

做中国企业的思想者

企业家日报

中国酒

ENTREPRENEURS' DAILY

Chinese drinks 周刊
weekly

今日 4 版 第304期 总第10614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12月10日 星期六 壬寅年 十一月十七

新闻快讯 | News bulletin

完善果酒质量标准 《枸杞酒》 国家标准正式实施

根据国家市场监督管理总局（国家标准化管理委员会）公告（2022年第6号），其中，由宁夏红枸杞产业有限公司于2014年提出标准起草立项，并于当年列入《国家标准委关于下达2014年第一批国家标准制修订计划通知》（国标委综合〔2014〕67号），由宁夏红公司、中国食品发酵工业研究院等单位主要负责起草，全国酿酒标准化技术委员会归口制定的GB/T 41405.1-2022《果酒质量要求第1部分：枸杞酒》国家标准，于公布之日正式实施。

新国标主要规定了枸杞酒的术语和定义、产品分类以及枸杞酒（发酵型）和枸杞果酒的感官和理化要求。

全国酿酒标准化技术委员会委员、《枸杞酒》主要起草人之一孟镇表示，当前，我国枸杞酒行业执行的标准主要包括《露酒》国家标准（适用于配制型枸杞酒）和《果酒通用技术要求》行业标准（适用于发酵型枸杞酒和枸杞果酒），均为通用产品标准，未能充分体现枸杞酒产品特色。

此次发布的新标准为推荐性国家标准，更具针对性、专业性、指导性，将进一步完善果酒质量标准体系，有助于推动枸杞酒行业高质量发展。有标准可依，消费者也可以高效、快速选取适合自己的产品。

未来，宁夏红将不断为消费者提供健康的产品，有效推动枸杞产业向精深加工方向发展，为枸杞产业内循环赋能。此次《枸杞酒》国家标准的颁布实施，标志着宁夏红产品升级创新迈向了新的高度，开启了枸杞酒产业高效发展的新时代。（文新）

世界杯期间菜鸟启动 “酒水重货送上门”

随着世界杯打响开幕战，酒水饮料销售火爆。近日，菜鸟启动“酒水重货送上门，不上必赔”。在部分物流配送站，酒水配送订单较日常增长30%。

世界杯刚一开赛，沙特队就爆冷战胜了阿根廷，让这届世界杯更具看点。啤酒是世界杯期间的刚需，但一件啤酒动辄20多斤，拎着回家多有不便，送货上门也是消费者的刚需。

为了满足消费者的酒水消费需求。菜鸟方面表示，世界杯开始之前，菜鸟已经推出专项的“酒水重货送上门，不上必赔”服务承诺，从仓库发货开始，到末端配送，全链路保障消费者能快速收货，在家收货。

消费者在天猫淘宝搜索啤酒时，可以根据商品上标识的“送货上门”，识别出哪些酒水可提供确定性的送货上门服务。

目前“酒水重货送上门，不上必赔”服务覆盖了天猫超市、天猫国际酒水订单，以及市场上主流酒水品牌的天猫旗舰店，包括嘉士伯、科罗娜、百威、喜力、乌苏啤酒、崂山啤酒、哈尔滨啤酒和雪花啤酒等品牌。

在菜鸟直送的配送站点，下午3点，一辆满载包裹的箱式货车刚刚驶入配送站。一名负责人告诉记者，这已经是当天的第二车包裹，酒水包裹明显增多，较日常增加约为30%。记者在现场也看到，嘉士伯、哈尔滨啤酒等品牌啤酒不断被卸车。在不少老小区，快递员爬楼将酒水重货送上门。

据了解，菜鸟正不断从物流细分领域、服务标准等方面，全面加码送货上门。两年前，菜鸟率先在国内推出“送货上门，不上必赔”服务承诺，服务于天猫超市订单，目前已覆盖天猫国际、天猫旗舰店，并由轻小件延伸到食品重货，服务城市范围也触达全国300多城。（文新）

