Management 管理 7

未来10年,中国白酒将走向何方?

2023年绝对是中国白酒的转折点。向东? 向西? 向好? 向坏?

未来10年,飘逸着千年酒文化醇香的中 国白酒将向何方?

格局:三足鼎立

2023年,哈姆雷特的经典独白"生存还 是毁灭?"吼出许多中国白酒企业背水一战的

许多白酒企业在市场长期封闭开放之后 长长舒了一口气,接下来会怎样?

世纪跨越之时,浓香白酒的销售量已经 占到行业总量的70%以上,直至今天,浓香依 然处于绝对上风,是消费最广的白酒香型。

2016年后,茅台率最先冲出阴霾,"飞天" -瓶难求,股价一路飙升,继而"茅台热"发展 为"酱酒热",其后劲牌、丹泉等大量资本涌 入,酱酒狂飙突进,攻城略地。

2018后,消费者群体性迭代,品类替代升 级潮到来。在汾酒的引领之下,清香型白酒企 业共同高举清香大旗,"清香天下"的文化稳

预测:未来10年,浓香型白酒、酱香型白 酒、清香型白酒三足鼎立:酱香型白酒市场份 额持续扩大,占比有3%提升;浓香型白酒占 比有5%的下降;清香型白酒份额持续扩大, 占比有1%提升;凤香型、米香型等其他香型 白酒占比略有提升;同时,消费不断升级,高 端白酒的需求不断增加,次高端白酒市场将 呈现快速增长态势。

产量:由降转升

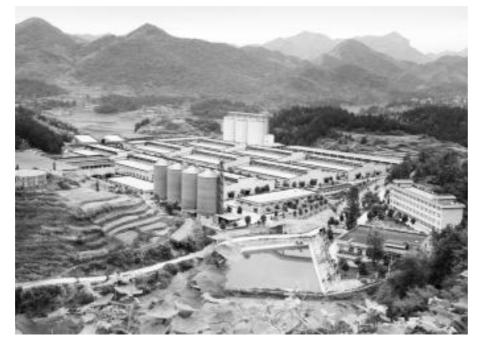
近年,中国白酒总产量呈连年下降趋势。 2016年-2022年,中国白酒产量分别为 1358.4 万千升、1198.1 万千升、871.2 万千升、 785.9 万千升、740.7 万千升、715.6 万千升、 689.3万千升。业界普遍认为,中国消费形态 向"高"转移是必然之势,中国白酒行业面临 "由量到质"的消费转变,"喝好点"成为主流 消费心理。

但是,2023年政府工作报告已经释放出 有助于白酒行业发展的积极信号,扩大内需, 刺激大众消费, 助力白酒产业新周期发展是 大势所趋。劲牌已在贵州茅台镇、四川宜宾分 别建立了产能万吨酱香型白酒基地、4万吨浓 香型白酒基地;稻花香万吨馫香型白酒智能 化酿造基地项目正在实施.....

预测:随着经济回暖,内需增加,白酒的 需求量也将不断增加。作为国人美好生活必 不可少的物质要素和精神元素, 白酒消费加 速,白酒总产能也将由降转升,2033年,中国 白酒总产量将突破 1100 万升。

内卷:冰火两重天

三年疫情,大多数的白酒企业、商家、烟 酒终端等"关联单位""硝烟弥漫",痛苦不堪。 但高端品牌活得非常滋润,山西汾酒 2019 年 的利润不到 20 亿,2021 年利润就超越了 50 亿;泸州老窖 2019 年的利润 46 亿,2021 年就 差点超过80亿;贵州茅台2020年利润不到



467亿元,2022年利润就超越了627亿,陡增 了 160 亿的利润。高端和低端白酒可谓冰火

4月3日,2023贵州白酒企业发展圆桌会 在贵州省仁怀市茅台镇召开,会上,贵州省白 酒产业发展促进会会长李保芳告诫道:"共同 努力把蛋糕做大,切不可内卷内耗。"为什么 李会长要担心行业内卷? 其实, 随着产能过 剩,中国白酒业内卷越演越烈。

