

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 4 版 第 269 期 总第 10579 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

2022 年 11 月 5 日 星期六 壬寅年 十月十二

新闻周讯 | News bulletin

四川酒业转型 要从产区品牌抓起

为贯彻党的二十大精神,认真落实“坚持把发展经济的着力点放在实体经济上”“增进民生福祉、提高人民生活品质”的要求,近日,四川省委省政府决策咨询委员会副主任,成都市社科联主席、四川省社会科学院博士生导师李后强教授带领相关专家学者专程赴成都邛崃市调研酒业发展情况。李后强一行深入车间、库房、窖池、展品室等进行走访查看,与一线工人、管理人员交谈交流酒业形势,仔细了解白酒生产、检测、储存、运输、销售等现状,共同探讨四川酒业发展存在的问题和面临的机遇。

李后强指出,四川盆地是天然发酵池,酿造白酒具有独特优势。邛崃拥有优越的自然条件,土质适合微生物生长,水质含有益于人体的微量元素,因此邛酒品质卓越。邛酒有过辉煌历史,具有其他白酒不可比拟的文化优势和酿造工艺优势。邛崃自古就有“酒乡”之称,在藏语中还有“盛产美酒的地方”之意。西汉时卓文君与词赋大家司马相如在临邛当垆卖酒,被传为千古佳话,得到了无数文人墨客的赞誉。李后强强调,白酒是四川的有根产业、原创产业、优势产业,四川是中国白酒的发源地,邛崃是“中国最大白酒原酒生产基地”。当前,中国白酒产业正在进行深度调整,“三大周期”和自组织“超循环”叠加耦合,创造了大量重构机遇和利好环境,我们切不可错失良机,必须借势而上,乘势而优。李后强特别指出,在新时期,四川白酒要实现转型升级,必须从产区品牌抓起,邛崃要扛起改革发展的大旗,奋力推进“中国名优白酒酿造基地”建设,把“原酒生产基地”转变为“名酒出品高地”,在质量上真过硬,在管理上出实招,在营销上有创新,在效益上跨台阶,为四川高质量发展做出贡献。四川省社会科学院李贤彬、四川大学罗文峰、邛崃市人民政府永波、四川省文君井酒业有限公司黄蜀生、柳先华等参加调研和座谈。

第 107 届美国巴拿马 太平洋万国博览会中国区 颁奖盛典在海口举办

日前,第 107 届美国巴拿马太平洋万国博览会及中国区颁奖盛典在国际自贸港海南海口隆重举行。参加这次博览会的参展企业主要有食品类、酒类、茶叶类、保健品类、艺术品类、科技类。据统计,本次大会颁发了金奖、银奖、荣誉奖、入围奖。湖南南县稻虾米、四川橄榄油、湖北利川红天杉龙盖茶、安徽石榴干红酒、浙江楼记黄酒、山西金汾河酒、福建福矛酒、伊犁伊力特乳业、江苏灵芝孢子粉、深圳蚕丝被等知名品牌一路过关斩将、脱颖而出,荣膺巴拿马国际大奖。

“人生是场飞翔” 马爹利名士推出新包装

日前,法国著名干邑品牌马爹利宣布旗下明星产品马爹利名士正式推出换新包装,全新瓶身与多处细节变化展现年轻潮流的创新态度亦传递着敢于突破的飞翔精神。此次马爹利名士通过形象升级再度续写全新篇章,以无畏姿态诠释“人生是场飞翔”的品牌宣言,号召年轻爱好者鼓起勇气向人生的更高处发起冲击。马爹利名士诞生于 20 世纪 80 年代,这款优雅的经典佳酿深受众多干邑爱好者追捧。标志性的木质香气、充满生机的力度与圆润细腻并存的口感不仅展现了马爹利名士的动感魅力,亦使其逐渐成为派对欢聚之中的先锋之选。多年以来,秉承着创新突破、前沿风尚的精神内核,马爹利名士始终致力于成为当代潮流生活的引领者。时至今日,马爹利名士仍不断向未知的新生事物发起挑战,以别具一格的创意构思焕新产品形象,吸引更多同样具有进取精神的“飞翔者”们领略其历久弥新的独特风格。(综合)