“硝烟”味浓 兔年生肖酒战幕拉开

■ 陈振翔

记者从市场获悉，预计在12月上市的茅台“2023年癸卯兔年生肖酒”照片流出，在经销商和老酒收藏圈盛传。赤水河左岸，同属于名酒品牌的郎酒早在11月17日就在郎酒庄园举行了2023郎酒癸卯兔年生肖纪念酒发布仪式。

相对于往年，今年的生肖酒大战提前了一到两周，这可能是由于全国糖酒会和贵州酒博会集中在11月举办的缘故。在郎酒之前，茅台葡萄酒兔年生肖纪念酒、五粮浓香·癸卯兔年生肖酒、泸州老窖2023农历癸卯年·新春礼酒和珍酒·错金兔等生肖酒相继推出，从各家的营销推广和战略定位上不难看出，今年的“硝烟”味道更加浓烈醇厚。

老酒收藏人士方先生表示，从照片内容看，符合茅台生肖酒的设计风格，如果真实且产量小的话，在春节期间还会掀起抢购，但溢价幅度不会太高。

打稀缺牌 抢购力度或将减弱？

十二生肖轮回，你方唱罢我登场，生肖酒既是白酒新的表现载体，也是文化的一种传承，在文化和艺术之间，酒就成为响当当的“艺术品”。

记者了解到，郎酒从2018年推出的第一款戊戌狗年生肖纪念酒开始，到今年是第六个年头，此次推出的2023郎酒癸卯兔年生肖纪念酒有卯兔盈福酒（癸卯兔年限量版）、青花郎酒（癸卯兔年限量版）、红花郎酒（癸卯兔年限量版）三款。相比虎年生肖酒，在价格方面，卯兔盈福（癸卯兔年限量版）1.5L，销售价格8999元/瓶；青花郎（癸卯兔年限量版）750ml，销售价格2999元/瓶；红花郎·红十五（癸卯兔年限量版）750ml，销售价格1399元/瓶。

生肖酒到底有多火爆？茅台虎年生肖酒就是一个经典案例。今年1月5日，贵州茅台推出的5款虎年生肖酒吸引了市场的极大关注。虎年生肖酒刚上市，市场价格就已一路飙升。其中，发售指导价分别为2499元/瓶的53度500ml贵州茅台酒，市场价已涨至6000元/瓶，较指导价翻了一倍不止，且都是预售，需订货后排队等候。

与此同时，五粮浓香虎年生肖酒一上市便热销全网，不断升温，首轮预售已售罄，在京东、天猫、苏宁易购三大平台总预售量同期



猛增350%，再创生肖酒营销纪录。在第二轮抢购中，各线上平台建议零售价调整至1599元/瓶。

在生肖酒的争夺战中，要早下手，圈粉抢客源。日前，以“五粮浓香 点滴珍藏”为主题，五粮浓香·癸卯兔年生肖酒新品全国上市发布会在上海举行。五粮浓香公司表示，五粮浓香·癸卯兔年生肖酒限量发售99999瓶，其中888ml礼盒装产品99000瓶，2.888L的礼炮产品限量999樽。这是继辛丑牛年生肖酒和壬寅虎年生肖酒之后，重磅打造的第三款生肖酒，打响了2023年生肖酒市场第一枪。

10月28日，“泸州老窖2023农历癸卯年·新春礼酒”发布会在成都举办，推出泸州老窖新春礼酒第七位成员“赤兔抱福”。泸州老窖集团及股份公司党委书记、董事长刘淼在发布会上表示，重磅推出兔年新春礼酒，延续中国白酒和生肖文化的融合创新。兔年新春礼酒的成功推出，也将成为泸州老窖定制酒品牌的又一代表性成果。