会上, 中国酒业协会理事长宋书玉发表 了以《理性发展,把握未来》为主题的演讲,他 认为中国白酒内卷的主要原因: 一是产能扩 张与产销量下滑的矛盾;二是名酒价格带降 维与盈利能力持续性的矛盾; 三是名酒渠道 下沉与区域酒突围的矛盾。

预测:未来10年,"中低端白酒好卖、高端 难卖。腰部价格带白酒产品内卷最大。"新品 类白酒(如毛铺草本白酒等)将在内卷中脱颖 而出,价格走向中高端,为做大白酒蛋糕做出

科技:智能酿造转型

21世纪,一场白酒酿造史上的"工业革 命"正在上演。

从传统手工走向智能酿造,大势所趋。然 而,我们却常常可以听到不同的声音:"不守 中国传统酒道,智能酿造,酿造的酒还是白酒

目前在社会上有个悖论,认为人工酿酒 -定比智能酿酒的好。而事实上是怎样的呢?

在智能化革命之前, 传统酿酒面临三大 痛点,一是受气候、人工因素影响酒质不稳 定; 二是传统的生产过程中, 劳动强度非常 大;三是生产能耗大。

2019年,劲牌启动"5G+工业互联网"试点 建设,短短两年多时间,劲牌的试点酒厂完成 了从传统酿造到智能制造的蜕变。劲牌实现 了原酒酿造、成品包装等环节生产过程管理、 质量、能源消耗和设备等信息的全面数字化。 现在,不受气候影响,5G 技术能模拟出最适合 酿酒的温度、湿度,从而保证酒的稳定口感。 同时,劲牌通过推进机械化、信息化、智能化、 自动化等"四化"建设,也极大解放了工人的 劳动强度,提升了酒质的优级率。劲牌智能酿 造将曾经 25%的原酒优极品率提升到了 85% 以上。

预测:未来 10年,AI 时代开启,GPT 革命 性技术广泛应用,在AI大趋势下,白酒产业 智能化提速,通过人工智能、机器视觉、大数 据等新技术应用,以此推动白酒产业智能化

消费:畅饮情怀

消费者为什么要购买, 其追求的不过是 "实质利益+心理利益"。过酒瘾、送礼、藏酒属 于白酒消费的"实质利益",社交、讲情怀就属 干"心理利益"。

"忽与一樽酒,日夕欢相持。""握十次手, 不如喝一顿酒。"最近,切掉两块肠息肉的俞 洪敏大谈喝酒:"人如果不能做一个性情中 人,你还活着干什么?"显然,在智能化高速发 达的时代,人们更愿意为情怀消费白酒。

中国白酒承载着浓浓的情绪色彩和人文 情怀。古人云:"君子曰:酒以成礼,不继以淫, 义也。以君成礼,弗纳于淫,仁也。"国人饮酒 被赋予了更多的场景和情怀。

回忆、愁绪、喜悦、祝福……当举起酒杯, 人的情感得到了升华,尽意的场景不断出现, 醉翁之意不在酒, 而在于奔腾列缺的情意交 流与"仰天长啸,壮怀激烈"。

预测:未来10年,白酒行业动销将逐渐 逐步抬高,场景消费慢慢成为中国白酒最大 的消费潮流,且家庭消费、商务消费和个人聚 饮消费会随波逐流。并且会逐步高于政务消

品牌:新品类凸显

今天的中国白酒星光璀璨,品牌如云:酱 香阵营形成了以茅台引领的"一超多强"的品 牌格局:郎酒、习酒、国台、国宝、钓鱼台、神农 架等;浓香型白酒品牌:五粮液、国窖 1573、洋 河 YANGHE、剑南春、古井贡酒、水井坊、泸州 老窖、今世缘、舍得、兰溪酒业等;同时,汾酒、 牛栏山、红星、衡水老白干、江小白、天佑德、 黄鹤楼等清香阵营格外醒目。