五粮液保持战略定力发展稳健 2022 年三季度报告营收超 500 亿、净利润近 200 亿



■ 武宣

日前,宜宾五粮液股份有限公司发布了《2022 年三季度报告》,营收和净利继续保持两位数以上增长。财报显示,今年 1-9 月,五粮液实现营收 557.80 亿元,同比增长 12.19%;实现净利润 199.89 亿元,同比增长 15.36%。

自主品牌动销良好 营收净利润保持两位数增长

今年以来,面对宏观形势复杂严峻,叠加多重超预期因素冲击,五粮液仍能在不确定性中保持战略定力,并在高基数下前三季度营收、净利润继续保持两位数增长,充分印证了“大国浓香”的卓越实力和竞争力。

从市场表现来看,1-9 月份,五粮液自主品牌市场动销表现稳中向好,且好于预期,这也是前三季度净利润增速高于营收增速的主要原因。业内人士认为,其反应了五粮液盈利能力增强,持续保持高质量发展态势。

报告期内,五粮液核心单品第八代五粮液动销良好。数据显示,1-9 月,在五粮液 21 个市场竞争战区中有 14 个战区实现动销正增长,其中部分省级市场动销增长率超过 30%。据销售终端反馈,第八代五粮液终端价格站稳千元大关,对五粮液的市场表现和经营发展信心十足。

此外,在五粮浓香系列酒方面,五粮液通过线上线下配合,市场层面成效显著。数据显示,截至 9 月末,五粮浓香系列酒的消费者开瓶扫码量相较去年同期增长 50% 以上。其中,五粮春获得三位数以上高速增长,五粮醇、五粮特曲和尖庄等也都取得两位数以上的明显增长,市场需求旺盛、发展潜力充沛。

华泰证券研报指出,第八代五粮液保持千元价格带主导地位,五粮液浓香系列酒调整后再出发,渠道结构持续优化,经营势能向上,未来增长信心的重塑将进一步引领五粮液价值回归。

实际上,这得益于五粮液推出的一系列贴近市场、快速反应的务实举措。今年以来,为快速适应市场新变化,五粮液实施“总部管总,战区主战”策略,把费用自主权、人事管理权、团队考核权、商家评价权、临机决策权等 5 大组织权限下放战区,为一线营销团队充分赋能。

值得一提的是,“稳健”已成为五粮液近年来发展的代名词。数据显示,自 2020 年疫情以来,公司业绩稳健增长,系唯一一家每个季度营收、净利润均保持两位数增长的白酒上市公司。

与之相对应的,五粮液品牌价值也实现了大幅提升,尤其在多个权威榜单更是表现突出。在 2022 年《中国 500 最具价值品牌》排行榜中,五粮液以 3646.19 亿元的品牌价值继续领跑白酒行业;在《Brand Finance 2022 年度全球最具价值烈酒品牌 50 强》榜单中,五

金三季度买入五粮液 1468.48 万股,新晋为五粮液第十大流通股东。

科技赋能 五粮液蓄势勃发

在保持稳健发展的同时,五粮液也一直以科技创新赋能企业高质量发展。其中,重点推进《五粮液名酒率提升技术研究及应用》等专项科研项目,以技术创新推动白酒酿造工艺创新;与多个知名高校和研究机构开展科研合作,强化关键技术攻关,深入推进工艺创新、技术创新。

同时,五粮液先后发现多个新菌种,发表了一系列有影响力的研究成果,在提升产业科研水平、酿造现代化水平和产品优质率等方面极具科学价值,并在助推中国白酒的全球认知认同等方面发挥积极作用。在 2021 年国家发改委发布的《关于印发国家企业技术中心 2021 年评价结果的通知》中,五粮液国家企业技术中心以 82.3 分位列白酒行业第一。

数据显示,2018-2021 年五粮液研发投入逐年增加,分别为 0.84 亿元、1.26 亿元、1.31 亿元、1.77 亿元,今年前三季度研发投入已超 1.6 亿元,同比增加 30% 以上。五粮液方面表示,公司将继续以改革创新为根本动力,进一步擦亮“大国浓香、和美五粮、中国酒王”金字招牌。