与此同时，珍酒、国台等酱酒企业和众多清香、浓香企业先后推出生肖酒，抢占春节消

费旺季市场，在创收的同时提升了文化价值。五粮液打响了第一枪，茅台极有可能在兔年生肖酒上还会有新的“饥饿”营销和“抢购”动作，竞争将更加激烈。

业界认为，稀缺仍是兔年生肖酒的主色调，但对于今年的消费来说，各家的压力都不小，如何打开消费者的荷包，赢得市场，对多数生肖酒来说还是未知数。抢购的可能性也有，但主要集中在茅台、五粮液等名酒和金融属性强的产品上，其他产品销售周期会长一点。

圈钱“利器” 狼多肉少竞争加剧

数据显示，白酒行业生肖酒市场规模高达200亿元，并以每年30%以上的速度迅速扩张。虽然没有其他白酒品类动辄上千亿或数千亿的体量，但生肖酒的稀缺性和高溢价一直成为白酒行业关注的新亮点，特别是茅台生肖酒的高颜值提升了生肖酒的品牌价值。随着茅台、五粮液、泸州老窖、洋河、郎酒等名酒品牌和众多非名酒品牌的加入，生肖

足球为题 啤酒为媒 青岛啤酒在世界之窗与球迷干杯

■ 卞川泽

四年一届的足球盛宴热血开战，足球成为这个冬天绝对的热门，随着所有球队全部亮相，球迷激情被彻底点燃。日前，青岛啤酒足球狂欢派对第三站在深圳世界之窗隆重亮相，青岛啤酒精心打造的球迷观赛派对，让球迷尽享足球快乐。

以足球为题，以啤酒为媒，青岛啤酒希望通过世界之窗，与全世界球迷干杯。通过多元化的啤酒饮用场景，将青岛啤酒的欢聚属性，用似云朵的啤酒包带入到全球每个角落，打造鲜明的品牌文化，引爆全民热情，释放消费潜力。

身临其境 解锁足球新玩法

在深圳世界之窗的埃菲尔铁塔、罗马斗兽场、泰姬陵、埃及金字塔、悉尼歌剧院……可以领略到世界各国的风采，让你感受身临其境的观球氛围，青岛啤酒足球狂欢派对选在此处举办，也是希望给球迷带来



“沉浸式”观赛体验。“80后”的刘先生是酷爱足球，也是青岛啤酒忠实爱好者，左手足球，右手啤酒，这个冬天，他与青岛啤酒有了不一样的“打开方式”。“我的梦想就是去现场看一次世界杯，虽然去不了现场，但能来世界之窗一边喝青啤一边看球，加上各国的地标性建筑，有种亲临现场的感觉，非常震撼。”

球员踢得激情四射，球迷也是技痒难耐。在世界之窗的埃菲尔铁塔，青岛啤酒狂欢派对设置了高空停球挑战赛。分别从10米、20米的高空向下抛球，球迷在规定区域内完成停球即视为成功，简单新颖的玩法，让球迷大呼过瘾，现场热闹非凡。

球迷陈先生表示，这样的互动游戏，让他和球员多了一份共鸣，感觉自己的赛道应该是多喝两瓶啤酒。“看着球员比赛中莫名其妙的出现停球失误，有时候真是上火，但体验之后发现真的很难得，非常考验基本功和对球感的把握，这次活动让我对球员多了份理解，以后还是多喝两瓶纯生啤酒吧。”

酒的竞争也越来越激烈。

在京东平台，国台癸卯兔年生肖纪念酒5L坛装开始预约，售价3680元，同时展现的还有从猴年到虎年（除今年外）的六款生肖酒，价格从2238元到6568元不等，其中，猴年价格6568元，从2015年开始，国台已经发行了羊、猴、鸡、狗、猪、鼠、牛、虎等生肖酒。

11月11日，贵州珍酒发布“珍酒·2012真实年份酒”以及2023年兔年生肖酒“珍酒·错金兔”两款全新战略新品。去年，珍酒以“西汉错金虎节”为灵感，推出“珍酒·错金铭文虎”，一举拿下“2022年最具收藏价值虎年生肖酒”。

