国企业的思想者

# Chinese drinks weekly H

ENTREPRENEURS'

版 第190 期 总第10824 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

2023年7月29日 星期六 癸卯年 六月十二



#### 唐庄品牌鉴赏晚宴 陕西上市发布会举办

日前, 唐庄品牌陕西上市发布会暨酱酒 文化鉴赏晚宴在西安拉开帷幕。伴随着夏日 的艳阳,贵州唐庄酒业在历史文化名城— 西安开启新篇章,重磅发布"唐庄 535""唐庄 五星""唐庄四星""唐庄三星"四款唐庄坤沙 老酒系列产品,进一步完善西北地区高端白 酒市场布局。当日,唐庄陕西运营中心与陕西 某本地企业达成两吨成品酒签约订购,不仅 代表着唐庄酒业开启了古城高端坤沙老酒的 消费之门,同时也意味着唐庄酒业向全国范 围进一步发展跨出坚实的一步。

当晚,唐庄酒业集团董事长胡兴国、原陕 西旅游集团党委副书记、河南省陕西商会党组 书记常梦春、陕西星航宏源科技有限公司董事 长侯世扩、陕西恒盛集团董事长王武锁、陕西 中烟工业公司市场部部长马建伟、唐庄第九销 售公司总经理张德峰、唐庄陕西运营公司总经 理程锋、江苏合众创丽化妆品公司董事长毛清 柏等众多行业精英,以及经销商代表 400 余人 出席会议,共襄盛举,擘画发展蓝图。

于千年古都之中,寻鉴唐宴之美。值此上 市发布的盛典,唐庄邀请八方来客,共聚西安 古都,见证陕西运营中心的上市发布,并沿袭 唐庄品鉴文化 IP——【寻鉴·唐宴】,邀来宾 沉浸式体验一场梦回盛世的唐宫夜宴。

对诗互酌,品质盛宴,墨香入酒,梦回千 年。寻鉴·唐宴,以老酒为引,于盛世长安,一 觞一咏、一曲一舞、一书一画中,领略唐宴之 美。将进酒,杯莫停。唐庄老酒为纽带,唐宴文 化为基石, 唐庄这场关于唐宴 IP 的品鉴盛 会,不止是一次诗酒文化的雅致之旅,更是一 场坤沙老酒的味觉盛宴。

在唐庄品牌陕西上市发布会暨酱酒文化 鉴赏晚宴现场,在一片欢呼与阵阵老酒飘香 的氛围下,陕西某本地企业与唐庄陕西运营 中心认购唐庄 535 酒与唐庄五星酒各一吨的 签约仪式。此举,意味着唐庄酒业开启了古城 老酒的消费之门, 也是唐庄酒业携手陕西跨 界企业,走企业大批量订购路线的开端,为陕 西等地区的唐庄经销商及合伙人的销售渠道 赋能,增长信心。

唐庄陕西运营中心是一个集"文化宣传 体验""产品展示与销售""产品知识讲解" "精准营销和新零售的前沿阵地"于一体的酱 酒体验平台, 更是唐庄酒业在陕西地区所有 渠道、分销的集散点,致力于推动唐庄酒业在 在陕西市场的重要战略布局,也为唐庄酒业 在陕西地区的发展画下浓墨重彩的一笔。未 来, 唐庄将以贵州唐庄老酒基地强大的品质 保障为基础,在品质酱酒领域深耕,做中国酱 酒体验式营销的领创品牌。

了一个个发展壮大的历程, 收获了硕果累累, 的品质有了可靠稳定的保障,更大地满足全国

洗牌、重构过程,也是抢抓机遇、实现弯道超 车的最佳时机。唐庄酱酒的到来,也将为广大 的陕西消费者提供一款高品质的白酒,同时, 陕西广大的酱酒经营者也将迎来一个新的发 展机遇。

未来, 唐庄酒业将借助这座千年古都厚 重的历史文化底蕴,为酱酒文化宣导赋能,把 握住西安的优势, 把百年唐庄的美好价值观 带给更多的消费者, 让唐庄酱酒飘香华夏的 梦想扎根于这片土地,共创辉煌。

