

兰陵美酒能醉客 王者归来琥珀光

■ 王紫兆

“兰陵美酒郁金香，玉碗盛来琥珀光。”诗仙太白将盛唐的太平气象和浪漫风流寄情于兰陵美酒，而今，兰陵美酒正在新时代中飘远酒香。

作为鲁酒“四大家族”中的资深一员，兰陵美酒曾有过辉煌的历史。然而到了 20 世纪 90 年代末期，由于经营不善，山东兰陵美酒股份有限公司曾一度亏损了 10.2 个亿，负债高达 12.9 亿元。2003 年，企业达到资不抵债的破产边缘。

20 年后，兰陵美酒已经步入发展的快车道。那么，这期间是怎样大刀阔斧的改革让兰陵重获新生？

通过对山东兰陵美酒股份有限公司董事长陈学荣的专访，我们真切感受到陈学荣的筚路蓝缕与锲而不舍的精神，更加深入地了解到这家酒企的发展蓝图与卓尔不群。

先有兰陵酒 后有酒文明

2003 年 9 月 8 日，陈学荣来到兰陵美酒厂担任董事长。当时正是中国酒行业大发展的时候，整个鲁酒的外部环境也很好。

但 2003 年的兰陵美酒厂却是人心涣散，管理混乱，濒临破产。

陈学荣不惧困难，毅然决然地坚守了近二十个春秋。是什么让他面对百废待兴的局面没有轻言放弃，又是什么支撑他在最艰难的时候仍然看向未来？

是传承这份中华特色文化的自觉与担当，也是考虑当时厂内员工安置问题的社会责任与使命，使陈学荣带领兰酒人坚守住兰陵酒文化与酒酿造的传承。

陈学荣表示，“职工半年多发不出工资，面临这种情况，怎样能够扭亏解困？这不单是我的一个心愿，同时也是市委市政府甚至是全体临沂人民的一个心愿。扭亏解困的压力很大，我个人的思路和能力是不够的。首先是市委市政府和县委县政府等各级党委的强力支持，其次是社会资源的整合，才能够共同把兰陵美酒过去的巨大亏损变成现在的扭亏为盈，进入发展的快车道。”

企业的管理核心是人。新上任之后，陈学荣以铁的心肠、铁的手腕、铁的纪律“三铁”的改革策略，首先从人员管理着手，让中层管理人员重新竞聘上岗。建立并制定现代化的管理理念和制度，采取物质奖励和精神奖励同时实施的办法，调动员工的积极性、主动性和创造性。

据介绍，自 2004 年春天开始公司实施一系列措施，大约在 2008 年改革成效完全显现。兰陵美酒渡过了困难时期，迎来发展的希望。

陈学荣表示，“打造好中华第一历史文化品牌，既是今后企业发展的既定目标，也为今后企业的发展指明了方向，这和当前产业振兴的思路是相吻合的。”

创新消费场景 开辟产品新天地

目前，公司形成了高中低端有序分布的产品结构线，高端酒以兰陵王、九朝陈香为主导，中端以兰陵陈香为主，低端以大曲、陈酿等系列为主。

“在产品结构调整上，我们已经加大力度。分几大系列，兰陵王系列除了要按照原来高端、高档、高价位的思路以外，还要在品质上进一步提高。兰陵美酒系列是传统美酒，也计划推高端的产品。同时开发洞藏系列，洞藏是一个新的概念，也是广大消费者很喜爱的一种方式，所以 2012 年公司斥巨资建立了天崂山洞藏储存基地，能储存 18000 吨美酒，洞藏是产品结构调整的很好产品。”陈学荣说。

走进天崂山，洞藏的酒香扑鼻而来，洞内经过反复实验调整好的温度和湿度，不仅为洞藏酒提供了适宜的储酒条件，也为广大消费者在天崂山的洞藏体验创造了难忘的场景。

在重构产品线，满足消费者对个性化、品质需求的同时，兰陵美酒还不断创新营销模式，打开了新的销售渠道和宣传渠道，发力电商平台，进行直播销售等线上活动。

基于电商平台的全国受众和兰陵美酒中华老字号的品牌加持，兰陵王的中高端系列产品在电商平台上取得了傲人的销售业绩。统计数据显示，2021 年，兰陵酒通过直播电商，70% 的产品销售到了山东以外的市场。

