

## 中国酒业黄金十年结束 海南椰岛重回国资怀抱

■ 张瑜宸

“折腾”了三个多月,有关海南椰岛的掌舵权,终于尘埃落定了。

3月13日,海南椰岛(集团)股份有限公司董事会发布公告称,公司第一大股东变更为海口市国有资产经营有限公司。原本的控股股东北京东方君盛投资管理有限公司仍持有海南椰岛股份 18,504,490 股,占公司总股本的 4.13%。

尽管此前,东方君盛持有的 6000 万股的股权被多家企业和牛散拍得,较为分散,存在若东方君盛能“吃下”其他竞拍者的股权,则将反超国资持股比例的可能。但据内部人士透露,国资入主已成定局。值得关注的是,自 2016 年东方君盛通过资本介入椰岛集团以来,到今年正好是第七个年头。如今,海南椰岛重回国资的怀抱,业界普遍认为是利好的消息,将有望打破企业频繁变动的悖时,并助力其走上更加稳定的发展之路。

“通常来讲,国资进入酒业一般有三条发展路径:第一,全面接管企业并派驻管理团队;第二,进行资产置换并重组,将企业打造成一个平台;第三,利用控股优势进行股权转让。”《华夏酒报》总编辑吴贤国分析指出,从海南椰岛目前发展的情况来看,大概率会走第一条路径,由海口国资出面,重新搭建经营团队,复兴海南椰岛。

事实上,现在提起海南椰岛,不少海南人都会说,这家企业喔唻啦。在海南方言中,喔唻啦是难做的意思。

为什么会如此?

这从近几年的业绩来看,似乎并不难理解。

据年报披露,2016-2021 年,海南椰岛实现营业收入分别为 8.46 亿元、11.43 亿元、7.06 亿元、6.25 亿元、8.08 亿元和 8.33 亿元;净利润分别为 -3525.01 万元、-1.06 亿元、4051.33 万元、-2.68 亿元、2430.88 万元和 -6014.09 万元。

另据 1 月 29 日,海南椰岛发布的 2022 年度业绩预亏公告显示,经财务部门初步测算,预计海南椰岛 2022 年度实现归属于上市公司股东的净利润与上年同期相比将出现亏损,预计实现归属于上市公司股东的净利润为亏损 1 亿元到 1.2 亿元;归属于上市公司股东扣除非经常性损益后的净利润为亏损 1.4 亿元到 1.6 亿元。

盘点下来,过往 7 年,海南椰岛的利润有 5 年都出现了亏损,甚至一度面临退市风险,再加上主业不振,出售资产、转战白酒也未见起色,而股权拍卖又曾因无人叫价流拍过……种种不利因素都导致了海南椰岛陷入“喔唻啦”的被动局面。

但不容忽视的是,这家迈入 70 周年的企业,曾经也风光过。

公开资料显示,海南椰岛涉足保健酒、白酒、食品饮料、房地产开发和贸易、投资等多个领域,其前身为国营海口市饮料厂,始建于 1953 年。1993 年,其成功进行股份制改制,并于 2000 年在上海证券交易所上市,股票代码:600238。

让人惊喜的是,上市一年后,海南椰岛就在 A 股崭露头角,实现业绩翻倍。此后的十年,依托资本市场的优势,海南椰岛进入快速发展的上升周期,不仅营收节节攀升,在 2010 年达到高峰,交出 16.05 亿元的成绩单,还获奖无数,其中,椰岛鹿龟酒荣获“全国优质产品”称号,海南椰岛公司荣获“全国五一劳动奖状”“最具影响力的海南知名工业企业”称号等。

遗憾的是,随着中国酒业黄金十年的结束,海南椰岛的发展也开始走“下坡路”:2014 年,其业绩大幅腰斩至 4.9 亿元;到了 2015 年,营收又骤缩至 2.57 亿元;直到 2016 年,东方资本入主椰岛集团,成为公司第一大股东,业绩才出现扭转,但依然难掩亏损的事实。

“其实,东方君盛一开始介入,还是为海南椰岛带来过改变的,但积重难返。特别是目前的保健酒行业,整体去看,还处于一个非常低端的发展阶段。”中国食品产业分析师朱丹蓬在接受记者采访时表示,长期缺乏龙头上市公司或者航母型的企业来带动整个产业向上发展,加上不是刚需的细分赛道,对消费者来说,缺乏必须开瓶的理由。

