩与去年同期的对比更为强烈。

酒鬼酒三季报显示,前三季度,酒鬼酒营业收入为 9.68 亿元,同比增长 27.34%;净利润为 1.84 亿元,同比增长 14.27%。去年同期数据显示,酒鬼酒 2018 年三季报营收同比增长 37.83%;归属于上市公司股东的净利润同比增长 38.35%。

以增幅而论,酒鬼酒今年三季报业绩远不如去年,净利增长幅度甚至于不及去年同期增幅的一半。

单论今年第三季度,酒鬼酒营业收入 2.59 亿元,同比上涨 9.48%;净利润为 2818 万元,同比下降 39.5%。其营业收入是近 9 个季度以来的最低增速,甚至跌破两位数增幅。

事实上,早在今年年中报发布的时候,酒业上市公司已经整体呈现出增速趋缓的状态。

今年年中报显示,19 家白酒上市公司中,仅有 3 家增速超过 30%,但 2018 年同期,增速超过 30%的企业多达 8 家。营收负增长的企业,从去年同期的 1 家,扩大到今年上半年



的 3 家;净利负增长的,也从去年同期的 1 家,扩大到 4 家。

从高歌猛进到增幅放缓,预示着之前因名酒复苏所形成的行业红利期或已结束。

市价回撤下茅台继续调整

在所有上市白酒企业之中,茅台无疑堪称风向标。一方面,其相对放缓的增速或已预示酒业整体发展态势,另一方面,茅台的市场表现与内部调整,也影响着酒业的发展走向。

茅台三季报发布后,部分投资机构解读为“低于预期”。

平安证券在研报中认为,贵州茅台 3Q19 营收、净利增速高于预期的 0%~10%,但低于市场预期 20%~30%。展望 4Q19,为达成集团千亿营收目标和完成年度销量计划,酒厂必须加大茅台酒实际投放量,并推动实际开瓶消费增长。

也有分析认为,之所以三季报的增幅低于预期,与茅台方面对渠道的调整有关。一方面是茅台对经销商的调整,对直销与批发比例的平衡。2019 年前三季度,茅台经销商共减少 616 家,其中酱香系列酒经销商 494 家,单三季度减少 23 家茅台酒经销商。

外界认为,这种调整虽然造成了营收款增幅的下滑,但有利于渠道的优化。此外,茅台也在增强直销渠道占比,并提升渠道的多元化。三季报显示,直销渠道实现营收 31.03 亿元,批发渠道实现营收 577.67 亿元,公司直销与经销的再平衡有序推进。

在渠道多元化层面,华润万家、物美、大润发以及上海 Costco 都被茅台纳入直销渠道体系。电商方面,天猫、苏宁易购也成为渠道服务商,这大大拓宽了茅台的渠道范围,减少了传统经销商以及黄牛等因素对于零售价的

影响。

有观点认为,茅台全年可销售量是固定的,三季度营收增幅不大,与茅台对销售节奏的控制有关。

内部的调整与节奏控制之外,市场表现也是一个不容忽视的因素,尽管茅台目前仍处在“一瓶难求”的现状,但是目前市场零售价已经出现了大幅回落。

调查显示,2019 年中期,茅台零售价达到历史巅峰,有部分地区超过 3000 元。进入下半年后,受多重因素影响,茅台零售价回落幅度较大,一度在 2000 元以上徘徊。

业界认为,当茅台零售价达到 2800 元~3000 元时,给予其他名酒较大的上升空间,诸多名酒纷纷将零售价提升至 1000 元以上。

当茅台市价出现回落,这些未在 1000 元档站稳的名酒就会承压,这无疑会影响其业绩表现。

茅台零售价回撤,无疑既有自身的原因,也有外界市场环境的因素,在进入新一轮经济周期后,酒业已经很难保证“一枝独秀”。

市场看衰?或进入新一轮周期

尽管大部分酒企尚未发布三季报,但是有投资机构对后市仍然抱有正面期待。

券商“申万宏源”对酒业三季报的评级为“看好”。该机构对部分重点追踪的酒业公司 2019 三季报净利润分析预测为:增速在 20%~50%的公司有 9 家:贵州茅台(23%)、五粮液(30%)、泸州老窖(30%)、山西汾酒(50%)、水井坊(25%)、顺鑫农业(45%)、古井贡酒(25%)、今世缘(25%)、口子窖(20%);增速低于 20%的公司有 4 家:洋河股份(2%)、青岛啤酒(15%)、重庆啤酒(12%)。

