

2020“十三五”收官之年，在新冠疫情和宏观环境变化等不确定因素影响下，我国GDP(国内生产总值)仍历史性突破100万亿元大关，比上年增长2.3%，这显示出中国经济的强劲动力和在发展水平上的“高含金量”。

面对“十四五”新开局，白酒行业迎来新发展阶段，众多酒类企业都提出了新发展命题，含金量十足的“百亿新局”正是其中之一。于行业而言，“百亿”不只代表着一家企业的综合实力和品牌竞争力，更意味着其在行业的角色地位、话语权分量乃至关系未来的发展空间。

冲刺百亿的种子选手

纵观行业，占据第一梯队的头部酒企，是最有发展优势，也最具胜算的酒业力量。因此，百亿扩容成为行业最大的确定性命题。习酒2020年实现销售额103亿，茅台酱香酒二度跨越百亿，众多酒企在2020年表现不俗、纷纷谋划“十四五”剑指百亿。

目前，百亿以上规模的白酒上市企业有贵州茅台、五粮液、洋河股份、泸州老窖、山西汾酒、古井贡酒和顺鑫农业(牛栏山)、剑南春、郎酒、习酒、劲酒(含保健酒业业务)则是未上市酒企中的百亿担当。

结合百亿酒企的成长路径来看，冲刺百亿的种子选手都有谁？

一是营收规模在50亿以上、加速冲刺百亿后半程的生力军，典型代表是西凤、今世缘等。

西凤2019全年营收超60亿元，并划定了三年百亿的目标路径。2020年作为西凤的“改革攻坚年”，红西凤高端价值不断提升，品牌协调发展、营销创新赋能和体制变革等一系列举措，持续激发内生活力；

今世缘2020年预计营收51亿，并拟定在



2025年实现百亿目标。为此，今世缘明确提出聚焦核心价格带，实施多品牌战略，致力于将国缘打造为全国化主导品牌；同时优化区域布局，专注战略板块市场，加速省外扩张步伐。同样的，口子窖也是50亿左右的实力酒企，未来有潜力、有机会更进一步。

二是以酒鬼酒、国台、金沙等为代表，瞄准百亿战略、增长势能强劲的实力酒企。

比如作为上市酒企的酒鬼酒，其业绩预告显示，2020年净利润为4.55亿—4.95亿元，增幅51.92%—65.28%。近两年，酒鬼酒保持较高增幅，其中内参酒全国化深入推进、强化高端价值贡献巨大，还有来自体制、组织、战术等层面的创新驱动。

金沙与国台同为冲劲十足的酱酒实力派。金沙酒业2020年5月首次提出百亿战略，当年营收突破27亿，并力争到十四五末冲刺百亿销量，将摘要打造成50亿以上超级单品；国台酒业2019年营收18.88亿，有消息称企业

谋划“十四五”剑指百亿 百亿不易 谁在跑步前进？



2020年销售或已破30亿，相信随着上市进程稳步推进，国台也将释放更大的发展动力。

三是雄厚资源战略加持的“酒业集团军”，比如川酒集团和新成立的贵州酱酒集团。川酒集团去年酒业营收40亿元，在原酒和成品酒双板块发力同样的，注册资本达50亿的贵州酱酒集团借助产业整合、雄厚的多方资源支持和酱酒热趋势，未来向上的发展空间和机会巨大。

此外，舍得酒业、珍酒、稻花香、四特、丹泉等都有结合自身战略所定的百亿目标。当然，百亿进阶绝不是一场短跑，而是考验战略定力和发展持续性的耐力赛，需要时间、品牌、市场以及消费者等多方作用的合力。毕竟没有一个百亿，可以轻而易举成功。

只有实现过最初的梦想，才有可能、有希望再攀高峰。

百亿之上再造新百亿

立足十四五新起点，除了谋划千亿新发展的茅台、五粮液之外，对于已然站上百亿台阶的领军酒企而言，“百亿新局的价值内涵更深、维度更广，而且让自身的发展需求和对未来的期待更加强烈——百亿之上，再造新百亿！

当国窖1573在2019年单品销售突破100亿时，泸州老窖股份公司党委书记、董事长刘淼和总经理林锋就发布了“新百亿再出发”的动员令；在2020年国窖公司的第二次股东大会最新透露，国窖1573的“十四五”销售目标是突破400亿，聚焦“模式升级、全面竞争、品牌跨越”为战略发展的核心路线。

这背后是泸州老窖致力于“让中国白酒的质量看得见”，持续强化质量管理，建成年产10万吨优质固态酿造原酒、储酒能力38万吨、年产10万吨酒曲的智能酿酒生态园，组建国家级的科研平台等举措，为产品品质保驾护航。

