企業家日報 中国酒 ENTREPRENEURS' DAILY Chinese drinks weekly 周刊

摆脱疫情影响 水井坊回归常态

■ 吕俊岐

近日，四川水井坊股份有限公司发布2020年前三季度业绩报告，报告显示，前三季度水井坊营收19.46亿元，同比下降26.58%；净利润5.02亿元，同比下降21.49%。根据报告公布数据测算，2020年7-9月，水井坊主营业务收入11.41亿元，相比2019年同期增长18.86%；单季净利润3.99亿元，相比2019年同期增长33.09%。

●中国酒业协会理事长宋书玉

●四川集团党委书记、董事长、总经理曹勇

●中国酒业协会固态有酒原酒委员会理事长谢明

●中国酒业协会固态白酒原酒委员会秘书长甘权

●中国国家地理·国酒地理总经理王洪武

五大驱动力 助推水井坊三季度快速成长

分析显示，受二季度水井坊主动控货的影响，1-9月，水井坊业绩相比2019年同期，虽依然是整体下滑，但其经营活动产生的现金流量净额则达到了7.55亿元，同比增长了5.01%，结合2020年1-6月的数据看，7-9月水井坊出货情况明显加速，四季度有望实现更快增长，力争追回上半年因疫情影响损失的业绩。疫情发生以来，水井坊从五个方面进行强化，而这五大驱动力则成为三季度快速成长的重要动因：

首先，是有效降低社会库存和梳理价值链。整个二季度，公司控制了发货节奏，以切实减轻渠道经营压力。从目前来看，水井坊三季度社会库存已经回归健康水平，且主力产品福酿8号和井台装的成交价在部分地区较2019年同期略有上涨，说明了水井坊降低社会库存和梳理价值链的成效。

其二，就是继续推进核心门店5.0计划，加强核心门店的执行力，同时甄选明星店，通过差异化营销工具和区域特色的资源配置，拉动门店产品动销。三季度，水井坊无论是核心门店的数量，还是合同签约金额，相较2019年同期都有两位数的增长。

其三，是持续强化窖廊市场的运作。上半年，受疫情影响被抑制的宴席消费场景，在三季度得以快速恢复。水井坊也乘势而上积极开展主题宴席活动，开展的频次、场次、范围均超过了三季度的既定目标，出货也相较于去年同期有明显提升，尤其可喜的是并台及以上产品在重点市场宴席的销售占比从个位数提升到了两位数。

其四，是多渠道的发力。二季度开始，水井坊建立了专职团购团队，优化了名酒进名企等团购机制，同时借助宴席平台持续挖掘异业合作的可能性，这些方面也取得了颇为不错的成效。

其五，就是产品结构有明显改善。在核心市场，水井坊福酿8号和井台系列产品在细分场景下的增长潜力进一步得到释放，且部分区域市场成交价格明显提升。

新常态下 五大核心策略保障发展

据水井坊代理总经理朱镇豪先生介绍，今年以来，水井坊一直在观察和思考行业变化。总体而言，疫情加速了行业洗牌，经销商和终端进一步向全国一线和区域龙头品牌集中。在这样的大背景下，烟酒店依然是次高端白酒最为倚重的售渠道，但是渠道格局的变化速度可能加快。同时，水井坊注意到，疫情在局部区域反复，低线城市恢复和活跃程度明显高于一二线城市，这对企业在客户服务、市场深耕、资源投放方面的应变能力和效率提出了更高的要求。

对此，朱镇豪先生将目前行业呈现的新变化称之为“新常态”。在新常态下，水井坊将进一步强化五大发展核心：

其一，是加速对核心门店的优化和提升。对于核心门店布局，水井坊方面称“未来发展的方向是质量的提升，而非数量的提升。”要优托核心门店进一步赋能本地区域，增强在区域内的市场竞争力，通过对营销工具的组合和流程重建，提升窖席市场的竞争力。

其二，是发展多渠道业务。烟酒店、团购渠道、电商业务、自营平台都将是水井坊未来的主要工作方向。

其三，是关注动销。今后，水井坊的营销费用投入重点依然会放在消费者动销层面。根据区域价格带分布，甄选明星店以差异化手段推动并台及典藏以上产品的动销。当然，对于营销费用投入效率的提升，也是水井坊未来将更加关注的部分。

其四，是提升整个团队的执行力和反应能力。朱镇豪先生特别强调“执行力是高质量可持续发展的关键”，所以，未来简单化、精细化的工作是提升全员执行力的关键，区域化和数字化则可以让水井坊团队在面对瞬息万变的市场动态时，有更敏捷的反应能力。

