金沙古酒公布计划:

2027年完成港股上市

自从珍酒李渡今年4月底成功登陆港交

日前,金沙古酒举办了 2023 贵州酿酒协

所,成为"港股白酒第一股"之后,其它白酒盆

会专家品鉴会。会上,金沙古酒董事长李瑞杰 表示,目前金沙古酒已经与毕马威、中金公

司、竞天等上市辅导机构接洽,启动上市准备

工作,预计在今年深圳秋糖会上隆重签约,计

息,在2022年6月25日举行的金沙古酒

一百多年的酿造传承历史。2011年,上市公 司宝德集团全资收购金沙古酒, 并陆续投入

资金用于金沙古酒产能扩建和品牌建设,

其在短时间内实现较快发展。

这不是金沙古酒第一次公布赴港上市河

业尤其酱酒企业也跃跃欲试。

划 2027 年完成港股上市。

香酒系列等产品阵容集中亮相中酒展, 开幕 当天,仁怀酱香酒展厅客商纷至沓来、人头攒 动,一派火爆景象

仁怀酱香酒系列产品

集中亮相第七届

中国高端酒展

### 震撼亮相 强势出击

"这是我们公司第三次参加中酒展,之前 两次不管从文化宣传还是产品推介上,展示 效果都非常好,所以今年根据计划,提前预订

望去尽显高大上气派,吸引广大客商纷纷前

"产品布局上,本次我们携仁怀酱香酒何 各大战区精锐人员服务展会;接待方面也是 制定了缜密的方案,提供最优质服务。"仁怀

在当下酱酒热风起云涌、竞争激烈、消费 不振的大环境下,如何发挥好核心产区优势, 当好领头羊, 引领中国酱香白酒核心产区酱 香酒高质量发展, 仁怀酱酒集团作为一家国 资背书的大型酱酒生产企业自感压力倍增

性与活力,只要我们厂商共同携手,就一定能 天,仁怀酱酒集团厉兵秣马推出五大攻略:-是增信心、二是塑品牌、三是树标杆、四是严

厉奋发,创造更加辉煌的业绩。

# 第四届潍坊市 在山东云门酒业举行

日前,由潍坊市人力资源和社会保障局、 青州市人民政府共同主办,青州市人力资源和 社会保障局承办,山东云门酒业股份有限公司 协办的"才聚鸢都·技能兴潍"第四届潍坊市职 业技能大赛—酿酒师职业技能竞赛在山东云 门酒业举行。潍坊市人社局党组成员、副局长 刘立新,青州市政府副市长李飞,青州市人社 局党组书记、局长沈志伟,潍坊市人社局职业 能力建设科科长刘保玉,山东云门酒业股份有 限公司总经理潘学森等出席大赛相关活动。

本次竞赛, 共有 44 名选手报名参赛,分 别来自山东景芝白酒有限公司、山东秦池酒 业有限公司、山东诸城密州酒业有限公司以 及山东云门酒业股份有限公司等多家市内白

竞赛项目由理论考核和装甑实操两部分 组成,通过对选手的理论基础及装甑操作中 "轻、松、准、薄、匀、平"等技术要领进行综合 评判。车间里,一口口甑锅蒸汽腾腾,44 名选 手依次上甑,娴熟而标准的动作,展现出他们 背后日积月累的深厚功底。

竞赛过程中,裁判及工作人员在40度的 高温下,严守岗位,尽职尽责,确保了比赛的 公正公平开展。经过为期两天的激烈比拼,最 终有2名参赛选手获得一等奖、4名参赛选 手获得二等奖、6名参赛选手获得三等奖。

本次竞赛的举办,旨在贯彻落实习近平 总书记对技能人才工作的系列重要指示,弘 扬劳模精神和工匠精神, 崇尚劳动光荣和精 益求精的敬业风气,围绕潍坊市委"一一二五 六五"基本工作思路和重点任务,全面加强企 业高技能人才队伍建设,助推产业经济发展。