新闻热线:028-87319500



企业家日报微信公众平台 二维码



投稿邮箱:cjb490@sina.com



陕西地区的发展, 为当地的消费者提供一个 品鉴和交流的场所。唐庄陕西运营中心是唐 庄品牌发展过程中的重要助力, 也是品牌传 播的重要场所。其上市发布不仅是唐庄酒业

以传承+创新的品牌初心作为表达,为消 费者奉献一杯满载老酒情怀的高品质的中国 酱酒。唐庄酒业凭借着中国传统酱酒酿造技 艺,脚踏实地,经过日复一日的励精图治,走过 如今已发展成为一家以酱香型白酒为主,集生 产、研发、销售于一体的大规模综合性白酒企 业。随着2022年唐庄老酒基地的投建,唐庄酒

精英阶层对于高品质酱酒的消费需求。 从行业来说, 当下正是酱酒品牌格局的 总产量下降了一半以上。

也是新一轮名酒复兴的起始点——从这一年

开始,以茅台为首的名酒企业纷纷走上了高 速发展的快车道。

一边是总产量的下降,另一边则是名酒 的复兴与增产,中国白酒呈现出"总量下降、 向头部集中"的发展趋势。

这从 2022 年的数据也可以看出,当年度 在总产量略有下降的情况下,贵州茅台、五粮 液、洋河股份、山西汾酒、泸州老窖、古井贡 酒、顺鑫农业等7家企业营收均过百亿元,营 收共计 3079.02 亿元, 占上市白酒企业营收 总量的 87.25%;7 家企业净利润 1197.16 亿 元,占上市白酒企业净利润总和的91.73%。

其中,贵州茅台以 1241 亿元的营收、 627.16 亿元的净利润,位居 20 家白酒企业之 首。茅台的发展态势,鲜明印证了市场向头部 集中的趋势。

白酒行业上半年的成绩,与其他行业相

国家统计局的信息显示:今年上半年,41 个大类行业中,有26个行业工业增加值保持 同比增长。其中, 石油和天然气开采业增长 3.9%,农副食品加工业下降 0.8%,酒、饮料和

也就是说,酒业所在的产业大类(酒、饮 料和精制茶制造业)仍然呈略上升态势,属于 26 个增加值保持同比增长的行业之一。

精制茶制造业增长 0.2%。

分产品看,上半年,620种产品中有331种 产品产量同比增长。譬如汽车1310.3万辆,增长 6.1%, 其中新能源汽车 361.1 万辆, 增长 35.0%; 相比之下, 规上白酒企业的产量下降达到两位 数,远逊于汽车行业,尤逊于新能源汽车业。

"白酒业在 A 股上曾无比耀眼,无论就盈

作用,助力赤水河流域酱香白酒产业聚集及 建设,搭建好省内、业内以赛促学,以赛选材, 互建交流的舞台。

别进行了宣誓,在贵州省酿酒工业协会总顾 问季克良的见证下,首届贵州省白酒评委"优 秀人才奖"竞赛正式开始。 本次竞赛历时两天,分为理论和实操两大

开幕式上,参会专家代表和选手代表分

板块。参赛选手通过12香型标准样、酱香轮次 酒识别、酱香质量差、浓香质量差、董香质量差 和清酱质量差等8轮品评竞赛一决高下。 现场酒香萦绕、秩序井然,选手们沉着冷

静,或轻轻晃动酒杯,或闭上双眼细品酒香, 或仔细察看酒的成色,从容地在试卷上写下 答案,自信地展示了职业风采。

经过两天角逐,参赛选手们经过理论知 识考试竞赛和8个轮次感官品评能力竞赛, 选手们严格遵守竞赛规则,全神贯注投入紧 张的竞赛中,努力拼搏奋进,比技能、赛水平, 争取好成绩。本次竞赛赛出了成绩,赛出了水 平。评审专家和竞赛工作人员恪尽职守,履职 尽责,不辞辛劳,全方位服务大赛议程,确保 考场和赛场纪律公正严明, 竞赛结果公平公 正,发挥了重要的组织保障作用。本次竞赛是 贵州白酒品评人才传承的有力举措。