目标百亿，双沟成为洋河的第二增长极。让双沟通过全国化目标“三步走”战略，充分激发内在的历史底蕴、品质优势和文化基因，再加之营销创新，冲刺50亿大关，未来展望100亿目标，再次实现全国名酒的价值回归。

奋进二百亿，再造新古井。古井持续激发名酒势能，2020年强化年份原浆的高端影响力，创新推出古香型产品年份原浆·年三十，启动智能园区建设为两百亿奠定更大的产能基础和品质基石，更构筑起“古井贡酒+黄鹤楼+明光酒业”的战略组合，未来释放更大发展动能。

同样在2020年，随着吴家沟生态酿酒区的正式启用，郎酒集团董事长汪俊林宣布，再造一个百亿酱香郎酒。据悉，吴家沟生态酿酒区是郎酒耗时8年、总投入50亿元所打造战略工程，待全部建成后，郎酒将新增制曲产能6万吨，新增酱酒产能2万吨、总体产能达到5万吨，新增年产量200亿至300亿元。

还有剑南春在2020年加快推进的三万吨原酒扩能项目，持续提升产能，再造一个“剑南

春”，争取3—5年绵竹酒业的销售收入突破300亿元。据悉，三万吨原酒扩能项目投产后，将年新增工业总产值100亿元，年新增利润15亿元以上，年新增税收20亿元以上。

发现百亿酒企的共性密码

百亿不易，进阶升级。在“百亿新局”的目标引领下，百亿酒企的共性密码有哪些？

首先，独一无二的品牌价值，成就百亿企业的大未来。正如北京卓鹏战略咨询机构创始人田卓鹏所说，一个品牌的成功，必须要解决好品牌定位、品牌受众和品牌赋能三大问题。随着行业集中，消费者的品牌意识愈加强烈，未来全国一线名酒、区域强势品牌和省酒龙头将占据更大的市场份额；相对应的中小型酒企、甚至无品牌意识的企业不仅会业绩下滑，如果不创新谋变，未来的生存空间也会被大大压缩，甚至消失。

其次，品质将是“百亿新局”更高维度的发力点。“真正的高手，时刻都在苦练内功、做好准备”，当然也任重道远。毕竟上规模的优质产能不仅为百亿提供发展基石，也是抵御风险、构建竞争优势的“超级护城河”。

再者，行业大单品培育，代表着企业的最大诚意和硬核实力。飞天、普五、国窖1573、梦之蓝、水晶剑、牛栏山陈酿、年份原浆系列、习酒窖藏1988等等，都是消费者辨识度最高、行业影响力巨大的超级单品。这也是现在君品习酒、内参酒、摘要、国台国标酒等大单品所对标的成长路径，打造企业价值的产品化符号。

此外，白酒作为传统行业，做好传承与创新，积极对接新消费需求和数字化赋能，将数字化、智能化更多地加持在营销力创新和科技力上，持续丰富多元化的新消费场景和品牌年轻化，比如泸州老窖当前着力打造的高光品牌，瞄准的正是未来机会和白酒的轻奢消费时代。

(据佳酿网)

酱酒“狂热” 黔酒迎来最佳机遇

在未来几年内，黔酒板块将会迎来历史性的巨变，1家千亿级的酒业航母，多达6家百亿级酱酒巨头，以及6家白酒上市公司。这样的豪华阵容，足以使得黔酒成为中国白酒板块中独树一帜的存在，与强大的川酒板块相媲美。

百亿、上市、品牌梯队

这是酱酒最好的时代，也是黔酒最好的时代。

1月25日，贵州省十三届人大四次会议开幕式上，代省长李炳军在《政府工作报告》中提出，在狠抓传统产业优势挖潜升级方面，将发挥贵州茅台领航优势，打造贵州酱酒品牌梯队。

事实上，打造品牌梯队只是新时代黔酒雄心壮志的“冰山一角”。

早在去年12月，李炳军在调研遵义时就强调，要进一步优化产业布局，推动白酒产业提质增效，充分发挥茅台集团龙头引领作用，打造一批骨干企业。

酒业家独家获悉，李炳军同时还提出了关于黔酒发展的具体目标和要求：“打造全省百亿产值千亿市值白酒产业，将习酒、国台酒、金沙酒、珍酒、董酒、钓鱼台国宾酒等打造成百亿以上产值，力争‘十四五’期间新增5家以上白酒企业上市。”

这是2020年11月20日李炳军任贵州代省长后，亲赴一线充分调研了白酒产业现状后，提出的关于黔酒发展崭新的规划蓝图。

从履历看，李炳军于1991年到2013年20余年间就职于国务院办公厅，官至部长级秘书，其后又担任多地省委副书记多年，尤其擅长于从宏观大势和经济格局上推进发展问题。

