

做中国企业的思想者

# 企业家日报

# 中国酒

Chinese drinks weekly 周刊

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第 200 期 总第 9871 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 责编:杜高孝 版式:黄健 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2020 年 9 月 5 日 星期六 庚子年 七月十八

新闻周刊 | News bulletin

## 郎酒 10001 瓶顺品郎 献礼深圳 40 周年

在深圳经济特区建立 40 周年之际,顺品郎携手深圳广电集团,面向全深圳发起「征集生日祝福」,「我想对深圳说的话」以及「我和深圳的故事」,并拿出 10001 瓶顺品郎好礼,就此开启持续半年的「顺品郎献礼深圳经济特区建立 40 周年」大型融媒体献礼活动。

## 红西凤事业部正式成立 规划 5 年达成 10 亿元目标

8 月 27 日上午,陕西西凤酒营销管理有限公司红西凤事业部成立大会在西安香格里拉大酒店召开。会上,发布了“红西凤工作规划报告”,红西凤事业部根据产品的发展周期,将红西凤的运作分为导入期、培育期、成长期、成熟期。由此制定了陕西省红西凤的五年战略目标:2020 年将达到 1 亿元的销售总额,至 2022 年成长期达成 3 亿元的销售总额,到 2025 年达成 10 亿元的销售总额,占据陕西省高端白酒消费的半壁江山。

接下来红西凤事业部将从产品布局、市场建设、客户优化、渠道提升、团队赋能五个方面来推动红西凤品牌做大做强。

## “金种子·醉三秋” 酒文化高峰论坛举行

日前,首届“金种子·醉三秋”酒文化高峰论坛在阜阳举行。安徽省高等院校、科研单位的专家学者相聚一堂,围绕“金种子·醉三秋”酒文化展开研讨和交流。金种子集团党委书记、董事长贾光明表示,金种子·醉三秋是淮河流域文化孕育的产物,也是阜阳地方特色文化的重要组成部分,是文化名酒,也是新型消费酒。公司将不断丰富金种子·醉三秋酒文化价值和品牌优势,在新时代全面升级,讲好酒文化故事,助力公司高质量发展。

## 惠泉啤酒 上半年净利润 892 万元

据惠泉啤酒披露 2020 上半年业绩报告。报告期内公司实现营业收入 11.68 万千升,同比增长 7.08%;实现营业利润 3.20 亿元,同比增长 7.93%;实现利润总额 1157.73 万元,同比增长 32.27%;实现归属于上市公司股东的净利润 892.40 万元,同比增长 48.50%。报告期内,公司省内收入为 2.38 亿元,占总营业收入的 75.07%,这一比例较去年变化不大。此外经销商变动情况为省内经销商合计减少 3 家至 425 家,省外经销商合计减少 21 家至 194 家。

## 宿迁将开展四个方面工作 加快洋河酒旅项目建设

据悉,宿迁已出台《关于加快洋河旅游发展的实施方案》。《方案》提出未来将开展以下四个方面的工作:一是全力推动洋河古镇建设,着力构建“酒厂、酒镇、酒庄、酒街、酒庄”多位一体的区域布局;二是加快推进酒文化旅游重点项目建设,支持洋河股份与乾隆江南酒业等项目建设;三是大力推进酒文化旅游园区建设,加快生物科技产业园、创意包装产业园等园区旅游设施建设;四是丰富酒文化旅游产品体系。最终达到 2025 年,洋河旅游年接待人次 600 万人次,旅游年收入 60 亿元的目标。

## 珠江啤酒上半年营收 20 亿 同比下降 4.84%

近日,珠江啤酒披露 2020 半年度报告,实现营业收入 20.07 亿元,同比下降 4.84%;归属于上市公司股东的净利润 2.46 亿元,同比增长 16.04%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 1.87 亿元,同比增长 32.56%;基本每股收益 0.11 元。报告期内公司完成啤酒销量 56.54 万吨,较去年同期下降 7.83%。(综合)