“年轻人可能不需要,中产阶层又不看重,中老年群体或许有更好的选择,加上这几年疫情突发,对酒类整体的销售和消费都带来比较大的影响。”朱丹蓬进一步分析指出,目前海南椰岛的体量大小、利润又低,已搭建起来的体系、团队、客户、渠道都非常老化了,想要破局并不容易。

采访中,不少经销商也透露,多年来,海南椰岛都在进行资本之争,而非业务之争。如果肯深耕细作,做大做强,就不会错过向上发展的诸多机遇。

“尽管一直都这么稳定的不好,但从相对论上看,也是一种好。”有经销商苦笑着告诉记者,毕竟海南椰岛也是老字号,主导产品椰岛鹿龟酒、椰岛海王酒都在全国享有盛誉。未来,如果能够聚焦主业,稳扎稳打,未必不会翻盘而归起。

那国资的入场究竟会带来何种改变?“跨界”的白酒品牌是继续深耕还是剥离?我们拭目以待!

## 中国超高酒 世界同分享 琅琊台酒酿造工艺入选山东省非物质文化遗产名录

■ 佳酿

凭借对市场的精准定位和敏锐反应,不少酒类企业都陆续规划、或者已经推出高度酒。与此同时,业内像衡水老白干、红星二锅头、湖北的石花酒业以及青岛的琅琊台酒等品牌,旗下都有成熟的高度酒产品,很多还是好酒人士口中的“经典款”。那么,爱喝高度酒的文化和习惯从何而来?为什么超高度酒会成为市场新宠?“超高度”这艘新锐战舰,除了成为酒企、商家的卖点以外,如何能乘品牌之风,驶向更远的未来?

### 从“浊酒”到“烧锅” 度数更高只为“醉”价比

中国白酒文化源远流长,在北宋末年以前,古人主要以谷物或水果为原料酿酒,制作工艺简单粗糙,时常残留发酵的杂质,因而也叫浊酒,度数维持在八九度左右。到了元代,北方率先引入了先进的蒸馏技术,将发酵好的基酒连同酒糟一起放到密闭容器里用火烧煮,由此产生了高度酒。古代蒸馏酒器具成“烧锅”状,下面用火烧煮,因此“烧锅”就是早期的高度白酒。

上世纪七十年代,粮食生产始终是个问题,因此有限的产能集中在高度酒领域,进一步形成了高度酒的酒文化。因为度数越高酒精含量越多,酒劲儿越大,喝的就越少,可以节省买酒的支出,所以高度白酒绝对是当时那个年代市场的主流。直至上个世纪九十年代初,经济腾飞,生活水平提高,婚宴社交等,对烈酒的需求暴增。同时粮食产量也上台阶,可以用于大量酿酒,于是山东等地新兴的现代化酒企出现,烈性酒大行其道。

### 度数竞赛掀起新潮流 从“买醉”到“买品味”

随着经济社会发展,当代民众收入越来越高了,关注点也转向了注重品质、口感和饮后体验,也就是“品(品质)价比”。为了兼顾多场景化、多层次的需求,“超高度数”白酒进入大众视线,一跃成为了市场的新宠,尤其是受到大量以品鉴、收藏为诉求的酒友的强力推崇。

当“买醉”已经轻而易举,“小酌怡情、微醺悦己”成为潮流,人们还会为“烈酒”买单吗?换言之,当我们谈论超高度白酒时,我们在讨论什么?

调查显示,越来越多的人愿意为高端酒买单。高端往往包含产品+品牌价值。以“琅琊台”超高度浓香型白酒为例,其坚持古法酿造,使用“老五甑”酿酒工艺和双轮底发酵,形成独有的海派浓香酒体风格。同时采用现代微生物技术,选育有益海洋微生物菌种,用于人工窖泥的培养和酒曲的制作中,成就其“高而不烈,低而不淡”的独特风味。因此山东小邨高备受市场和消费者的广泛青睐,一跃成为山东省制造业



单项冠军产品,在国内超高度白酒产品市场一枝独秀,市场排名第一。

据分析,购买小邨高的人,大部分是买来自己喝的白酒爱好者,更多的是有送礼需求的消费者。而他们选择买超高度白酒,原因无他,正是因为它“够特别”、“上档次”、“有品位”,是宴请宾客、佳节送礼的上乘之选。