其五，是建立有影响力的品牌内涵。聚焦于次高端板块，同时，持续投入高端板块，通过各类直接与消费者沟通的方式和渠道，持续打造和提升水井坊的品牌影响力。如今年6月，水井坊在核心市场上万家门店启动了“至重之人，并礼相待”和扛鼎抽金条的活动，其中扛鼎抽金条活动在三季度吸引了超过20万人的参与，直接带动了门店的出货。此类活动也将是未来水井坊营销和持续开展的方向。

“水井坊的愿景是成为中国最可信赖、表现最好的高档白酒品牌。在这样的愿景下，我们并不盲目追求扩大市场和铺货率，而是要深耕最有潜力的市场，让品牌占有率在核心市场中不断稳步提升。

《建立中国白酒地理标识倡议书》的六点建议 聚焦产区 打造白酒原酒国家地理标识

●2020年中国白酒原酒产业论坛现场

■ 徐雅玲

日前，一场主题为“聚焦产区·打造中国白酒原酒国家地理标识研讨会暨2020年中国白酒原酒产业论坛”在2020年泸州酒博会期间圆满举行，泸州市市委常委、副市长吴燕晖、中国酒业协会理事长宋书玉、泸州市酒业发展促进局局长任晓波、中国酒业协会固态白酒原酒委员会秘书长甘权、四川省酒业集团有限责任公司董事长曹勇、中国国家地理·国酒地理总经理王洪武，以及来自中国白酒核心产区的区县政府、原酒委员会、原酒生产、销售及市场服务的企业、媒体等80余人齐聚一堂，共同探讨白酒产区溯源在中国“双循环”经济模式中发挥的重要作用，并发起“建立中国白酒地理标识”的倡议书。

每年的中国白酒原酒产业论坛是一年一度泸州酒博会上最重要的活动之一，都会围绕着中国白酒行业未来发展，发起一些前瞻性的话题，本次论坛重要议题为打造中国白酒原酒国家地理标识，这对中国固态原酒产业升级、广大原酒企业的生存与发展，规范与优化原酒市场，都具有重要的意义，尤其是白酒产区溯源，对今年党中央提出的“双循环”经济战略部署，有着重要的意义。本次会议由中国酒业协会固态白酒原酒委员会秘书长甘权主持。

宋书玉在讲话中指出，对于白酒产业的发展，原酒做了非常大的贡献，但我们预测今年到年底，整个白酒产业除了产量会下滑之外，销售和利润较去年同期相比都会有增长，因此整个白酒产业的形势非常好，其中利润的指标，相对“十二五”期间，今年在十三五的收官之年大约增长了80%。“整个白酒行业向好发展，原酒企业做了积极贡献，当然也能从中获得转机。”

对此，宋书玉提出四个方面建议，首先，由于国家从政策层面让原酒交易“从灰色走向明亮”。比如原酒的消费税不能抵扣，所以导致在交易过程当中会出现很多的问题。新政则对原酒的健康持续发展有很大影响。其次，企业自身要从量级的追求转向品质的追求，利用原酒的多年积累，踏踏实实做品质，通过提升品质来谋自己的生存，才是原酒企业的必由之路。第三，原酒企业该从发展模式的创新。由工厂模式转向酒庄模式，这是原酒企业转型的另一条路。第四，原酒企业和品牌企业的合作方式也要转变，从原酒模式转为品牌模式。让其他省外的企业和原酒优势产区的企业进行深度融合，让原酒和品牌深度融合，形成真正的命运共同体。

泸州市委常委、副市长吴燕晖指出，泸州是中国唯一的酒城，也是唯一同时具有浓香型白酒和酱香型白酒的产区。目前，泸州市拥有白酒持证生产企业345家，2019年实现白酒产量196.8万千升，占全省53.7%、全国的25%。可以说，在整个白酒原酒产业中，泸州产区的地位和作用不容置疑。为此，中国酒业协会战略性地将旗下原酒监管、协调机构——固态白酒原酒委员会，落户酒城泸州，这是全行业对泸州作为“中国重要优质原酒产区”地位的认可。