预测:未来10年,中国白酒品牌,强者恒 强。那些扛起新品类的白酒品牌,将不断刷新 最具增长潜力白酒品牌的排行榜。茅台 MOUTAI、五粮液、洋河大曲、汾酒、毛铺草 本酒、国客 1573、郎酒、剑南春、水井坊、 西凤酒将成为中国白酒品牌的十大明星。

产品:健康至上

后疫情时代,中国白酒市场消费理念正 在变化,"健康最重要、品质第一位"的消费理 念成为市场主流。无论是高端、次高端名酒还 是大众产品都在向"健康"靠近。于是健康白 酒大行其道,对此,中国酒协不予支持:"你称 为健康白酒,那么,其他的白酒就没有健康属 性了吗? 白酒本身就有着健康内涵。"

2023年,以"健康人类,永无止境"为宗旨 的劲牌公司把毛铺酒从健康白酒剥离出来, 创造了具有劲牌特色的新品类——毛铺草本 白酒。而劲牌的底气来自于持有了草本科技 创新。目前,连续两年问鼎全国质量奖的劲牌 公司核心"秘方"就是拥有国际行业领先的 "中药指纹图谱技术"、"中药数字化提取分离 技术"等 16 项核心技术,对各种中药和草本 原料的提取均能做到"去除糟粕,取其精华", 从而确保了产品的品质和健康内涵。事实上, 劲牌公司对白酒健康的追求, 在中国酒业很 有代表性。

预测:未来10年,关于白酒健康的认知渐 渐被消费者理解和接纳,并深入人心。白酒不 再仅仅是满足国人精神需求的嗜好品, 也是 促进人体健康的保健品。况且像毛铺草本白 酒,融入了草本精华,使"酒为百药之首"之说 更具象化了。当然,未来的健康白酒概念将被 淡化, 取而代之的是健康内涵丰富的新品类 白酒"名正言顺",使白酒的"健康标志"熠熠

2023年,中国经济正处于动力转换与产 业升级阶段,面对白酒产业最重要的历史机 遇期,中国白酒产业坚持沿着主航道——高 质量发展前行。白酒的头部品牌也明确了自 己的发展战略。

茅台集团:在"五线发展道路"的蓝图下, 构建了具有茅台辨识度的未来发展新格局, 永葆茅台之"美"。

五粮液集团:以酒为媒、以"和美"为底色. 正在不断向世界讲述中国白酒故事、传递中

洋河洋河股份:"要着力打造'梦想的洋 河,时代的洋河',让梦想文化融入到每个人

劲牌公司:借诞生70周年之机,以"正文 化"为统领,坚持"创新草本科技,创造健康生 活"的品牌战略定位,坚持走"好而不同"的差 异化路线,正奔向"百年产品、百年市场、百年 品牌、百年企业"的征程中。

预测:未来10年,白酒作为中国传统文化 的一部分,具有的深厚文化战略意义更加凸 显, 白酒企业将沿着自己的战略方向奋勇前 行。"战略决定成败"的断言将被中国白酒业 广泛验证,越清晰、辨识度越高的白酒品牌战 略实施起来越惊天动地。

- 西渝高铁四川广安段 建设有序推进

国家重点工程西渝高铁四川省广安 段建设有序推进, 仅长达 20 余公里、纵 贯多个乡镇的华蓥段, 自去年 11 月以 来,先行用地上的"三桥四隧"已陆续开 工建设; 位于明月镇白鹤嘴村的新建车 站中规模最大的广安东站, 正完善配套 规划和推进房屋拆迁等前期工作。广安 东站建成通车后, 预计广安到重庆主城 区 22 分钟, 到西安 1.8 小时, 到昆明 3.3 小时,到北京6.5小时,标志着广安正式 融入国家高速铁路网。

图为在四川省广安市华蓥山经开区 航拍的为国家重点工程西渝高铁广安东 站等项目建设提供原材料的1号拌和

邱海鹰 摄影报道

"特别的爱 给特别的你"