第一,品味来自珍稀。都说物以稀为贵,小邨高是极为珍贵的纯粮食酿酒,近 600 斤粮食才能酿出 1 斤小邨高。精益求精,宁少勿滥,这是小邨高的追求,也是消费者的追求。有言道,君子有所求有所不求,能在一众品牌面前独具慧眼,甄选出优质好酒才称得上是好品味。

第二,品味来自归属。美酒据地而生、因时而成。传承千百年东方基因文化的琅琊台酒自有独特的魅力。其酿造基地东临黄海,大小珠山相拥,绵延 282 公里的黄金海岸线上,四季分明的海洋生态季候孕育了独特的微生物菌群,这片山海之间的土地不间断酿造所形成的酿酒微生态决定中国生态白酒的核心。几千年来,琅琊台酒与这片土地“相融相生、相爱相守、荣辱与共”,接受山川日月的馈赠,形成“高而不烈”的口感。琅琊台酒,是鲁酒骄傲,更是中国酒。即使身在他乡,一杯白酒入喉,也能喝出齐鲁的名山云海之韵味。

第三,品味来自知己。海洋性气候为小邨高带来干净的酒曲,白酒醇香没有杂质。与两三知己小酌谈天,恰似“君子之交淡如水”,觥筹交错间,劝酒的人和接酒的人相视一笑,无需言语,情谊便了然于胸。君子惺惺相惜,想要举杯就能增进彼此的情谊,小邨高是不二之选。

第四,品味来自共鸣。品同一口酒,有人品出醇香,有人品出生活百般滋味。白酒尚且经

过层层工艺,最终突破技术瓶颈达到 71 的高度,那些在社会中不安于现状又勇于追求的人,想必也能力排万难,问鼎高峰。不登高,难望远;正因向往更高,每一步才更加清醒。烈酒入肠,细数从前,才知道来时一路的奋斗可贵,如今站在高处,才能体验不一样的风景。超高度白酒带来的独特共鸣,令其他白酒难以比肩,也更容易给消费者留下深刻印象。

### 千秋琅琊香飘古今 一杯酒背后的山水人文

“城以兴兴,酒以城名”,名酒之乡往上数三代,背后必有故事。琅琊台集团发迹于山东琅琊,一个有着悠久的历史底蕴和特有的文化传承的传奇之地。

秦始皇统一中国后,天下设三十六郡,琅琊郡便是其中之一,秦始皇进行过五次大规模巡游,其中三次登临琅琊台。规模最大的一次始皇帝乃“大乐之,留三月”,迁徙三万户百姓于琅琊台下,免除 12 年的徭役,这使琅琊地区的人民得以休养生息,劳动力富足,国库盈满,家家余粮,为大规模酿酒提供了坚定的物质基础。这些都奠定了琅琊台酒的历史根基。

现如今我们看到的琅琊台酒真正起步于 1958 年。那时,国内很多名酒开始重整旗鼓,当地极力挖掘古琅琊酿酒技艺,将原有的小作坊合并组建了胶南市商业局酒厂。随着规模的逐步扩大,1985 年,改名成立青岛第一酿酒厂。并于 1994 年创立青岛琅琊台酒业股份有限公司,1996 年组建青岛琅琊台酒业(集团)股份有限公司,到 2002 年,发展成为大型企业集团——青岛琅琊台集团股份有限公司。

直到今天,琅琊台的故事还在广泛流传,后人惊叹于古人的气概与洒脱的同时,更是对历史文化名酒琅琊台赞口不绝。其长久的生命力足以说明,传统的,也是时尚的。中国的,也是世界的。多年来,琅琊台集团秉承“为全社会和广大消费者创造健康美好生活”的企业使命,倡导以“绿色、安全、健康、可持续”为主题的产品文化,抢抓青岛新区发展蓝色海洋经济重大战略机遇,把实施蓝色引领、实现蓝色跨越作为企业发展、经济转型的主导战略,不断加大对海洋微生物的研究与开发。

集团与中国海洋大学、中科院黄海水产研究所、山东大学微生物重点实验室、北京工商大学等大院大所的合作,在海洋微生物、大珠山水质、窖泥、酒的风味成分和健康成分等方面进行分析与研究的合作,以科技的力量不断提升白酒中的健康因子,满足人民对美酒美生活的追求。