泸州市酒业发展促进局任晓波认为，近年来，随着白酒消费升级，原酒产业逐渐呈现出三个方面的突出问题：一是原酒行业健康中度低，标准体系未健全；二是企业融资难、融资贵，一些原酒企业陷入生存困境；三是原酒市场占有率降低，交易方式落后，定价方式粗矿简单，无序竞争问题明显。对此，下一步将紧密结合泸州市原酒发展实际，引导原酒企业在产品工艺、品牌营销等方面加大投入，走产区化、品牌化、标准化发展道路，不断提升产区原酒品牌形象、拓展市场空间，突破产业发展瓶颈，攻克前进障碍，努力推动泸州原酒产业转型升级发展。同时，下一步，将奋力抢抓白酒产业政策调整以及“成渝地区双城经济圈建设”“国际国内双循环构建”等重大机遇，全力建设世界一流的白酒产区持续为原酒赋能，立足于讲好酒故事、提高酒品质、培育酒品牌、拓展酒市场、加快转方式、调结构，以最严格的标准精心酿制最优质的原酒，推动泸州市白酒产业理性健康持续发展。

川酒集团党委书记、董事长、总经理曹勇在讲话中指出，目前，川酒集团以去年6万吨的销售收入，去年23亿的销售收入，稳居全中国最大的原酒生产商和供应商，已经成为名副其实的中国最大原酒企业。川酒集团的成立就是为了原酒进一步集聚，将中小酒企进一步抱团发展。通过整合四川省白酒企业和原酒优势资源，打造具有全国性和全球性的白酒地域区域品牌。未来将借助自己五个方面优势：一是产能优势、二是品类优势、三是质量优势、四是服务优势、五是保障优势等，从四个方面凝聚川酒集团和整个四川原酒产业下一步发展：一是推进原酒品牌化，推广川酒原酒。二是推进原酒平台化，建立原酒服务平台。三是推进原酒标准化，深化标准体系建设。四是推进原酒技术升级，推动科研成果转化。

中国酒业协会固态白酒原酒委员会理事长谢明在主旨发言中，从产区未来发展的角度，做了主题为《产区溯源，白酒业在双循环中开启未来》的主题发言，主要结合今年5月以来，党中央统筹国内国际发展大势做出的重大科学判断和重要战略，把满足国内市场需求作为发展的出发点和落脚点，逐步形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，如何落实国内行业的问题做了详实的解读和论证。

白酒产区溯源，就成为中小型优质白酒企业找到发展之路，也是中国白酒产业在双循环经济中开启未来的关键，同时给与会代表分享了中国酒业协会固态白酒原酒委员会在为期4年中，针对泸州、宜宾、遵义产区的调研与产区原酒溯源的实践，在马太效应下，产区原酒溯源的增长前景；四年磨一剑，泸宜遵成就产区溯源的实验田；产区溯源，如何推动白酒业在“双循环”经济中开启未来三个大方面，同时得出了“产区溯源，就成为了中国白酒产业在双循环经济中，开启未来的关键”这一结论。

论坛上，与会专家和来宾们共同呼吁：产区政府在创建白酒地理标识过程中应起引领作用，做好市场价格、质量、贸易政策等方面管理和监督；要科学研究白酒因素对酿酒的影响，建立系统全面的地理区划指标体系，如水热系数、积温、光热系数等；必须规范白酒地理标识产品质量标准体系和白酒分级制度。

最后，中国酒业协会固态白酒原酒委员会副秘书长袁瀚主持，由泸州市人民政府、中国国家地理·国酒地理和中国酒业协会固态白酒原酒委员会共同发起“建立中国白酒地理标识倡议书”。

建立中国白酒地理标识倡议书

尊敬的产区政府、产业协会、白酒企业和媒体朋友：

中国白酒以固态法发酵为主，受自然环境（如空气、水、温度、微生物等）影响较大，因而地理因素对白酒生产有着直接影响。同时中国白酒的历史悠久，在世界六大著名蒸馏酒中独具一格，地理环境、人文积淀为白酒酿造带来的技艺传承，如酿造原料、制曲和勾调等工艺，是其他蒸馏酒无法比拟的。白酒在国际行业作为传统民族行业，其发展意义不仅仅在于经济效益，更重要的是它是中华传统文化的重要载体。

立足“大循环”打通“双循环”。白酒作为具有高度文化属性的商品，本质在探索不同地域特点、酒体风格、特色工艺等方面的内部交流中，共同渗透，形成新发展格局。把构建新发展格局同实施国家区域协调发展战略等政策衔接起来，在区域内部实现劳动力和生产资料的多样化结合，有效推动产工的广度和深度。同时，白酒也是我国重要的出口酒类产品，发挥着加强中外文化交流的作用。文化先行、产区引领、品牌落地。把“一带一路”战略的推进，作为白酒国际化的突破口和加速器。深耕“一带一路”市场，以酒为媒，用“国际语言”向全世界讲好中国白酒文化故事。在我们看来，白酒产区化是最好的“国际语言”，不仅有利于和国际酒品市场接轨，更有利于文化交流、市场开拓、技术升级的发展，同时也有助于中国白酒及其所代表的东方文化引起国外消费者及中华文化受好者浓厚兴趣。