这个预测意味着,酒企业绩整体仍然向



好。该机构认为,中秋国庆旺季销售整体符合预期,高端酒和大众酒龙头表现相对稳健,次高端和中高端酒挤压增长,短期竞争激烈,但升级扩容和品牌集中的长期趋势不改。因此,该机构判断主要白酒上市公司三季度增长将延续上半年态势,且业绩确定性强。

投资机构的看法显然并不一致。中原证券发表了对白酒板块的看空研报,认为如果白酒行情最终与经济指标同步,板块在下一阶段大概率会走出补跌行情。

即便是标杆企业茅台,也出现了分化。从贵州茅台前十名股东持股情况来看,第三季度,香港中央结算有限公司(陆股通)减持了 552 万股,持股比例由二季末的 8.45%下降至三季末的 8.01%。

值得注意的是,基于对茅台品牌价值以及“稀缺性”的看好,大多数投资机构依然维持“看好”观点。但是,对于诸多中间型酒企、地域性酒企,在经济环境发生变化的情况下,外界普遍持更为谨慎的看法。

“申万宏源”认为,高端酒会维持高景气,次高端仍呈扩容式增长,整体增速超过 10%,竞争更激烈,品牌有分化。

白酒行业专家蔡学飞认为,类似于酒鬼酒这样的区域中小型名酒,自身销售盘较小,品牌影响力有限,加之目前在一线名酒持续挤压下,会加剧其承压的态势。

也有投资机构认为,在国际贸易冲突与经济周期影响下,整体消费市场都会出现波动,名酒企业尽管表现优异,但是受限于经济环境,在这一轮名酒复苏效应充分释放后,会出现一定程度的回撤与波动,加之行业集中化的影响,未来中小型酒企承压加剧,位居前列的名优酒企也将结束高速增长期、处于缓步增长态势。

广告

彭州市华蓉陶瓷有限公司

专业设计生产:
陶瓷酒瓶、酒具及各种工艺品等,公司倾力于中国陶瓷酒瓶及摆件的设计与制造。

公司生产的会呼吸的陶瓷酒瓶,会交流传神的陶瓷摆件,使华蓉更有魅力。

厂长:刘德银
手机:13088090770
13281090770

电话:
028-83833818
83833828
QQ 号码:
814439265
1512026857
地址:
四川省彭州市桂花镇

济南瑞丰生物工程有限公司

本公司与齐鲁工业大学等高校密切合作,研究开发了增强固态白酒发酵的系列高效微生态产品,提高白酒质量,降低生产成本,减少劳动强度。

主要产品如下:
●白酒发酵微生态菌剂
●脱水活性窖泥功能菌
●根霉曲
●优质成品窖泥
●浓缩液体己酸菌
●浓缩液体产酒香酵母菌
●芝麻香型白酒高效微生物菌剂
●酯化红曲

企业宗旨:优质产品 优质服务 合作共赢

总经理:陆泰勇
联系电话:13905416779
0531-87483989
邮编:250308
地址:山东省长清区张夏工业园区
E-mail:ruifengshengwu@163.com

您发财 我发展

华西酒曲厂是在其前身——成都市成华区高科技生产化技术研究所彭州实验厂的基础上,经 25 年发展和积累而成立的专业从事生物制品科研和生产加工企业。

研究和开发的微生物系列产品有:
◆根霉酒曲
◆生料酒曲
◆纯根霉甜酒曲
◆固体麸皮活性生香干酵母
◆工业级纤维素酶
◆食品添加剂红曲米
◆酱油曲精

厂址:四川成都彭州经济开发区
联系人:罗忠
手机:13679061105
电话:028-837028146(办)
传真:028-83708978
邮编:611930
网址:www.mainone.com
E-mail:cdservice@main one.com

酒品如人品

我公司是一家专业以五种粮食酿造的优质浓香型原酒、多种风格调味酒、陈年老酒以及酱香型大曲酒的生产企业,拥有合义坊、川辉两类商标品牌,欢迎贴牌加工,愿与全国各大厂家共谋发展。

公司名称:四川省邛崃市正方酒业有限公司
成都市合义坊酒业有限公司
公司地址:四川省邛崃市卧龙镇中国名酒工业园

董 事 长:宋一明
电 话:028-8878439(传真)
手 机:13908225762
13548108555
邮 编:611530
网 址:http://www.sczfjy.cn/
http://www.cdhyf.cn/

四川百年苏公老酒坊 全国招商

提供:
原生态清
香、浓香、酱香
白酒和养生酒、
水果酒及
贴牌代加
工业务。

财富热线:**4008842899**
加盟专线:**15881033359**