第三届“兰陵美酒封藏节”仅在 5 月 9 号活动期间，短视频曝光量就达 834 万次，10.8 万人观看视频号和抖音直播，成交 1.1 万单，223 万人观看云游酒厂直播。媒体互动参与人数超过 467 万人次，创下鲁酒直播新纪录。兰陵美酒借力直播电商渠道，使企业在全国市场获得了新的增长点。

搭上“中国速度” 王者归来蓄势待发

早在 2021 年度经销商盛典上，山东兰陵美酒股份有限公司总经理陈琨就提出了精耕山东省内市场，扫除兰陵酒的县级市场的战略布局，截至目前，山东省内 136 个县级市场已完成全面布局。

2021 年，兰陵美酒还通过冠名高铁列车等宣传平台牵手“国家脉络”，搭上“中国速度”，邀请全国人民共同感受兰陵美酒的千年味道，更大范围地提高了品牌美誉度。

品牌以品质和规模为底气。兰陵美酒通过一系列改革与创新举措，使得产品品质得到稳步提升，生产规模和市场规范有序拓展，坚持高质量发展战略不动摇，进一步夯实市场基础，升级完善营销手段，正努力再次实现兰陵美酒的跨越式发展。

云南镇雄狂砸 40 亿 淘金“黄金河”

■ 云峥

赤水河流经五市十三县，蜿蜒四百多公里，每年 1700 多亿元的白酒营收让其他白酒产区望尘莫及，成为行业最赚钱的“黄金河”。

云南镇雄地处赤水河源头，生态好、森林覆盖率极高，但是支柱产业薄弱，与白酒发展好的仁怀市相比，有天壤之别。

穷则思变，白酒产业成为镇雄新的经济突破点。

近日，镇雄县计划建设赤水河源“高品质”白酒产业项目。该项目总投资金额预计 40 亿元，建设期限预计为 3 年，规划面积为 1200 亩，该项目还将建成 1000 亩白酒原料高粱示范生产基地。到 2025 年，力争全县实现 2 万亩有机高粱种植园。

业界认为，镇雄县计划投资 40 亿打造赤水河源“高品质”白酒产业是好事，依托白酒产业和有机高粱种植可以实现经济增长和农民增收，实现了产业振兴。同时，也为云南未来白酒产业发展提供了样板，赤水河从真正意义上开启了全域酿酒模式，对“滇酒振兴”意义重大。

打破“茅台镇”的魔咒

镇雄位于云南省东北、云贵川三省结合部，是生态建设的优等生。

m6 月 22 日至 23 日，昭通市委副书记罗永斌到镇雄县调研赤水河流域生态保护工作，并主持召开推进会议，安排部署赤水河流域云南段生态治理修复工作。

众所周知，云南白酒产业呈现出多而散且规模极小的发展态势，白酒企业多以家庭作坊为主，在工艺技术、创新改造和品质提升等方面不能与周边省份产酒大市、重点县相比。作坊式白酒的优点是投资少，成本低，劣势是产品销量上不去，产品附加值低，形成不了产业链。虽然云南白酒小作坊最多时达到万余家，但不能发挥白酒固有的价值。在经过多次整改整顿后，有生产许可且能生产的企业还有八九十家，但规模不大的现状并没有改变多少，云南白酒产业需要领头羊。

镇雄计划投资 40 亿元的赤水河源“高品质”白酒产业项目，分两期建设。一期用二年时间建成 1 万吨规模白酒产能，投资 20 亿元；二期用一年半时间提升到 2 万吨规模白酒产能，投资 20 亿元。

白酒项目位于镇雄县芒部镇、五德镇、尖山乡，以勒镇。建成运营后，同步拉动经济增长，带动相关物流、信息流、资金流，以及乡村振兴产业的可持续发展。

记者还发现，镇雄赤水河源“高品质”白酒产业项目的资金筹措方式为企业自筹，从资金筹措方式看，该项目是政府和企业共同助力推广的重点项目，赤水河源头的优势酿酒资源已被优质企业和资本盯上，这对于茅台镇寸土寸金的投资环境，镇雄在酿酒用地、有机高粱基地培育、人工等方面优势更