比酒体更深厚的是小邨高代表的恪守工艺、传承匠心。琅琊台集团每年举办“中国海洋生态白酒”开排文化节,于山海间品味琅琊开排佳酿。所谓“美酒天成”,正是古人根据二十四节气的规律,遵循天地时节、依时而酿。高温来临前将粮食投入窖池压窖,经过 150 多天的酝酿和洗礼,谷雨到白露十个节气的蝶变和重生,开排美酒方在世间呈现。

琅琊台酒在沿用“老五甑”传统酿造工艺的基础上,沿用固态发酵法,融合现代先进的微生物发酵技术,分段量质摘酒,分级入库,原出原入,满足了酿造琅琊台酒的精细化要求。这种独特的、近乎苛刻的精细化摘酒工艺,为后期成品酒的生产打下了坚实基础。琅琊台酒酿造工艺已入选山东省非物质文化遗产名录。收藏小邨高,也是收藏鲁酒的骄傲,是对中国千百年白酒文化的发扬和传承。

无论是作为文化习惯,还是市场新宠,超高度白酒可谓中国的特色名片之一。“小邨高”成为琅琊台集团第三个中国驰名商标。去年,71°小邨高被国家工信部评为创品牌的典型成果,“琅琊台”牌小邨高与茅台酒等作为白酒行业“创品牌”的先进典型代表同台精彩亮相,获得了工信部与会领导和观众交口称赞。

“中国品牌,世界共享”,这不仅是品牌的崛起,更是文化的远航。2018 年,琅琊台酒成功入围上合青岛峰会社会赞助名单,得以向世界展示青岛品牌文化、中国传统白酒文化和健康文化。迄今为止,青岛琅琊台集团曾亮相首届中国自主品牌博览会、青岛国际海洋节、克利伯环球帆船赛等多项国际活动和体育赛事,获得了社会各界和国际友人的高度关注,展现了琅琊台品牌的国际品质。

从品牌发展和市场布局来看,小邨高还需要持续加码品牌升维与市场深耕等基础工作,夯实品牌竞争力。在白酒产业理性调整后逐步迈入品类发展新周期,伴随着具有品牌特色的区域化白酒企业的崛起,琅琊台小邨高或是白酒产业的新看点。

## 百花齐放 清香白酒四大支系各具特色

■ 宗文

中国传统文化历来注重派系,唐诗有山水田园、边塞、现实等诸多流派,宋词则是豪放派与婉约派并举。而作为中国特有的酒类饮品,白酒在发展历程中亦是流派林立,从最初浓酱米四分天下到如今十二大香型百花齐放。

事实上,具体到每种香型本身,因为各自工艺、地方风土等不同,其呈现出的风味也各具特色,比如清香白酒就主要分为大清香、小清香、二锅头系和青稞系等四大支系。我们知道,清香白酒以清、正、甜、净、长五字著称,其中清字当头,净字到底。那么,这清香白酒四大支系有何自身特色呢?我们一一道来。

### 大清香:汾酒

所谓大清香,即大曲清香白酒,即以大麦或小麦、豌豆等为大曲原料发酵而成。入口绵、落口甜、香气清正,是大曲清香白酒的典型特征,汾酒、宝丰酒、黄鹤楼、金门高粱酒等是其代表品牌。

论品牌力、品质力,以及市场美誉度,汾酒是大曲清香白酒中当仁不让的老大,尤其汾酒余味爽净,一清到底、回味悠长的风味魅力,让酒友们津津乐道,也因此清香型白酒名称确立之前,一度将此种白酒称为汾香型白酒。

数据显示,2022 年汾酒预计实现营收 260 亿元左右,这为汾酒实现“三分天下有其一”的发展目标奠定了进一步信心,也势必为清香白酒复兴的势头注入更大的前进动力。

### 小清香:江小白

小清香,顾名思义是由小曲发酵而成的清香白酒。小曲清香白酒一般用糯米或稻米为原料制曲,其酿酒周期比大曲清香短,出酒率则高于大曲清香。小曲清香白酒的典型特点是醇香清雅、纯正自然、口感爽净。不过,由于地域和工艺等因素影响,小曲清香白酒又有川派小曲、滇派小曲等派系之分,江小白就是川派小曲清香的代表品牌。