-阴湾煤矿"安全 专盯"管理见实效

现场打锚杆有哪些危险点?请出示你们 的隐患排查清单;一共打了几排眼,作业区锚 杆的拉力测定了吗……"4月4日早班,在 52103 煤巷掘进工作面打眼施工现场,中煤 三建阴湾煤矿安监员王雷正在向现场施工负 责人,仔细询问着安全措施执行情况。

一身桔黄色制服、一顶安全帽、一部执法 记录仪,这就是煤矿安监员的标配。每班都有 安监员以定制的方式,"盯"在各采掘机运施 工、检修等现场,重点对习惯性违章、不规范 操作等进行"挑刺",保障了煤矿安全生产工 作稳步提升。52103 煤巷,是阴湾煤矿的重点 工程之一,制定《综掘施工安全专盯保安措 施》,每班都有安监员在施工现场排查隐患, 24 小时全天候严把安全关。

紧盯关键环节。抓住生产过程中的关键 环节和要害部位,定期分析诊断,全面排查和 整治突出安全隐患,开出排查清单,堵塞管理 漏洞。针对并下安全生产中零星工程较多、掘 进头面较多等复杂条件, 他们突出辅助运输 安全管控、突出零星作业安全管控、强化科 室、区队现场跟班专盯管理,确保现场设备、 制度、管理到位。同时,强化顶板及地测防治 水、机电安全管理,加强设备设施、安全保护 设备等现场重点环节的安全管理。严抓单人 单岗作业和特殊作业管理,落实专盯措施,实 现全流程、全方位管控。将安全生产管理人 员、班组长一并纳入排查范围,建立区队、班 组、个人多级隐患排查整改体系,加大思想情 绪、身心健康等方面的排查力度。转变工作作 风,加大重点岗位、重点部位和重点设备的安 全监督检查力度,及时发现存在的安全隐患, 并严格按照定措施、定时间、定责任人的"三 定"原则,切实落实好整改措施。

筑牢安全基石。该矿瞄准搬家倒面、掘进 开窝、设备移挪、起吊工序等生产重点区域和 重要工序等关键,推出"安全专盯"管理措施。 成立由分管矿领导挂帅,由生产技术,安监等 部门领导和基层工程技术人员,组成安全专 盯队伍,建立每天一次安全分析会制度和现 场盯班制度,编制严密的作业规程措施,让有 关施工人员弄懂,采取上岗"准入制",严抓进 行各项施工规范操作。

实行"首见负责制"。实时精控现场状态, 确保"关键环节"的安全。对监管重点、关键环 节、特殊时段和特殊人群等"小关键"实行"安 全专盯",通过加强"薄弱时间"、"薄弱环节"、 "薄弱人物"的管理,做到超前发现问题、超前 解决问题,精准排除"暗雷",防患于未然。

天业集团能源管理公司岗位大练兵充"电"保安全

近日,为进一步提高员工的现场作业风 险辨识能力,精通掌握 JHA 分析方法并将其 更好地运用于工作实际,不断提升公司安全 生产管控水平, 天业集团能源管理公司组织 开展"JHA作业危害分析"大赛。来自各车间 的30余名一线员工、安全员、技术员、车间主 任等参加了比赛活动。

比赛模拟以天伟燃运甲侧滚动筛煤机更 换网格板,进行JHA分析。通过报备作业点中 抽查作业环境及作业危害分析JHA表、现场 解说 JHA 作业流程三个环节展开。要求参赛 选手在限定的时间内完成作业方案风险分 析。竞赛中,选手们抢抓时间,快速思考,献计 献策,上演了一场精彩纷呈的脑力与知识的 较量。经过紧张激烈的角逐,检修车间获得本 次大赛的第一名。

"通过 JHA 分析比赛,让我清楚的知道了 作业前的危害分析的重要性, 在以后的作业 中我会更加充分分析每个潜在的危害因素, 落实安全措施,降低事故的发生。"检修车间

安全是珠子, 尽责是链子, 用链子串起珠 子,就可以串起一串幸福链。该公司结合实际工 作制定了具体的安全管理措施和详细的考核制 度,逐层签订《安全目标责任书》,要求各部门明 确责任、各负其责,在工作中认真贯彻"安全第