## 精酿啤酒将成为中高端市场的生力军?

◎精酿啤酒呈现爆发式增长 ◎精酿啤酒长线发展看好 ◎精酿啤酒走进寻常百姓家

《P2》

## 宝酝名酒首战入川 战略布局创新有胆

刘岩

在“川酒甲天下”的市场格局下,宝酝名酒以进取之姿拓展全国市场,选择用国台·龙耀年份酒小批量勾调在成都上市拉开了全国系列上市活动的序幕。

国台·龙耀年份酒小批量勾调四川上市发布会在成都盛大召开。中国酒业协会副秘书长刘振国,贵州国台酒业销售有限公司副总经理陈延辉,宝酝名酒董事长兼总裁李士伟,四川醉之源名庄酒业有限公司董事长兼总经理杨天奇,以及三百余名省内经销商、全国多家主流媒体共聚一堂,一同见证国台·龙耀年份酒小批量勾调四川上市的荣耀时刻。

从名酒价值备受认可,到酱酒井喷现状,国台·龙耀年份酒小批量勾调上市可谓恰逢其时。

国台·龙耀年份酒小批量勾调由贵州国台酒业有限公司生产,拥有茅台镇第二大酒厂出品和中国酒业协会真实年份认证双重背书,是一款大师酿、小批调、老酒多、真年份、品质优、颜值高、利润足的顶级酱酒。

刘振国以近期调研观察为例,表示疫情下高端和次高端酒类销售稳定,消费者更具理性,对品质和性价比更为重视。他表示,消费者缺好酒,国台·龙耀年份酒小批量勾调正具备这种稀缺品质,而宝酝名酒由运作名酒出身的李士伟操盘,可谓驾轻就熟,酒商选择



龙耀产品未来可期。

值得注意的是,作为全国市场落地的首战,国台·龙耀年份酒小批量勾调选择入川,既见宝酝名酒胆量,更见战略新意。

众所周知,四川是全国白酒生产大本营,以酒类知名品牌众多闻名国内外,因此,当地消费者对酒类产品、品质的认知度十分敏感,要求极高。以酱香酒产品在四川突围,意味着国台·龙耀年份酒小批量勾调产品要以极度过硬的品质征服四川消费者,但也避免了过度同质化竞争,在品类上达到了先声夺人。

从现场盛况来看,宝酝名酒这步棋走对了。本次国台·龙耀年份酒小批量勾调首度亮相四川,不仅吸引了三百余名经销商参与,全场座无虚席,更获得酒商高度评价。

正如贵州国台酒业销售有限公司副总经

理陈延辉所言,国台·龙耀年份酒小批量勾调产品的强大号召力,源于厂家的品质背书与倾力支持,也源于酱酒发展的火热前景。

陈延辉指出,酱香酒市场规模正加速向 2000 亿体量发展,并以 4% 的行业产能实现了 43% 的利润。作为茅台镇第二大酱酒企业荣誉出品的国台·龙耀年份酒小批量勾调,是茅台尚未代理酱酒的酒商而言,是难得的抢占酱酒高地的机会,对于旗下已有酱酒产品的酒商来说,也是绝佳的补充名酒产品线的机遇。

作为宝酝名酒的首批全国独家运营产品之一,宝酝名酒董事长兼总裁李士伟对国台·龙耀年份酒小批量勾调寄予厚望。

宝酝名酒创始团队拥有资深的白酒行业经验,具备专业化与国际化视野。李士伟及其团队深刻洞察到,社会转型与产业调整的背

后,蕴含着商机巨大的财富风口。

尤其是高端酒稀缺化与名优酒集中化两大疫后趋势,给予了他们对国台·龙耀年份酒小批量勾调的强烈信心。

为将其打造成酱酒头部产品,李士伟已规划了国台·龙耀年份酒小批量勾调接下来的系列动作。据他透露,接下来,国台·龙耀年份酒小批量勾调将以广告宣传、全国巡展、上市品鉴会、全国展会以及回厂游等系列组合拳实现突破。