云门酒业作为山东省白酒重点扶植企业 和品牌,将继续立足"中国云酱·青州产区", 传承技艺,提升技能,进一步弘扬劳模精神、 工匠精神, 崇尚劳动光荣和精益求精的敬业 风气,与各方一道共同谱写潍坊市白酒行业 高质量发展新篇章! (启轩)

# 多给企业办实事 不为企业添负担

山东省糖酒副食品商业协会第七届会员大会隆重召开





东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐所做 长,协助秘书处开展工作,其任期与理事会

会议主要围绕,选举协会第七届理事会 负责人、监事长、常务理事、理事;审议通过 协会章程修订案; 审议表决新入会企业申 一步工作进行部署安排;座谈、交流近两年 各企业在发展、管理、创新等方面的措施、经

## 新班子成立

正确领导下,在广大会员企业的大力支持和 和目标进行了解读。 密切配合下,协会紧紧围绕"全心全意为会 员服务,以推动行业发展"的办会宗旨,积极 协会一直以来秉承的精神。在本次会上,薛 多只追求效益的情况下,协会主办的山东省 一是继续组织策划好糖酒会主题论坛,在鲁 发挥协会桥梁和纽带作用,根据市场形势的 剑锐也多次强调这一点。这句话体现着协会 糖酒会特色更加鲜明、突出,可以说就是鲁 酒发展方向、定位上最好舆论引导;二是适 发展和变化,有针对性地开展各项工作,满 的担当和社会责任感。比如每年例行举办的 酒自己的糖酒会。多年来,协会通过组织举 时组织考察、学习省内外名优企业,以转换 发展聚智赋能,取得了一定的工作业绩。 办企业负担,为减轻企业负担,从 2018 年开 升级。

经过一段时间的紧张筹备,第七届会员 始,由协会承担住宿费,企业只承担餐费。 大会在潍坊蓝海大饭店如期开幕。会上,选 而行业瞩目的山东省糖酒会之所以能 鲁酒、宣传鲁酒,协会从2019年开始,紧紧围 播带货联盟等组织的作用,促进广大企业在 举产生了新一届领导班子,薛剑锐连任山东 够一直坚持到今天,而且规模不断扩大、档 绕如何振兴鲁酒这一主题,先后在山东省糖 做好传统渠道经营的同时,逐步向电商转型、 省糖酒副食品商业协会会长。泰山酒业集团 次不断提高,也得益于协会一直坚持政治性 酒会期间组织主办了5场不同内容的主题 向数字化营销转型,开拓出新的销售增长点, 股份有限公司董事长兼总经理张铭新、山东 和公益性办会的结果。"协会就是会员的家, 论坛,为推动鲁酒健康快速发展赋能聚力。 实现线下、线上,传统与现代相互融合、相互 景芝白酒有限公司副总经理来安贵、山东国 随时为广大会员提供力所能及的服务,努力 井控股集团有限公司副总裁张辉、山东九州 维护行业利益也是协会职责所在。"薛剑锐 了"鲁酒的高品质时代——2019鲁酒高质量 专家、行业领导以及本会员优秀企业负责人, 集团原董事长杨沂城、泰安华糖酒业有限公 在会上表示。 司董事长张民、古贝春集团有限公司总经理 协会组织会员企业参加全国糖酒会,并 专家、行业媒体等300多人参加了论坛。本 张洪昌、兰陵集团常务副总经理孙茂忠、青 做好房间预订、信息传递等后勤保障工作; 次高峰论坛聚焦行业调整下鲁酒产业趋势, 搭建好各种交流、交易平台。 岛琅琊台集团副总裁殷邦荣、青岛盛客隆集 推荐会员企业参与一些有影响力的全国性 旨在树立和剖析鲁酒品质化、高端化发展的 会上,多家鲁酒企业代表也上台发表主 团董事长姜科勤、山东新星集团有限公司副 评奖活动,不断提升企业在行业内的知名度 内核动力,为鲁酒提供更多的新思路和新举 题演讲,立足疫情下的新形势,从不同角度 总经理、物流中心首席运营官高兵、山东云 和影响力;参加各会员单位自己组织的文化 措。 门酒业股份有限公司副总经理唐树林、济南 节、论坛、经销商大会等庆祝活动,积极为会 2019年11月8日,"匠心酿美酒、品质 营销策略和品牌打造提供了宝贵思路。鲁酒 趵突泉酿酒有限公司副总经理王凯、曲阜孔 员企业站台、助威、摇旗呐喊。