一、预防为主"的方针,坚决执行"两票三制"和 "危险点分析预控"。确保专业责任落地、风险控 制措施落地,锚定发展目标,凝聚全员力量,以 "不等、不靠"的态势,做到精益求精抓落实、真 抓实干抓落实、持之以恒抓落实,为企业的安全

收辦權: 55元/行/天(13字1行) 广告機 13308082189



● 唐欣遗失新疆大学学生证,证号:20211503008,声明作废。

此声明。
●杜昊于 2023.4.6 遗失身份证,身份证,身份证号码 41282420010 8214318.特此声明。
●田文娜遗失身份证,身份证号码 371322199102096526,特此声明。

声明。 宾市南溪区巨洋大饭店管 、司遗失食品经营许可本,证号:JY251150300 明作废。 時作後。 長辰弛物流有限公司持 卑号为【川 F5304 挂】的 主共和国道路运输证【川 德字 510623000230 号】

市彭山区万水碾餐饮店持

QQ:769036015 微信:13308082189 客戶交易前清查並根天手续和正照。本刊 不对所刊程值息及其果承認法律责任。 不对所刊登信息及结果承担法律责任

●成都島嶼物流有限公司道路还輸 经营许可证51017027995 遗失 ●(父亲海学智·母亲,赵彩麀)蒋 沐宸,2021 年 66 月09 日出生遗 失出生医学证明,证件编号: \S10088664,现声时作废。 遗失声明,杨文夫购买成都新 津花源镇天山名苑 1-2-202 号的房款收据。金额 605335 元)遗失作废 ●犍为县双溪镇小市村股份经 济合作社是志注人章编号 51112 3503574 遗失作废 ●成都德晶安科技有限公司公章(编号:5101100054578)遗失 作废

●信业务经营许可证,经营许可证编号:川 B2-20211275,遗失作废
●减资公告:四川鑫庆祥建设工程有限公司(络一社会信用代码 会决议决定将注册资本由人民,声明作废 市 1000 万元减少至 2 万元。请 ● 成都於鑫骇景科技有限公司 各债权人自公告之日起 45 日内 向本公司提出清偿债务或者提 供债务担保的请求。 失,声明作废

●温江鹏诚园艺场公章(编号5101150062704)遗失作废。 ●成华区灵悦美容馆何京霖 法人章(编号:5101085561878)遗

う時。3/14/22/2010年 う時。 ●四川众顺恒业社会经济咨询 有限公司王万文法入章编号 51010634211]遗失作废 ●成都银元通南贸有限公司 陈泽品法人章(印章编号: 5101065124334)遗失作废 ①四川省昌盛大药房连锁有限 公司武侯区黉门街药店营业执 照 统一社会信用代码: 9151

5失,声明作废 9川锦天华盛建设工程有限 5公司营业执照(统一社会信

●四川思极科技有限公司增值 由信业系经营许可证 经营许

公司官业执照(统 社会后/ 代码:91510100MA61XNQX7L

910185) 遗失, 声明作废 合同遗失 公告 全同遗失公告 经高速失公告 经盖有成都尚品宅配家居用品有限公司合同章的 7 宴空白台 同不慎遗失, 合同编号 为 SPZP20 21001151, SPZP20 21001420, SPZP320001

代码。91510104MA64PRT81G,办学许可证数民 25101047000 3019 号)经公司股东决定终止办学注销本公司。请债权债务人用本公告见报之日起6个月内前往四川省成都市锦江区红号上级1号,1栋 32 度 4-6 号户公司,请算组申报债权债务。特比公告联系人施庆秋,电话 18180985203 ●郑永洪(身份证号 51102773 0228254) 持有位于成都市武幢一单元五楼十号的房屋建筑产权使用证(证号:繁建房证第 982号,面积、75.58 平米)遗失

每套两份;另家居合同有7份: 0033062、0033094、0033117、0033 158、0033181、0033197、0033229 每份四联,每联两页;以上合同 遗失特此声明作废。 成都尚品宅配家居用品有限公司 2023年04月10日 :! ·告:中联金安保险经约