围绕李炳军的这一要求，去年12月31日，“十三五”的最后一天，“全省白酒企业上市工作会议”在贵州省地方金融监管局召开，贵州省工信厅、国资委、地方金融监管局，以及仁怀、汇川、习水、金沙等县政府相关负责人、和习酒、金沙、国台、珍酒、董酒、钓鱼台等酒业负责人共同参会。

有行业人士表示，这场专门针对省内白酒企业上市的会议，在贵州白酒发展的历史上实属罕见，一方面直奔上市主题，另一方面涉及到的企业数量也不在少数。

在酒业家看来，仅仅从这场会议的规格便能看出，这是一场事关未来五年黔酒发展格局的关键会议。酒业家了解到，在本次会上达成了多项共识，经酒业家梳理，包括以下几个方面：

各地有关部门要强化政策引领，精心做好服务，为全省白酒产业持续健康发展创造良好营商环境和必要条件。

各企业要抢抓企业上市注册制改革重大政策机遇，将上市目标定在“十四五”规划期内，探索运用股份制改造、整合重组同类企业等方式做大做强，尽快达到上市条件。

贵州省地方金融监管局将和省工信厅、国资委等研究推进白酒企业上市的优惠政策措施，并把金沙酒业等优质白酒企业纳入贵州上市挂牌后备企业资源库。

将列出上市工作的时间表、路线图，实行“一企一策”全程跟踪指导企业上市，加快企业上市进程。

从上述内容可以看出，对于推进贵州酱酒企业的上市工作，政策层面已经拿出了100%的努力。权图酱酒工作室创始人、成都左右脑咨询机构总经理权图对酒业家表示：“随着政府强力介入白酒产业的规划运营，白酒产业将成为贵州省支柱产业之一。”

黔酒规划：1+6+6

2019年，茅台集团实现营收1003亿，提前一年完成千亿目标的同时，也成为中国酒业首家千亿巨头。2020年，茅台股份预计实现总营收约977亿元，距离千亿大关已经咫尺之遥。

按照李炳军所提出的规划来看，除茅台外，包括习酒在内将再新增6家百亿级巨头酒企，5家白酒上市公司。而贵州省内的唯一一家白酒上市公司贵州茅台早已成为A股市值之王。

这也就意味着，未来黔酒板块进化到“PLUS”版本，实现“1+6+6”的板块格局，即1家千亿级酒业航母，6家百亿级白酒企业，和6家白酒上市公司。

从上述会议的参与企业来看，有望成为“1+6+6”版图的企业也已浮出水面，即：茅台、习酒、金沙、国台、珍酒、董酒和钓鱼台。

2020年，贵州习酒一举突破百亿大关，实现销售收入103亿，成为中国酒业第9家百亿级白酒巨头。按照习酒的规划，到“十四五”末，将力争实现200亿的销售目标。

从客观层面来看，在剩下的5家企业中，也几乎都具备了冲刺百亿和实现上市的底气与实力。

2020年，上半年，金沙酒业便规划发布了百亿战略，最终在2020年营收突破27亿，取得“百亿开门红”，也为百亿奠定了基础。前有茅台系列酒和习酒5年从10亿+跨越百亿的样本，金沙的百亿也自然备受期待。另一方面，金沙酒业已经规划了上市目标，将力争在2024年左右实现主板上市。

2019年，国台酒业的销售已逼近20亿，有消息显示，2020年，国台已经突破30亿大关，同样为“十四五”的百亿冲刺打下了扎实的基础。另一方面，国台已于2020年5月正式提交了招股书，目前上市进程稳步推进，有望成为“酱酒第二股”。

“酒中珍品”近年来也是实现了跨越式的增长，2019年已经突破10亿大关。2020年珍酒同比增长超过了60%。值得注意的是，在去年12月初，珍酒也完成了百亿增产扩能项目的签约，这一扩产项目将夯实珍酒百亿的基础。



作为“老八大”的董酒，在重新梳理了品牌和定位之后，轻装上阵，这两年来也进入了发展的“快车道”。有相关人士透露，2020年，董酒的销售收入已经突破10亿元，迈上了新台阶。酒业家查阅资料获悉，按照董酒既定的发展规划，目标是在2030年前实现百亿营收。

有公开数据显示，早在2018年，钓鱼台的销售便已经突破10亿元，在过去2年的酱酒热带动和“钓鱼台热”的驱动下，钓鱼台的快速发展也在预料之中。据贵州日报报道，2020年前三季度，钓鱼台酒业同比增长超过80%。目前对于钓鱼台来讲，产能稀缺将是其冲刺百亿的“拦路虎”，不过另一方面，品牌与品质兼具的钓鱼台有机会通过高端的塑造来弥补产能的稀缺。