监辛庚池、山东红太阳酒业集团有限公司销

第七届理事会顾问委员会。其中,曲阜孔府

家酒业有限公司原董事长邱振新任主任,兰

陵集团原总经理韩玉亮任副主任,兰陵集团

府家酒业有限公司销售公司总经理李艳超、 两年多来,山东省糖酒副食品商业协会 临沂宾馆拉开帷幕。本次论坛围绕"如何匠 力,因此,薛剑锐一再呼吁鲁酒,要坚定信心, 山东花冠酒业有限公司董事蒋晓莉、山东省 在山东省社会组织管理局的正确指导下,以 心成就一瓶好酒,如何把鲁酒这瓶好酒卖 发挥优势,大力开拓本土市场,使鲁酒发展不 广泽糖酒有限公司经理李明信等 15 位鲁酒 服务会员、服务社会、促进行业健康发展为 好"展开论述,提出了一些新思路、新理念, 断迈上新的台阶。 负责人当选副会长。李明信当选副会长兼秘 宗旨,充分发挥协会的桥梁纽带作用,积极 为鲁酒企业转型升级提供了很好的借鉴和 开展各项活动,为广大会员单位以及广大工参考。 山东秦池酒业有限公司副总经理王兆 商企业努力搭建交易、宣传、交流、沟通、信 2020年6月19日,"讲好鲁酒故事,开 己的特点和长处,希望大家相互交流,互相切 宁、山东沂蒙老区酒业有限公司销售公司总 息传递等各种平台,集中反映行业诉求,在 拓高端营销——2020鲁酒发展高峰论坛"在 磋。" 经理时海兰、山东百脉泉酒业有限公司总经 推动企业经营创新发展,助推行业动能转换 淄博齐林大酒店举办,为鲁酒广大企业开启 理康新春、山东景阳冈酒业有限公司销售总 和高质量发展方面发挥了重要作用。

虽成效卓著,但协会并没有因为成绩而 策。 售经理任迎峰,当选为山东省糖酒副食品商 止步,反而把行业和企业的认可当成激励。

### 糖酒会 + 官方主题论坛 树立形象促发展

原副总经理王诗军、景芝集团原副总经理赵 友全、青州云门酒业有限公司原总经理朱玉 根据协会工作发展需要,经薛剑锐同志 点。而今年山东省糖酒会的安排,自然成为 深度剖析,价值解读。论坛上大家一致认为, 作用和价值。

提名、会长办公会研究,决定聘任:古贝春集 本届理事会上备受关注的重心。

象、展示实力的大舞台。

"多给企业办实事,不为企业添负担"是 在当前各地、各类糖酒会层出不穷且大 将是协会今后工作的一个重点。在这方面, 足企业会员单位的不同需求,为企业、行业 经营厂长座谈会,在前期费用基本上是由承 办主题论坛,外树鲁酒形象,内促鲁酒发展 观念、开拓视野。下一步,协会将根据情况,