比赛结束后,为获得一、二、三等奖和优 秀奖选手颁发了证书、奖牌和奖金。通过竞赛 遴选一批优秀人才新生力量,为贵州白酒产

# "茅台杯"贵州省白酒评委"优秀人才奖"竞赛举办

贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司、贵州茅 台酒股份有限公司承办的 2023 年度贵州省 白酒评委年会暨"茅台杯"首届贵州省白酒评 委"优秀人才奖"竞赛在贵州省仁怀市茅台镇

贵州省酿酒工业协会总顾问季克良,贵 州省酿酒工业协会理事长、贵州省白酒专家 委员会副主任委员黄平,贵州省白酒专家委 员会主任委员吕云怀, 贵州省酿酒工业协会 秘书长黄永光,中国贵州茅台酒厂(集团)有 限责任公司总经理李静仁,副总经理万波,贵 州茅台酒股份有限公司副总经理涂华彬,贵 州大学酿酒与食品工程学院原院长邱树毅, 贵州省轻工业科学研究所副所长杨国华,贵 州习酒股份有限公司副总工程师向祖祥,贵 州国台酒业集团股份有限公司副总经理、总 工程师李长文,贵州董酒股份有限公司总经 理蔡少韧,贵州金沙窖酒酒业有限公司常务 副总经理张道红,贵州珍酒有限公司副总经 理吴长贵等以及来自各酒企、科研院所、大专 院校和相关部门负责人和147名省级评委参

据介绍,贵州省白酒评委队伍是一支由 各个企业、科研院所、大专院校和相关部门人 才组成,通过贵州省酿酒工业协会培训、考 核、评选而出的省级专业技能人才队伍。本次 参赛的 147 名省级评委同台竞技,旨在以赛 促练,激发广大技能人才的学习、创新热情, 进一步推动人才与产业发展同频共振、凝聚



合力,为贵州白酒产业高质量发展赋能。

贵州省酿酒工业协会理事长黄平指出, 随着白酒产业不断发展壮大,产业人才队伍 的建设速度已经相对滞后,难以适应产业高 质量发展的需求,面对这一问题,贵州省酿酒 工业协会起草编制了《2023年度贵州省白酒 评委年会暨"茅台杯"首届贵州省白酒评委 "优秀人才奖"竞赛工作方案》,搭建了从竞赛 活动顾问、竞赛活动领导小组、评审专家组到 考务组、会务组、监督组等层级职责分工明确 的组织机构。近年来通过贵州省酿酒工业协

会培训、考核、评选和推荐一大批国家级酿酒 大师和省级酿酒大师。造就了一支属于贵州 省白酒行业发展的高级技能型人才团队,选 拔的人员在全国性的行业大赛中取得一系列 优异成绩,为提高贵州白酒知名度和美誉度 起到积极的推动作用。

中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司 党委委员、副总经理万波致辞说,茅台牢固树 立员工是最宝贵的财富、人才是最重要资源 的人才观,大力弘扬劳动精神,在人才培养、 平台建设、成长激励、提升综合竞争力上迈出

业高质量发展注入专业支撑力量。

## 海藏葡萄酒国际赛道开启

■ 张瑜宸

近日,中粮长城葡萄酒(蓬莱)有限公司 联合烟台欧翔文化有限公司举行海藏酒签约 仪式, 正式拉开了长城海藏酒市场营销的序 幕。值得关注的是,就在上个月底,英国知名 起泡酒生产商 Rathfinny Wine Estate 刚刚打 捞出其在北冰洋陈酿了六个月的起泡酒。再 加上已经上市三年的"海藏壹号",记者数了 数,有海岸资源的葡萄酒生产国目前都已布

局该赛道。 那么,海藏葡萄酒会成为下一个风口吗? "属于小机会,或者说不是主流的机会。" 深圳智德营销策划有限公司总经理王德惠在 接受记者专访时指出,能在众多同类竞品当 中去体现自己的一些特色,可以说海藏葡萄 酒已经成为一个细分品类。但是这个品类对 于消费者来说,更多是一种延伸的价值消费。