权图判断认为，“十四五”期间，茅台应该突破会1500亿，习酒突破200亿，而国台、金沙、珍酒等大概率将实现100亿，还会有一批贵州白酒品牌会发展起来。此外，贵州也将有一批白酒企业登录资本市场，使得贵州白酒的整体实力得到极大的提升。

黔酒迎最强政策扶持

历史从未向今天这般青睐黔酒。

去年12月，李炳军在调研遵义时曾表示，贵州全省白酒产业“十四五”时期的发展，要朝着更高目标努力。除发挥茅台集团龙头引领作用，打造一批骨干企业外，李炳军还提到，要大力发展包装设计、物流运输等配套产业。

无独有偶，在去年的11月初，现任贵州省委书记谌贻琴也提出，发展优质研究产业，要推动配套产业更“优”，有针对性开展产业链配套等集群式招商，争取更多上下游配套企业落户贵州。

就在1月22日，遵义市发布的“十四五”发展规划中，也提出要打造一批集聚度高、关联性强、产出率高的产业基地和产业链条。

前后三个月的时间中，从省委书记到省长再到酱酒主产区的发展规划，都提出将大力发展配套产业，以推动贵州白酒的快速发展。除此之外，“以茅台为引领，打造品牌梯队”也成为贵州省和遵义市“十四五”阶段对于白酒产业的重中之重。

“这意味着未来贵州酱酒行业的发展将会有更好的营商环境和配套设施。”有从事酱酒经营的人士对酒业家说道。

诚然，政策的支持将会极大地带动区域经济的发展。上海正品堂酱酒咨询机构董事长邵伶俐对酒业家表示，于贵州酱酒而言，政府扶持一批优质的酱酒小巨人企业和若干个重点的大型企业，对于酱酒企业在生产规模的扩大以及融资、上市等方面将会获得支持。

“各级政府都提到，要发挥茅台的领航优势，打造贵州酱酒品牌梯队，这意味着随着茅台的持续发展，将会有更多的酱酒企业得到受益。”邵伶俐说道。

白酒“川黔两雄”格局形成

政策的驱动会引起连锁反应，在“抓大、扶中、推小”的同时，也会加快行业集中度的提升。

“‘十四五’期间，酱酒品牌化和集中化的加速不可避免，贵州中小白酒企业将承压。”权图对酒业家说道。值得注意的是，在2020中酒展广州论坛上，权图就曾作出判断：茅台镇现在的1000家酒厂未来将逐步变成100家，甚至不到100家。

“贵州白酒的崛起是未来五年中国酒业格局最大的改变。”权图说道。

由此来看，随着贵州酱酒的快速发展，也将再次引起“川黔争锋”的讨论。

“未来，茅台镇酱酒的销售额，将会约等于四川白酒的总销售额。”在第三届贵州白酒发展圆桌会议上，正一堂战略咨询机构董事长杨光做出了这样的论断。

按照目前黔酒的这一规划，杨光的论断很有可能成为现实。按照杨光的判断，5年后，酱酒行业将会出现“众星捧月”的格局，其中茅台将会达到2000亿规模，会出现少数200亿规模的酱酒，多个100亿规模的酱酒品牌，以及众多50亿级别的酱酒企业。

需要指出的是，作为酱酒的主产区 and “世界酱香型白酒产业基地核心区”，无论是50亿、100亿还是200亿规模的酱酒企业，仍将以黔酒为主。

按照这样的体量进行估算，一旦黔酒目前规划的“1+6+6”格局最终形成，黔酒前7大企业的规模就将超过2500亿元。而公开数据显示，2019年，四川省规上企业白酒实现收入达到了2650亿元。

也就是说，到“十四五”末，黔酒主流企业的规模可以与当前川酒的规模旗鼓相当。不可否认的是，未来，川酒板块将会向3500亿甚至更高规模迈进，但尽管如此，黔酒与川酒的竞争差距也正在逐步缩小。

从上市公司层面看，黔酒规划到“十四五”末，将会达到6家白酒上市公司。而目前，在中国酒业中，仅有20家白酒上市公司，其中川酒和徽酒各有4家，处于第一梯队。

“川黔板块未来争锋的重点或许并不仅仅体现在规模上。”有分析人士提出了这一说法。

事实上，当前酱酒热的态势下，“入酱”和“染酱”已逐渐成为整个行业的“主旋律”。川酒也不例外，除酱酒一大巨头郎酒外，川酒板块也存在诸如潭酒等众多酱酒企业。而在2020年，泸州市也规划了茅溪镇酱酒产区，并重点进行投入和打造，试图参与到酱酒的未来竞争之中。

而在这方面，黔酒的主产区遵义似乎也作出了“应对”，把最优质的土地资源用于最优质的酱香型白酒生产，打造世界级酱香型白酒产业基地核心区。

(据中国酒业新闻网)