加明显。

镇雄白酒项目的落地预示着，离开茅台镇也能建产区，也能酿出好酱酒，打破了酱酒出川黔的格局，赤水河“黄金河”的优势更加凸显。

“离开茅台镇，酿不出好酱酒”的魔咒虽然早被习水、古蔺和金沙等产区打破，但镇雄赤水河源“高品质”白酒产业项目可能会把“魔咒”打得稀碎。

淘金“新产区”胜算几何？

赤水河流经云贵川五市十三县，蜿蜒四百多公里。在赤水河流域，茅台、郎酒、习酒、国台、钓鱼台、金沙等白酒品牌犹如耀眼的珍珠，镶嵌在赤水河畔。

在赤水河流域，贵州白酒企业的收益最大。贵州省统计局数据显示，2021 年，贵州省规模以上工业增加值比上年增长 12.9%。其中，白酒产量 34.81 万千升，比上年增长 30.5%，全年持续实现 20% 以上高速增长。

2021 年贵州白酒完成营业收入 1570 亿元，利润总额 890 亿元，税金 606 亿元。加上四川古蔺县 195 亿元白酒产值及 154 亿元销售收入，赤水河的贡献巨大。

从茅台到众多酱酒企业和品牌的不断增长，产区数量上也在发生着变化。从茅台镇 7.5 平方公里核心产区到 15 平方公里核心产区，再到赤水河流域酱酒带，产区也从一个发展到习水、赤水、古蔺、金沙等多个。

赤水河在镇雄境内有 97 公里，流经 14 个乡镇，流域面积达 1600 平方公里。虽然镇雄县资源丰富，环境生态和森林覆盖率远好于其他县市，红色旅游项目和自然风景前景广阔，但经济相对薄弱。以今年前两个月为例，仁怀市的财政收入是镇雄的 9 倍，在同属于云贵川地域，这就是差距。

镇雄，或者说云南昭通作为赤水河流域的新产区，精准的定位和科学的规划奠定了镇雄未来在酱香型白酒领域的地位。

根据 2021 年 5 月 24 日镇雄新闻报道，5 月 23 日，云南省投资促进局副局长程永流，同由江南大学副校长徐岩、云南省委党校省情与资政研究院副院长郭旭初、四川省食品

发酵工业研究设计院副院长刘念、昆明酒类行业协会会长方志强、郎酒股份公司副总经理沈毅及复星云南公司投资总监马运通等白酒行业领域专家及企业代表组成的团队，到镇雄县考察白酒产业。

考察组表示，赤水河是名酒的代名词，作为赤水河的源头，镇雄区位有特色，资源有优势，产业有基础，市场有需求，发展有保障，更能出好酒、出名酒。

云南投资促进网也显示，考察组一行前往赤水河源头、赤水源镇、芒部镇、雨荷镇、大湾镇等拟选址点位进行实地调研考察，并与昭通市、镇雄县政府及部门相关领导就镇雄县规划建设白酒产业园区相关工作进行深入座谈交流。通过实地调研考察，进一步论证了镇雄发展白酒产业，尤其是酿造优质酱香型白酒的可行性，研究明晰了推进镇雄白酒产业发展的路径和方法。

在赤水河流域，除去茅台镇、仁怀市核心产区，近年来，习水、赤水、古蔺、金沙等多个白酒产区也在蓬勃发展且势头生猛。

其中，习水产区在茅台部分项目和习酒的带动下，众多资本和业外企业入驻，白酒生产以及配套产业日益成熟，成为茅台之外新的大产区。2021 年，习水县白酒产能增至 13.1 万千升，白酒产业贡献的规模以上工业增加值占全县的 89% 以上，税收占全县的 75% 以上。今年一季度，习水成功签约史丹利集团 1 万吨酱香酒技改项目、步长集团 2.1 万吨酱香酒技改扩能项目，茅台 201 厂 3 万吨技改、习酒 1.8 万吨技改、安酒 3 万吨技改项目。数据显示，今年一季度，习水县白酒行业税收占全县税收比重为 88.12%。

除此之外，金沙、赤水和四川古蔺产区的优势也在放大，古蔺仅 200 亿的酱酒产量和金沙产区实现销售收入 71.2 亿元。2022 年，金沙县拟纳入重点调度项目 98 个，其中涉及白酒园区基础设施建设及酱香白酒生产项目共 13 个。