发展高峰论坛",山东省骨干白酒企业、咨询 针对某些课题,开展专项培训、学习、讲座。

业协会第七届理事会监事会轮值监事长。 薛剑锐在《工作报告》的最后说:"可能与广 峰论坛重磅开坛,来自鲁酒骨干企业的高层 绝了恶意竞争,共同抵御外来劲敌。企业间 经薛剑锐同志提名,协会研究决定,聘 大会员企业的要求还有一定差距,还有一些 代表、营销专家、经销商及媒体代表等齐聚 互相借鉴,形成合力,共同发展,对鲁酒整体 请邱振新、韩玉亮、王诗军、赵友全、朱玉亭 不足,希望大家多提宝贵意见,协会今后将 山东齐盛国际宾馆,共同探讨"如何讲好鲁 发展有很大的推动作用。" 五位同志任协会第七届理事会顾问,并组成 努力提高改进,使各项工作再上新台阶。" 酒的品牌故事",品质+品牌,以双轮驱动振 这就是理事会的作用,也是多年来鲁酒 兴鲁酒。

> 深耕山东市场"为主题的鲁酒高峰论坛亮相 据形势发展变化和会员的要求,把握机遇,积 第86届山东省糖酒会,协会、媒体、咨询机 极探索,不断提升创新能力,拓展服务领域, 山东省糖酒会是山东省乃至全国糖酒 构、鲁酒企业相关负责人分别从品质、产业、 改进服务方式,以满足会员企业不断发展的 行业的一项重要活动,更是协会工作的重 科技、市场、消费等诸多层面对鲁酒进行了 新需求,适应行业发展的新形势,彰显协会的

薛剑锐在会上表示,2023年秋季(第87 的原则,坚持品质建设与市场开拓并举,才能

推动企业转型升级将是十分紧迫的课题,也 争取多组织几次考察、参观学习的机会,助力 薛剑锐在工作报告中表示,为积极推介 企业与时俱进,快速发展;三是进一步发挥直 2019年4月,在山东齐盛国际宾馆举办 促进的营销新模式;四是邀请行业著名营销

持续发挥好协会的桥梁、纽带作用,继续

阐述各自企业发展的新路径,为鲁酒企业的 赢未来——2019鲁酒创新发展高峰论坛"在 抱团、团结,信息共享,步调一致,能形成合

> 在会议总结发言中, 薛剑锐再次表示: "企业不在于大,而在于强。每个企业都要自

薛剑锐告诉记者:"通过 40 多家鲁酒企 了一场思想盛宴,更为鲁酒高端发展出谋划 业建言献策,加上各企业之间的互学互访,既 密切了鲁酒企业之间的关系,又建立了互相 2021年4月17日,鲁酒"双品"振兴高 协调的交流机制,避免了鲁酒本身的内耗,杜

始终在健康、理性、团结的路上向前发展、合 2023年4月21日,以"坚守鲁酒特色, 作共赢的原因。薛剑锐表示, 今后协会要根

# 欲问酱香出何处 悠悠千载古夜郎

探寻夜郎古酒 260 余年如一日的品质坚守



日前,以"致敬古法 守艺传承"为主题

## 沉浸式体验酿酒工艺

端午节不仅是中华民族非常重要的传统 节日,也是酿制酱香酒最为关键的制曲时节

曲乃酒之骨,在"12987"的传统酿酒工艺

对比,直观的了解到了夜郎古酒对于制曲流程

在工作人员的讲解与指导下,参与体验 代代守艺者们守正创新、辛勤付出才让夜郎 古酒的古法酱香受到越来越多人的喜爱。

## "古韵盎然"

业文化作为一种无形资产,是企业竞争优势 的生命力源泉。"古法酱香 源起夜郎"学术 的参考价值。

在随后的"古法酱香价值论坛"上,中国 支持。

酒类流通协会常务副会长刘员,河南省文 "外紧内松"的龟背形状,有节奏感的踩踏声 究成果,以古法酱香型白酒的起源和发展历 业有限公司董事长余方强,糖酒快讯总编辑

自己证明,而产区概念将会为东北白酒品牌

为中国的"粮仓",其原料供应一定是领先于

李森等专家围绕古法酱香相关课题,展开了 深入的探讨,从历史、文化、技艺、产区、企业、 品牌等多个角度论证了古法酱香工艺的历 史传承、技艺特点和品质优势,再度印证了 **返郎古酒的技艺底蕴和品质根基** 