无形中，兔年生肖酒成为白酒企业新的增长点。对于头部品牌和名酒企业，生肖酒的份额不太大，但对于中小微企业来说却是一块“肥肉”。贵州一家非知名白酒品牌在推出兔年生肖酒时表示，其2021年打造的首款生肖酒陈酿生肖（虎），一经推出便掀起了抢购热潮，曾创下每分钟售出7瓶的热销业绩；自11月7日生肖兔新品登陆市场，首批产品10天售罄，打响2023年生肖酒市场战。

在200亿元的市场份额中，茅台、五粮液等名酒品牌占据绝对优势。自2014年起，茅台每年都会发布一款生肖酒，而其价格走势与“虎茅”极为相似。2018年2020年，茅台生肖酒的产量都为1500吨，以每瓶500ml计算，相当于300万瓶左右，而飞天茅台每年的产量都在6000万瓶左右。对茅台而言，仅生肖酒一项就是一笔不小的营收。

在酒类收藏市场，羊年生肖酒价格最贵，已超过3万元；马年生肖酒接近2万元；而猴年生肖酒在6200元左右。其他年份，如猪年、狗年、鸡年、鼠年的生肖酒价格基本维持在4100元24400元。

去年年底，洋河、郎酒、珍酒、酒鬼酒、汾酒、牛栏山、古井贡酒、国台、舍得、丰谷、贵州醇、宝酝酱酒等数十家白酒企业纷纷推出生肖酒。今年，会有更多的企业和品牌加入生肖酒赛道。

业界认为，生肖酒的利润是可观的，特别是规模和产能正处于上升期的区域品牌和新名酒企业收益最大，但面对名酒企业，竞争难度系数会进一步加大。今年疫情反复和白酒消费放缓、消费动力不足等因素，再加上更多的品牌加入赛道，就形成了“狼多肉少”的局面。

狭路相逢勇者胜，随着众多生肖酒的入局，“争夺战”才刚刚开始，抢购的力度可能会小一点。

与众不同 打卡城市特色狂欢

从首站三亚的海边篝火晚会，再到西双版纳纳民俗村，再到第三站深圳的世界之窗，青岛啤酒特色看球派对，让球迷直呼过瘾。在足球、啤酒、音乐、游戏、啦啦宝贝的基础上，根据当地特色，狂欢派对设置创新玩法，让青岛啤酒好喝之余，变的好玩有趣，消费者在畅饮高品质产品的同时，体验了不一样的线下互动，让这场狂欢派对深受年轻人的青睐。年轻、包容、快节奏一直是深圳的名片，这也与青岛啤酒的理念不谋而合。

错过青岛啤酒狂欢派对前三站的球迷不要难过，即刻起打开球迷欢聚会微信小程序参与报名，就有免费加入到活动中来，此外还有多重好礼相送。接下来的20多天，青岛啤酒将陆续在厦门、上海、泰州、长沙、南京、青岛座城市继续举行狂欢派对。届时邀请来自不同领域、不同行业的网红达人，将组成“天团”，与球迷一同观看多场精彩足球对决。



双汇熟食

SHUANGHUI DELI

三味肉，更入味

新闻热线: 028-87319500
投稿邮箱: cj490@sina.com



企业家日报微信公众号
二维码



中国企业网
二维码

民族医药的核心品牌 始创于1966年

源古承新 甘露众生



西藏甘露藏医药产业集团有限公司
Tibet Ganlu Tibetan Medicine Industry Group Co., Ltd.

电话: 0891-6522706 邮箱: info@glzy.cn
拉萨经济技术开发区林廓岗路15号



千年福禄寿 万家海葫芦

酿造单位: 贵州省仁怀市王丙乾酒业有限公司
出品单位: 贵州省仁怀市狄康春酒业有限公司
服务热线: 18586361133 (沈先生)
13608529997 (张先生)



海葫芦露酒
GUIZHOU MAOTAI ZHEN

广告