赤水河酱酒的优势在凸显，竞争更加惨烈。茅台镇家庭作坊式和小微企业的整顿、整改和当地政府的力度足以证明，未来竞争

更惨烈。

镇雄“新产区”优势还是很明显，在招商融资和建设用地等方面优于茅台镇，也好于其他产区，但是起步晚、建设工期长等因素也是不容忽视的。在云南省各级政府的支持下，在资本的推动下，虎口夺食，有时候还能夺下一大块鲜肉。

生态是赤水河的“金矿”

罗永斌表示，赤水河是英雄河、美酒河、美景河、生态河。经过近年来持续不断的努力，赤水河生态治理与修复工作取得显著成效，各地也积极探索出一些好的经验和做法，大家要相互学习交流，互相借鉴，共同推进赤水河生态保护工作。

四年前的 6 月 25 日，由茅台集团发起，央视广告经营管理中心以及四川郎酒、贵州习酒、贵州国台、贵州钓鱼台等四家酒企共同参与的大型公益活动——“走进源头、感恩镇雄”在赤水河源头第一村，云南省镇雄县赤水源镇银厂村长槽村民组拉开帷幕。茅台、郎酒、国台、钓鱼台和习酒共同捐资 2400 万元，用于支持镇雄县脱贫攻坚，建设小康。

好生态给了赤水河流域白酒产区最好的发展黄金期。数据显示，2018 年~2020 年，郎酒分别实现营业收入 74.79 亿元、83.48 亿元、93.37 亿元。郎酒 2021 年实现销售回款超过 150 亿元，销售酱香酒 1.1 万吨。2022 年，郎酒的目标是 200 亿。对郎酒来说，150 亿到 200 亿，难度不是太大。

2018 年到 2021 年，习酒营收从 50 亿元跃升至 130 亿元，2022 年的目标是实现营收 177 亿元。截至 6 月 15 日，习酒销售破 100 亿元，完成上半年销售计划，实现时间过半任务过半。按照习酒的速度，超额完成全年任务，突破 200 亿不成问题。

2021 年金沙酒业营收 60.66 亿元，同比增长 122%。2022 年金沙酒业目标销售回款 80 亿元，条件允许，可能迈入百亿时代。

生态是云贵川酱酒企业和酱酒产业的命脉。习水县《关于进一步规范白酒产业发展加强赤水河流域生态环境保护推动白酒产业高质量发展的工作方案》，明确要求新进白酒企业产能不达到一定标准一律不准进入；外来非实体资本投资项目一律暂停；产能未经批准的一律不准扩张；酱香白酒习水集聚区控制性详细规划范围外一律不允许再新增小作坊……从产能门槛、投资性质、生态环保等方面对习水产区的白酒行业发展进行科学规范，推进以习酒公司、茅台 201 厂两家百亿企业为龙头的白酒产业科学梯次发展结构，着力把习水经开区打造成 500 亿级经济开发区。

业界认为，“好饭不怕晚，好酿酒产区也没有时间限制”。古蔺、金沙等酱酒产区都先后出台了生态保护和白酒产业高质量发展规划。镇雄赤水河源“高品质”白酒产业项目的先天优势注定，在生态保护上，白酒产区建设和白酒产业发展足以实现弯道超车。

厂，即便品牌差点，也愿意收购。

另外，由于竞争压力较大，在政府相关对口工作人员的推动下，当地不少酒企也一改之前拒绝的态度，不少中型酒厂甚至主动邀请一些优质的资本前来考察。

优质标的所剩无几

不难看出，在仁怀政府的主导和行业自身发展的需求下，仁怀酱酒产业的兼并重组正呈现出一片火热的态势。

以前出炉的中国酱香白酒核心产区（仁怀）“十大名酒”和“十大推荐酒”名单为例，其中，有资本支持的企业占据了大多数。

相较于此前投资资本花式蹭热度所引发的反感，如今，产业资本的进驻赢得了当地不少行业人士的支持。有行业专家坦言，这种重资产投入所带来的长期主义，有利于仁怀酱酒的体质升级。

但是需要注意的是，随着入局者的增多，当地可供选择的标的也变得越来越少。

某酒企负责人向记者透露，他们在今年 1 月前后多次造访茅台镇，考察了 10 家较有规模的酒厂，但还没有找到很满意的对象。其中有两家，他们前脚刚走，后脚就被其他资本抢了下来。