今年论坛围绕着优质固态发酵的原酒企业未来发展而展开，其中通过中国白酒原酒国家地理标识的方式结合产区溯源，会在名酒涨价限量、行业洗牌集中以及年轻市场开拓的模式创新的三个方面，进一步拓展出广大的市场空间。中国白酒以固态法发酵为主，受自然环境，如空气、水、温度、微生物等影响较大，因而地理因素对白酒生产有直接影响，同时白酒产区溯源，又将对中国“双循环”经济模式发挥重要作用。

因此，我们倡议建立中国白酒地理标识，将区域资源的比较优势转化为发现层面的绝对优势，助力国内技术升级和国外市场开拓，从而提高产品在国内和国际两大市场中的竞争力。

一、倡议产区政府在创建白酒地理标识过程中起引领作用。在审查确权、酒类产品市场价格、质量、贸易政策等方面管理和监督，保护白酒地理标识的长期利益，保护区内白酒地理标识生产者利益和消费者利益，推进白酒的产区化。

二、倡议产区内龙头企业发挥积极带头作用，倡导品质消费，推广固态发酵理念，践行原酒标准。引导骨干企业充分利用自身渠道和资金优势，积极推进白酒地理标识建设。

三、规划白酒地理标识识别标准，在地域范围的界定上要注意考虑：1、地理因素，应是地域边界认定的科学依据。2、人文因素，应包括当地人的技艺、经过长期积累提炼出的生产加工方法等。3、应尊重历史和传统，白酒产品大多具有悠久的历史，其地域范围也会因历史的变迁而产生变化。4、经济因素，既不能为经济效益一味扩张，降低地理标识的价值；也不能界定过于狭窄而限制当地特色产业的竞争力。

四、研究自然因素对酿酒的影响，提供可供验证的科学依证和解释。建立系统全面的地理区划指标体系，如水热系数、积温、光热系数等；必须规范白酒地理标识产品质量标准体系和白酒分级制度。

最后，中国酒业协会固态白酒原酒委员会秘书长袁瀚指出，白酒地理标识具有不可复制性，一旦条件发生变化，将会发生“水土不服”。建立系统全面的酿酒工程专业指标体系，如酿酒微生物及育种指标、成分分析标准、酿酒工艺指标、生物化学指标等。引领白酒科学量化发展。

五、规范白酒地理标识产品质量标准体系和白酒分级制度。对地理标识产品的原辅料标准、生产工艺标准及产品特性等方面推行强制性国家标准，并与国外法律法规相符，丰富完善色谱对白酒骨架无素体系的鉴定作用。从饮用后临床效果入手，争取实现对酒水的微量成分进行精确衡量，清除参与国际交流和贸易的技术障碍。

六、落实中国白酒地理标识的市场推广和宣传工作，培育更加科学合理的消费行为。让停留在感性认识层面的消费者了解对白酒质量产生影响的决定性因素。让消费者知道为什么要喝酒，喝什么样的酒，怎样喝酒。助力产业更好发展，降低饮酒所带来的负面社会影响，为中国白酒地理标识制度保值、增值。