此外,五粮液还以“高质量倍增工程”为着力点,启动实施了一批既利当前又奠基长远的重大项目。今年以来,包括 30 万吨陶坛陈酿酒库一期项目投产、10 万吨生态酿酒一期项目开工建设、技改挖潜扩能项目如期建设完工并投生产等。报告显示,三季度末,五粮液在建工程投资额为 35.61 亿元。

在业界专家看来,五粮液“高质量倍增工程”不仅能够推动酒业主业提质增效,还有助于持续深化“补短、强弱、固优”发展方针,同时也将为五粮液加快建设世界一流企业起到夯基固本、蓄足后劲作用。

“五粮液将拿出‘拼’的精神,‘闯’的劲头,‘创’的勇气,高标准实施,高效率推进,高质量完成倍增工程,聚力发展优质浓香白酒,推动企业高质量发展再上新台阶、再创新佳绩,奋力打造产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的世界一流企业。”五粮液相关负责人说。

2022 年中国最佳法国酒侍酒师大赛总决赛举办



近日,由法国农业与食品部旗下农产品国际推广项目 Taste France 主办的 2022 年第十三届中国最佳法国酒侍酒师大赛在上海凯宾斯基大酒店展开了紧张而精彩的角逐。来自全国各大高级餐厅和酒店的选手们通过北京、上海、深圳三大赛区历时两个月的层层选拔,最终有六位选手从六十多位侍酒师中脱颖而出。

作为第一个以国家名义在中国开展的侍酒师比赛,中国最佳法国酒侍酒师大赛自 2010 年开始就扮演着提升侍酒师专业技能、传播侍酒文化的角色。出席现场的法国驻上海总领事 Joan Valadou 先生表示,这场比赛是一座连接法国葡萄酒和中国消费者的桥梁,举办以来让越来越多的中国消费者了解、认可、选购法国葡萄酒。希望这场大赛在传播法国葡萄酒文化,展现法国葡萄酒魅力的同时,增进两国间的互相了解和交流。

本届比赛的专业评委和 VIP 评审团云集了国内外业界重磅人物,考察了选手的专业知识、实际操作水平和临场应变能力,覆盖了侍酒速度、熟练度、知识广度以及侍酒过程中

和客人的交流沟通、礼仪着装等众多要素。比赛通过一直播平台全程直播,获得超过 68 万播放量,法国葡萄酒文化经由中国侍酒师们的演绎散发出了其独特魅力。

经现场抽签后,来自上海宇宙酒馆的王拓远、上海大公鸡小酒馆的莫铠玮、上海勃逊

酒馆的范广明、上海大公鸡小酒馆的孔维赫和广州宋·湘的薛维隆先后以超强的洞察力和感受力,艺术家般细腻敏感的内心和冷静决断的专业精神,为手中的葡萄酒找到了适合的呈现和搭配方式。经过一场场绝妙的展示后,来自上海勃逊餐厅的范广明、广州宋·

湘的薛维隆和上海大公鸡小酒馆的孔维赫分别斩获冠亚军。

冠军范广明说到:“能够夺冠一方面依靠多年来的经验积累,另一方面也和近期在鸡尾酒、盲品、奶酪等领域的提升训练息息相关。评委们在比赛中的反馈和评价让我能够意识到自己的不足,针对性的复盘比赛以在下一阶段亚洲赛中展现出更好的风采。”

亚军薛维隆赛后回忆到自己从其他侍酒师口中了解并逐渐从调酒师转到侍酒师的经历:尽管 2020 年初赛失利,但经过在这个方向的不懈努力,最终在今年获得了亚军的好成绩。与此同时,通过在比赛中和评委交流,又进一步学到了关于法国果汁和无醇葡萄酒的知识,希望自己在未来能够继续和集团一同成长。

赛后颁奖晚宴上,SOPEXA 中国区总经理 Richard KRYSTKOWIAK 先生称此次活动不仅是专业选手之间实力的比拼,更是业内人士交流欢聚的盛事。希望借此机会将法国葡萄酒文化融入大众消费者的生活之中,并预祝将在亚洲最佳法国酒侍酒师大赛决赛中代表中国参赛的本次比赛冠亚军一切顺利。(星闻)