民族的文化走向世界,这正是夜郎古酒"让 世界爱上中国酱香"的战略目标。

### "酒香悠然' 全面式把控美酒品质

心,精益求精。

此外,在今年5月21日举行的"2023」 牌强国国际高峰论坛"上,金沙古酒成功入选 "中国品牌日·十大(酱酒行业)领军品牌"榜 单。可以说,金沙古酒具有一定的发展底蕴和 品牌影响力,同时宝德集团的资本加持也在 首先,从企业发展现状来看,金沙古酒目

前营收规模相对较小,大概在10亿元左右 这在整个酱酒阵营中属于第五梯度。2021 年,金沙古酒营收为10亿元,出货量为640 万件。目前,金沙古酒还未公布 2022 年具体 营收规模,但从去年400多万件出货量大致 在今年 2 月份举行的 2023 金沙古酒百 示,2023年度营收目标生死线是9亿、中位 线是15亿、天花板是22亿。此次品鉴会公布 的数据显示,金沙古酒在今年上半年出货量

其次,从产能方面来看,截止 2021年,金 沙古酒年产优质大曲酱酒 3500 余吨,可客存 原酒2万余吨。在此次品鉴会上,金沙古酒产 面表示,2023年预计产能将突破万吨。

先后推出了控量挺价举措。

突破305万件,同比增长242%。不过,金沙草

酒依旧未公布具体营收数据,这难免让市场 产生一些疑虑,毕竟一个企业是否保持稳健

发展,营收数据是最为直观的体现。况且,4

年上半年,渠道去库存及产品实现顺价是行 业发展的主要关键词,许多名酒企业为此也

以目前的品牌力、营收规模以及产能规 酒李渡与金沙古酒作为对比

数据显示,2020年-2022年,珍酒李渡营 然,金沙古酒目前10亿左右的营收体量,与 珍酒李渡相比有着较大差距。事实上,即使仅 与珍酒营收相比, 金沙古酒与之也有不小距 离。2022年前三季度,珍酒营收为27.64亿 元,这也超过金沙古酒今年22亿的营收目标

天花板。 在产能方面,珍酒同样优势明显。其 2021年产能突破2万吨,2022年产能更进一 步达到 3.5 万吨,位居贵州酱酒企业第三,中 国酱酒企业第四。而金沙古酒今年预计产能

方才突破万吨。 而在品牌层面,相比金沙古酒,珍酒李渡 的品牌力和品牌美誉度也更高。诞生于1975 年"贵州茅台酒易地生产试验"项目的珍酒早 被行业誉为"异地茅台",李渡酒业的李渡元 代烧酒作坊遗址更是早已入选国家工业遗产 名单等。

值得一提是,金沙古酒曾入选贵州省 2021年上市挂牌后备企业名单,但在贵州省 此后发布的 2022 年及 2023 年名单中,金沙 古酒均未能入选,这一定程度上也说明政府 部门对其上市也并非十分看好。此外, 近年 来,金沙古酒的品牌及商标似乎也存在一些 争议,并且多次遭遇金沙酒业的维权。

据 2022 年 12 月 5 日广东省深圳市中级

人民法院作出的民事判决书((2021)粤 03 民 初 7476、7477、7478 号)显示,被告贵州金沙 安底斗酒酒业有限公司、贵州金沙古酒酒业 有限公司等四家公司立即停止侵害原告贵州 金沙窖酒酒业有限公司第 124667 号、第 9019810 号、第 12710481 号注册商标专用权 的行为(涉及商标主要为"金沙"及"金沙酱 酒")。其中,贵州金沙安底斗酒酒业有限公 司为金沙古酒 100%控股股东。 另一份来自江苏省苏州市中级人民法院