该负责人坦言，茅台镇特别优质且愿意出售股权的酒厂已经不多了。

从市场看来，产业整合虽是好事，但在这背后，依然还有两点隐忧不容忽视。

一方面，酱酒是重资产投入，产品从生产到变现所需要的资金成本能否持续保障？2013 年前后，仁怀也曾经历过一次产能扩张整合，后来的阵痛一直持续到 2018 年。

另一方面，茅台镇的白酒厂除茅台和国台外，大部分没有建立完备的销售服务体系，以贴牌酒和低价操作为主，缺乏根据地市场。如何消化新增的产能，建立品牌知名度，恐怕需要入局的企业从现在开始谋划。

看好消费市场 资本重回仁怀

■ 子文

2022 年过半，随着复星、怡亚通、京东集团、宝酝集团、贵州酱酒集团、真工酒业等企业的进驻，在过去的 30 天里，仁怀市新增了 20 家注册资本在 1000 万元以上的白酒制造企业，其中，规模最大的贵州圣喜酒庄注册资本高达 25 亿元。

在政府和产业的双重引导下，资本重回仁怀，这背后隐藏着怎样的信息？

谁在加速整合仁怀酱酒？

仁怀酱酒加速整合绝非空谈，事实上，除去年“白酒约谈”后的短暂调整外，仁怀酱酒整合化的进程一直在不断的加快当中。

从目前进入茅台镇的资本布局来看，主要的方式包括：新建酒厂、贴牌定制和兼并重组。在土地资源稀缺的背景下，仁怀市更倾向于引导外来资本介入本地酒企的兼并重组。

据此前报道，截止到今年 5 月，仁怀已经关停白酒企业（作坊）622 家，兼并整合 51 家。在今年 1 月仁怀市白酒产业综合治理进入全面推进阶段后，兼并整合的进度明显加快。

据了解，按照仁怀市的规划，酱酒企业进行兼并重组主要有两种方式：

一是产业内部整合。即鼓励有证企业通过资产评估，以入股、转让等方式组建新的白酒企业。该类整合方式以去年 11 月国台兼并茅源酒业为代表，此外还有真工怀庄、天朝上品迎宾酒业、国尚酒庄、祝仁坊酒业等。

二是外来资本整合。既区域内企业以整合、收购、转让、入股等形式组建新公司。包括入股大唐酒业的怡亚通、拟持有黔酒股份 49% 股权的中企会集团、疑似入股夜郎古的复星集团、国资进驻的百年黔庄等。

此外，于 5 月 9 日发布名酒连锁“133 战



略”的宝酝集团也传闻要赴茅台镇“买酒厂”，有消息称，宝酝集团已经和茅台镇核心腹地的一家酒厂初步达成了战略投资意向，可能近期就要签订投资协议。

整合背后的政策紧箍咒

需要注意的是，有别于此前上市公司扎堆进驻，本次兼并重组提速的背后，政府的主动引导起到了较大的作用。

首先是给出了上限。早在前几年，仁怀就制定了相关要求，原则上赤水河沿岸两边，不新增产能。如果是知名企业且投资体量极大，有带动效益，也须经仁怀市市委、市政府相关会议进行审议评估。此外，前来茅台镇投资的新建厂规模必须达到 5000 吨以上产能，受茅台镇滑坡地带的地理限制，投资强度不能低于 500 万元/亩。

其次是设置门槛。据了解，对于现有企

业，仁怀市已经做出了明确的规划。其中无证照的小作坊一律拆除，限制发展区内有证但是产能不到 2000 吨的，一律停产拆迁，规范发展区内企业产能不足 2000 吨的，也将向 2000 吨及以上进行整合。

最后是加大力度。今年 4 月，号称仁怀史上最严的酱酒生产环境保护措施出台，要求综合整治“弱散乱污”企业，实现酱香酒产业高质量发展。

在政策的推动下，仅半年时间，仁怀市就关停和改造了 1421 家酒企，约占当地酒企总数的 86.5%。

当然，仁怀当地酱酒企业的整合也不单是被政策“推着走”，由于目前酱酒整体处于回调期，去年很多要价很高的酒厂也放低了姿态，这也吸引了一些新的资本进驻。

有入驻企业表示，受疫情和产业整体回调等因素影响，当地不少酒厂的要价也变低了，对于那些有土地，有产能，有老酒的酒