泸州市人民政府
中国国家地理·国酒地理
中国酒业协会固态白酒原酒委员会

法院公告
（2020年11月7日）
（2020）黔0330民初38号
陈华强：按现受理原告陈华强诉你间借款纠纷一案，现已审理终结，现依本诉（2020）黔0330民初38号《民事判决书》，判决主文为：被被告陈华强于本判决生效之日起十五日内偿还原告陈华强借款本金人民币5000元整。自你间借款之日起计息，60日期限为还款，如不服本判决，可在公告期满后十五日内向本级法院递交上诉状，并按对方当事人人数提交上诉状副本，上诉于贵州省遵义市中级人民法院，逾期未上诉，本判决即发生法律效力。特此公告。
贵州省习水县人民法院
（2020）黔0330民初3472号
张应肯：按现受理原告彭耀炜诉你租赁合同纠纷一案，现已审理终结，现依本诉（2020）黔0330民初3472号《民事判决书》，判决主文：限被告张应肯于本判决生效之日起十五日内给付原告彭耀炜租赁费人民币3000.00元。如不服本判决，可在公告期满后十五日内向本院递交上诉状，并按对方当事人人数提交上诉状副本，上诉于贵州省遵义市中级人民法院，逾期未上诉，本判决即发生法律效力。特此公告。
贵州省习水县人民法院
（2020）黔0330民初3475号
周金强：按现受理原告周金强诉你交通事故纠纷一案，现已审理终结，现依你公告，其诉讼地址不明，现依法向你公告送达（2020）黔0330民初3475号《民事判决书》，判决主文为：一、限被告周金强于本判决生效之日起十五日内赔偿原告雷光辉工资人民币9200.00元；二、驳回原告雷光辉的其余诉讼请求。自公告发布之日起经过60日期限为送达，如不服本判决，可在公告期满后十五日内向本院递交上诉状，并按对方当事人人数提交上诉状副本，上诉于贵州省遵义市中级人民法院，逾期未上诉，本判决即发生法律效力。特此公告。
贵州省习水县人民法院
（2020）黔0330民初3477号
徐会：按现受理原告钟方华诉你离婚纠纷一案，现已审理终结，因你失踪，其诉讼地址不明，现依法向你公告送达（2020）黔0330民初3477号《民事判决书》，判决主文为：准予原告钟方华与你离婚。自公告发布之日起经过60日期限为送达，如不服本判决，可在公告期满后十五日内向本院递交上诉状，并按对方当事人人数提交上诉状副本，上诉于贵州省遵义市中级人民法院，逾期未上诉，本判决即发生法律效力。特此公告。
贵州省习水县人民法院
（2020）黔0330民初3478号
邹明勇：按现受理原告袁成彬诉你民间借贷纠纷一案，现已审理终结，现依本诉（2020）黔0330民初3478号《民事判决书》，判决主文为：限被告邹明勇于本判决生效之日起十五日内偿还原告袁成彬借款本金20000.00元及利息（利息自2020年8月9日起以年利率6%进行至借款本金清偿之日止）。自公告发布之日起经过60日期限为送达，如不服本判决，可在公告期满后十五日内向本院递交上诉状，并按对方当事人人数提交上诉状副本，上诉于贵州省遵义市中级人民法院，逾期未上诉，本判决即发生法律效力。特此公告。
贵州省习水县人民法院
（2020）黔0330民初3479号
谢帝兴：按现受理原告谢帝兴诉你离婚纠纷一案，现已审理终结，因你失踪，其诉讼地址不明，现依法向你公告送达（2020）黔0330民初3479号《民事判决书》，判决主文为：准予原告谢帝兴与你离婚。自公告发布之日起经过60日期限为送达，如不服本判决，可在公告期满后十五日内向本院递交上诉状，并按对方当事人人数提交上诉状副本，上诉于贵州省遵义市中级人民法院，逾期未上诉，本判决即发生法律效力。特此公告。
贵州省习水县人民法院
（2020）黔0330民初3480号
杨朝云：按现受理原告吴春群诉你民间借贷纠纷一案，现已审理终结，因你失踪，其诉讼地址不明，现依法向你公告送达（2020）黔0330民初3480号《民事判决书》，判决主文为：限被告杨朝云于本判决生效之日起十五日内偿还原告吴春群借款本金人民币60000.00元。公告发布之日起经过60日期限为送达，如不服本判决，可在公告期满后十五日内向本院递交上诉状，并按对方当事人人数提交上诉状副本，上诉于贵州省遵义市中级人民法院，逾期未上诉，本判决即发生法律效力。特此公告。
贵州省习水县人民法院
关于解除保险代理关系的公示
中国太平洋人寿保险股份有限公司湖南分公司因疫情原因，现决定解除以下代理人与我公司间及机构已经的解除：1.刘国等人（名单附后）因个人代理合同，截止公司通知之日，我司已通过保险公司网站平台监管系统“禁止”了刘国等人代理资格，以防被人冒用从事公司业务从事任何保险活动，此通知原代理人不得再以本公司名义从事任何保险活动，其行为与本公司无关。特此公告。
中国太平洋人寿保险股份有限公司
湖南分公司
2020年11月7日

姓名	执业证编号
朱春红	0000154300000000201906144
王丽娟	0000154300000000201906703
彭妙	0000154300000000201907020
刘国	0000154300000000201907024
刘国	0000154300000000201907026
张杰	0200020430000800002018033011
刘国	0200020430000800002018033012
刘国	0200020430000800002018033013
刘国	0200020430000800002018033014
刘国	0200020430000800002018033015
刘国	0200020430000800002018033016
刘国	0200020430000800002018033017
刘国	0200020430000800002018033018
刘国