做出的民事判决书((2021) 苏 05 民初 1778 号) 也显示,被告贵州金沙安底斗酒酒业有限公 司、贵州金沙古酒酒业有限公司等四家公司 立即停止侵害金沙酒业涉案注册商标专用权 的行为;同时要求贵州金沙古酒酒业有限公 司立即停止使用带有"金沙古酒"字样的企业 名称等。

# 推动东北酒企向中高端迈进

近日,黑龙江省人民政府办公厅《关于 印发黑龙江省加快推进农产品加工业高质 量发展三年行动计划(2023-2025年)的通 知》,《通知》明确指出,"支持白酒企业提品 质、创品牌,推动白酒行业向中高端迈进,提 升价值链",这对现如今时代大环境下稍显 乏力的东北白酒企业来说,是一个非常不错 的信号。

提品质 创品牌

### 东北白酒的问题出在哪?

首先,我们要明确一点:东北白酒的"内 因"很好,不管是原料资源还是酿造技艺方 面,与其他省份酒企来说,都毫不逊色,但问 题也非常明显,主要分为六大类。

**一是产区优势不明显**。相较于徽酒、苏 酒、川酒集团抱团从而形成有效的产区优 的合力以应对外侵品牌,这是一个非常致命 酒品牌的独特优势,并发展壮大。 的问题,长此以往,东北三省当地白酒企业

业传递了一个很好的信号和机会:东北白酒 是否能更快地走出去。 

超高端价格带基本是都是外来品牌的天下, 值观,必须尽快建立。 这也是制约东北白酒向前、向上发展的一个 关键因素。

四是缺乏营销行为和意识形态的双创 新。东北白酒的营销及产品的创新意识一直 过于保守,甚至稍显呆板,这一点东北白酒 的发展有以下几点建议: 还是要多学习徽酒、苏酒,在品牌价值的塑

势,东北白酒的护城河效应门槛很低,东北 造上必须对症下药,对品牌资产进行有效的 优势解决品牌"领头羊"及品牌高曝光度的 级,改变消费者对东北白酒板块的固有认 白酒企业散兵游勇各自为战,无法形成有效 总结和积累,只有这样才能充分发挥东北白 问题,东北白酒品牌需要不断夯实,不断给 知,重新回到主流市场

的规模体量和品牌价值将会被外来品牌慢 景下,白酒产品呈现出从低端、低价位向高 势品牌带动产区壮大发展,而产区的强势又 变革的时代,对于消费意识形态的把控和消 慢蚕食殆尽,逐步沦为打酱油的尴尬地位。 价位、高性价比转移的趋势,产品品质的升 会带动东北白酒品牌不断向上,相互倚靠, 费行为转变的创新将会成为中国白酒企业 二是缺乏"领头羊"效应。东北从来都不 级和消费意识形态的迭代对于白酒行业从 共同成长,从而实现白酒品牌和规模的双势 的另一场较量,因此,坚持模式/意识形态/人 缺好酒,黑龙江有富裕老窖、北大仓等;吉林 业人员的要求及专业度也越来越高,不单单 能突破。因此,对于东北白酒优势产区概念 才的创新也将成东北白酒企业重要的机会 有榆树钱、洮儿河、洮南香等;辽宁有老龙 是技术人员,更包括销售人员、推广人员、品 有以下两点建议: 口、道光廿五等。但在全国白酒的舞台上,东 牌人员等。但东北白酒品牌在战略上却未随 1、黄淮名酒带的"柔"、四川的浓香、贵州 到行业战略大单品转变,从文化迎合到人文 北白酒基本都是缺席的,当然,这也是时代 着市场变化做出调整,错失品牌升级良机, 的酱香、山西的清香,中国每一个大的白酒 关怀,从"卖点推销"到"买点共鸣",这都需要 环境和行业背景的双重因素所造成的,但本 市场被不断涌现的新势力所蚕食,因此,人 产区都有独属于自己的标签,东北白酒板块 东北白酒企业不断前行、不断创新,从而实 次《通知》,也为众多蓄势待发的东北白酒企 才创新的快与慢、优与劣将决定着东北白酒 想要建立自己的优势产区,也需要独属于自 现本质上的思维转变。