江小白是江记酒庄酿造生产的纯酿高粱酒,其酒体在传承川派小曲清香工艺的基础上做了创新,尤其入口顺滑、口感舒爽、余味爽净等轻口味特点受到年轻消费者的追捧和青睐。此外,一些知名的保健酒品牌则是使用小曲清香白酒作为产品基酒,比如劲酒就是以自酿的小曲清香白酒和精选的地道药材酿造而成。

### 二锅头系:二得子

作为“京味儿”代表,二锅头酒也是清香白酒的一个重要流派,同时二锅头也是全国较先采用以工艺命名的白酒品类。

二锅头起源于八百年前的元代,但要做到二锅头具体的传统酿制技艺成型,则是在清朝康熙年间。彼时,民间酿酒技师通过多次技术试验,形成了“掐头、去尾、取中段”的特色工艺,“中段”即经第二次换入锡锅里的凉水冷却而流出的酒,这就是“二锅头”名称的来源。值得一提的是,如今各地白酒厂在蒸馏时所采取的“掐头去尾”、“按质取酒”的方法也是沿承

“二锅头”工艺原理而来。

二锅头酒以入口甘润、爽冽,酒力强劲,后劲绵长,回味悠长等风格,备受酒友们青睐,是民酒市场的中坚力量,代表品牌为牛栏山、红星等。此外,过去一年,在光瓶酒市场脱颖而出的二得(dei)子也是二锅头酒品类中的佼佼者。

“正宗京味白酒”,这是不少酒友对二得子的评价。而为了给消费者献上这样的一杯美酒,二得子酿造厂家北京市八达岭酿酒公司始终恪守品质初心,坚持纯粮固态酿造,严格遵循二锅头古法酿造工艺,并在吉庆堂白酒酿造团队加持下持续提升品质实力。匠心打磨的品质,自然很容易打动酒友们的味蕾。

品质之外,深厚的发展底蕴也是二得子备受酒友们推崇的重要原因。二得子是北京老国企、老品牌八达岭酿酒公司旗下的核心品牌。该公司前身为 1968 年延庆县政府兴建的延庆县酒厂,经过几十年的发展已成为二锅头酒的代表企业之一,其中二得子在众多二锅头“酒粉”心中刻下了品牌烙印。

2022 年初,八达岭二得子酒业宣告成立并独立运营二得子品牌,进一步拉满了品牌活力,释放了品牌势能,尤其是凭借二得子黑盖白酒、二得子一口干小杯酒、京院牌北京白酒等新品在光瓶酒市场迅速崭露头角,为其收获了更多大众口碑。

其中,二得子黑盖白酒正在成为不少酒友优先选择的“口粮酒”。该酒是一款经典复刻产品,形象上延续了此前的经典瓶型和设计风格,酒体则进行了升级和创新。香气上,二得子黑盖白酒清香纯正,且粮香、曲香、花果香等多种香气形成的自然复合香,清雅、和谐;口感上,该酒醇厚绵甜、协调爽净,尤其是入口和入喉的舒适、爽净体验顺应了年轻消费群体对白酒口感的需求。

### 青稞系:天佑德青稞酒

以天佑德青稞酒为代表的青稞酒虽然属于大曲清香白酒范畴,但其独特的酿酒原料和酿酒工艺,自成一派傲立于清香白酒之林。

天佑德青稞酒以“清蒸清烧四次清”的古法工艺酿造而成。其酿酒原料在整个白酒行业独树一帜,是生长于海拔 3000 米以上的有机青稞。在酿酒水源上选用海拔 6000 米以上的祁连山冰雪融水,发酵容器则是高原花岗岩围成的条石窖池等。正是这些鲜明的原料、地域等特色成就了天佑德青稞酒酒香醇厚、柔和细腻、绵甜爽净的个性风味,也因此被不少业界专家誉为“高原明珠、酒林奇葩”。

此外,以衡水老白干为代表的老白干酒虽然树立了自身的老白干香型,位列十二大白酒香型之一,但它的工艺和酒曲依旧属于大曲清香范畴。

那么问题来了,大清香、小清香、二锅头系和青稞系等清香白酒四大支系,那个的清香白酒水质更好喝呢?其实,回答这个问题,就如同点评唐诗、宋词各流派谁更杰出一样,这种比较必然是仁者见仁智者见智,毕竟“清香”徐来,心底欢欣,正如苏轼所言“人间有味是清欢”。