作为宝酝名酒在四川的重要战略合作伙伴,四川醉之源名庄酒业有限公司董事长兼总经理杨天奇表示,四川不缺好酒,但是缺少好机会。酱酒不仅是当下行业的最大风口,更是酒商在下一个十年中必不可少的产品利器。而国台·龙耀年份酒小批量勾调在品质、品牌和模式上都具有绝对优势,是 2020 年最具发展潜力的酱酒明星单品。

现场品鉴会也给了在场酒商极大惊喜。有经销商表示,国台·龙耀年份酒小批量勾调“外观庄重、大气”,十分符合高端消费人群的审美和酱酒产品调性。部分首次品尝酱酒的经销商也折服于国台·龙耀年份酒小批量勾调的出众品质,表示对即将展开的合作充满期待。

在中秋酒水消费旺季即将来临的当下,国台·龙耀年份酒小批量勾调闪耀上市,展开全国巡展之旅,对面临选品难题的酒商而言,或将成为改变下半年经营走势的重大机遇。

## 青岛啤酒、雀巢达成健康饮用水项目战略合作

卞川泽

日前,青岛啤酒集团与雀巢集团联合宣布,双方达成健康饮用水战略合作。雀巢公司接受青岛啤酒集团收购旗下在中国大陆水业务的提议。此次交易涉及国际品牌“雀巢优活”在中国大陆的独家许可,以及“Pure Life”、“大山”和“云南山泉”品牌的所有权,也包括雀巢集团旗下分别位于上海、天津和昆明的经营水业务的三家公司的股权。至此,雀巢将把其在中国大陆的水业务转让给青岛啤酒集团,这也将有助青岛啤酒集团在中国



进一步发展该品牌。

青岛市副市长耿涛,青岛市国资委总工程师刘萍女士,青岛啤酒党委书记、董事长黄克勇,雀巢大中华区董事长兼首席执行

官罗士德(Rashid Qureshi)出席签约仪式;雀巢瑞士总部董事会执行副总裁 Sanjay Bahadur 通过视频方式参加了签约仪式。活动由全国政协委员、普华永道山东主管合伙人张国俊主持。

雀巢集团是世界上知名的食品制造商,也是全球的瓶装水巨头,雀巢优活、大山和云南山泉等品牌在中国市场被广大消费者所熟知。

青岛啤酒集团控股的青岛啤酒股份有限公司是具有全球品牌影响力的啤酒企业,产品远销 100 多个国家。具有丰富的啤酒饮料生产、销售渠道与经验。青岛啤酒集团近年来发挥平

台思维、生态思维,提出整合平台资源实施高质量跨越式发展的战略,规划了快乐、健康、时尚三大板块,构建与啤酒业务互补的生态体系。未来,青岛啤酒集团将打造旗下以啤酒为主体的快乐板块,做大做强啤酒产业链,进一步打造饮料、饮用水行业的领军企业。

两家公司表示,此次战略合作将实现优势互补、资源共享,双方共同致力于为消费者提供优质的产品与服务,为消费者的美好生活贡献更好体验。

## 节约粮食! 酒企扩产潮还该继续吗?

徐雅玲

近日,国家领导人对节约粮食的问题作出重要批示,并着重提出对制止餐饮浪费行为作出重要指示,指出要切实加强立法,强化监管,采取有效措施,建立长效机制,强调要进一步加强宣传教育,切实培养节约习惯,在全社会营造节约为荣的氛围。

那么对于近年来,高耗能、高耗粮的白酒产业的扩产潮,是否还应该继续呢?