操作模式就是短、频、快,这种简单粗暴的操 掘。其实,东北白酒板块的的酒海文化一直 好酒一直坚持下去的勇气和态度,这就意味 三是有体量,无品牌。东北三省作为产 作模式也潜移默化地影响着其他东北白酒 是中国白酒最具有特色的标签之一,但还是 着东北白酒企业要放弃以往好高骛远、急功 酒大省和饮酒大省,从来不缺白酒体量,但 企业,但在现如今这种坚持高质量发展的行 最开始提的问题,各自为战无法形成有效的 近利的一些不好习惯,要"沉"下去、再"沉"下 主体销量依然是以低端光瓶酒和中低端盒 业大背景下,短、频、快的操作模式明显已不 合力,不系统、不聚焦,无法完整且深入有效 去,坚持下去、再坚持下去,十年如一日地坚 装酒为主,产品价值(品质、品类和价格)和 再适用,抛弃短期利益主义,不管是产品品 的传递给全国的消费者,这就需要东北白酒 持产品品质,十年如一日地坚持 C 端教育、 品牌价值无法体现,双百价格带和次高端及 质、还是 C 端教育的长期坚持主义的行业价 板块的各个企业同心同力,共同发育。

### 东北白酒未来发展的几点建议

基于上述理由,对于东北白酒行业未来

优势供应链体系始终落后于人,优势产区的 谏策战略咨询项目经理) **一是东北白酒优势产区概念**。通过产区

成本管控也始终没法解决,这是一个恶性的 循环,也是东北白酒板块急需解决的一个重

**二是产业结构要调整**。东北白酒的发展 要重点优化产业结构,扶企优企,要先让一 部分白酒企业"富起来",再通过"富起来"的 企业带动其他一部分"没富起来"的企业,平 均主义在当今的新经济环境下只能让所有 企业都挨饿,重点帮扶,合理照顾,集中优势 资源构建和谐的白酒产业结构,只有这样, 东北白酒板块才有希望更快、更好地突破现 有的瓶颈,从而实现再次复兴。

三是调整产品结构。要改变目前低档产 品为主的产品结构,尤其是200元、300元、 500 元价格带的主力单品,从而形成有效的、 有生命力的、有竞争力的产品矩阵从而应对 外来品牌的强势入侵。因此,东北白酒企要 想持续向前、向上走,必须将其产品属性、品 牌调性、市场定位等重新进行塑造和优化升

四是坚持模式、意识形态、人才的创新。 **五是缺乏人才创新**。在消费升级的大背 不断赋能,纵观中国白酒地图中的产区,强 未来 5-10 年,中国白酒依然处于一个不断 点之一,机遇与挑战并存,从企业主导产品

> 己的标签,光瓶酒肯定不合适、不符合当下 五是坚持长期战略主义。东北不缺好酒, 十年如一日地坚持高质量发展,从而真正实 2、优化供应链体系及管理,东北三省作 现东北白酒的蜕变进化。 未来 5-10 年,"提品质、创品牌,推动白

> 在包装包材、设计及供应链成本管控等方面 为东北白酒快速发展的纲领,做大市场、做 都不如其他省的白酒板块,没有优势就没有 大品牌,真正实现东北白酒板块的复兴。 规模、没有规模就没有成本优势,没有成本 (刘圣松系谏策战略咨询总经理,郑亚系

> 其他省的白酒板块,但也仅限于原料供应,酒行业向中高端迈进,提升价值链"必将成

因此,如果启动赴港 IPO,商标争议可能 也会成为金沙古酒绕不开的一个问题。