据工信部发布的 2020 年 1~5 月酿酒行业运行情况,2020 年 5 月全国规模以上企业饮料酒产量 497.4 万千升,同比增长 13.3%。其中,白酒产量 58.6 万千升,同比增长 4.3%。据天眼查数据显示,我国共有 16.6 万家经营范围含“白酒”的在业、存续、迁入、迁出状态的企业。从地域分布来看,四川省的白酒相关企业数量名列全国第一,近 2.8 万家,整体占比约 16.8%。接下来则是贵州省、云南省和湖北省。

记者通过查看各大酒企的年报发现,2020

年茅台酒产量计划为 33150 吨。传统说法认为,五斤粮食酿一斤酱酒,就是 165750 吨粮食。五粮液具备年产 20 万吨以上纯粮固态发酵白酒能力。按三斤粮食一斤酒来计算,就是 60 万吨。据报道,在茅台、五粮液暴利示范效应的影响下,整个白酒行业摩拳擦掌,跃跃欲试准备扩产。此外,其他酒企也纷纷跟风,扩产扩能似乎成为投资酒业的一个切入点。

今年年初疫情突发,部分地区已经影响了春耕,近日洪涝灾害频发,农林牧渔业是洪涝灾害重要的冲击对象之一。8 月 12 日,国家粮食和物资储备局发布主产区夏粮收购进度数据显示:截至 8 月 5 日,主产区小麦累计收购 4285.7 万吨,同比减少 938.3 万吨。主产区油菜籽累计收购 70.6 万吨,同比减少 5.1 万吨。主产区早稻累计收购 264.1 万吨,同比增加 12.6 万吨。

按照国家统计局 7 月 15 日公布的全国夏粮生产数据显示,2020 年全国夏粮总产量 14281 万吨,比 2019 年增加 120.8 万吨,增长 0.9%。其中小麦产量 13168 万吨,比 2019 年

增加 75.6 万吨,增长 0.6%。夏粮增产背后,亦须指出:夏粮(在粮食总产量中的比重并不大,主要靠的还是秋粮。2019 年时,中国粮食总产量中,夏粮产量占 21%,秋粮产量占 75%,早稻占比为 4%。

目前,南方地区的洪涝灾害会为夏粮收储增加一定的困难。为此,7 月 13 日,中储粮集团召开重点地区第三次防汛调度会,调度南京、浙江、江西、湖北、湖南和成都 7 家分公司防汛工作,要求有针对性地制定防汛应急处置方案,开展防汛应急演练;所有库点提前设置防水墙,封堵通风口和仓门;湖北、湖南、江西分公司辖区直属库仓门可搭建实体防水墙进行封闭,必要时提前转运粮食。

历史证明,粮食问题和酿酒行业息息相关,几大香型白酒酿造过程中主要使用高粱,国内高粱产量已经可以满足需求。过去几年,为了保障优质原料,酒企纷纷建设自己的原粮基地;2000 年,茅台开始推动有机高粱基地建设,到了 2010 年,茅台有机原料基地累计达 40 万亩。2018 年,五粮液集团根据五粮

液传统酿造工艺以及川南酒粮品种特性要求,计划三年升级建设 100 万亩酿酒专用粮基地。泸州老窖、郎酒、川酒集团相继规划建设高粱种植基地,大力推广优质高产酿酒专用高粱品种;汾酒从 2009 年起就在行业内率先将粮食基地建设纳入企业发展战略规划;舍得酒业则与当地政府和手,对沱牌、瞿河、太乙、涪西 4 个镇 19 个村,建设 6 万亩粮基地……

目前看来,主原料高粱的供应没有问题,令人担忧的是小麦。酿酒过程中使用小麦制曲发酵,是白酒香型和风味的重要来源。目前国内小麦产量没有减少,短时间内对酿酒行业不会有显著影响。但从远虑的角度出发,小麦储备优先保障口粮供应,不排除未来可能出现酿酒用小麦短缺的可能性。在这方面啤酒已经打了个样,今年 5 月商务部对澳大利亚大麦征收反倾销税,国内啤酒企业在一年多前反馈调查启动时就开始做准备,提前储备并改变采购渠道,保证了 2020 年啤酒的正常生产。

广告

双汇熟食 SHUANGHUI DELI 三喜卤,更入味

剑南红 400-630-5999 四川剑南红酒业有限公司 地址:成都市科华北路62号力宝大厦北塔21楼

新闻热线:028-87319500 投稿邮箱:cjb490@sina.com