"一个特色产品在市场上只有经过了普 及的阶段,并且随着市场的蛋糕不断放大,细 分赛道上的产品才会迎来更多机会。而目前, 海藏葡萄酒还只是一个小品类,在市场低迷, 或者说是消费并不乐观的情况下,并不会一

枝独秀。我认为很多做海藏葡萄酒的企业,把 它当作一个品类没有问题, 把它当作市场的 机会也没有问题,但是要慎重地考虑,还是要 搭建其他的产品体系。"王德惠建议,在开发 海藏葡萄酒的时候, 可以在品牌方面表现得 更加活跃与大胆。

"不要只是说因为是海藏葡萄酒,所以特 点就是海藏。在品牌表达上,可以去寻求它到 底是走时尚化、年轻化之路,还是也可以突出 严谨性,有技术赋能等特点。此外,在口感的 研发上,也要进行相关研究试验,不排除向着 更容易被消费者接受的方向不断地进行技术 层面的改良。可能在不同的海域、不同的深 度,甚至用不同的容器,都会给酒体带来不同 的变化。"王德惠分析道。

事实上,在消费迭代升级,国内外葡萄酒 消费市场呈现出骤缩的大背景下, 如何创新 破局,挖掘新的增长极,是很多酒庄都在聚焦 的方向。尽管海藏葡萄酒越来越受关注,但近 些年,业界对其质疑声也从未间断过。

"从 2015 年开始研发,到 2018 年试验成 功,首批海藏量产葡萄酒进入市场,我们当时 是顶着行业内各种不同的声音,有的是对这一 酿造储存技术的不认同,有的直接说好酒放海 里纯属瞎胡闹,酒瓶上长点贝壳也只是做个噱 头等等。其实很受打击,但我们一直坚持坚 守。"中国海藏葡萄酒首创者、烟台时代葡萄酒 有限公司董事长姜述亭告诉《华夏酒报》记者, 实践证明,这一技术及文化创新是正确的。

"在海藏壹号这5年来的大力推广下,品 类逐步被消费者接受和赞许。同时也看到越 来越多的酒企、酒商开始布局海藏葡萄酒,也 坚定了我们的信念和底气。都说独行快、众行 远,有众多的人参与并肯定这一创新的做法, 也会加快海藏葡萄酒在行业发展的步伐。"姜 述亭表示,尽管当下可能模仿者众多,看到的 更多的是"外表",但真正海藏葡萄酒的内涵 技术与工艺还是有待去深度剖析的。

"经过海藏陈酿发现,区别于在酒窖中存 放的其他葡萄酒,将葡萄酒储藏于动态的海 洋环境中,利用海洋恒温、恒湿、避光、避震等 特点,通过海潮不断摇动以及海底产生的自 然压力,使瓶中的酒更均匀快速地发生酯化 反应,加大分子间的碰撞概率,可以加速大分 子芳香脂类聚合, 使身处海洋环境陈酿出来 的海藏酒更具海岸葡萄酒的独特特征。总体 来说,香气复杂、口感细腻、酒体饱满、回味悠 长,保存时间更为持久。"烟台科技学院副校 长苏东平教授告诉《华夏酒报》记者,海藏酒 是一项全新的陈酿方式,是对原有葡萄酒陈 酿工艺极有价值的补充,改变了葡萄酒单一 的陆地陈酿方式。海藏陈酿与陆地窖藏紧密 结合,会极大提高葡萄酒的感官品质,是高品 质葡萄酒的一个重要发展方向。

综合来看,海中陈酿葡萄酒是有一定优 势的, 也在很大程度上满足了消费者对于个 性化、特色化产品的精准需求。但想要进一步 完善品类布局,带来"放大效应",恐怕还需要 众企业做好品质坚守, 并实事求是地告诉消 费者,海藏葡萄酒也有独特的风味特征,而不 仅仅是营销噱头。

## 酒业数据显示全年产量将呈下降趋势

最新数据显示,今年上半年我国规上白 酒企业产量同比有所下降,维持了酒业"整体 略为收缩而又向头部集中"的发展趋势。

国家统计局发布的数据显示:2023年1-6月,全国规上白酒企业产量209.7万千升, 同比下降14.8%。上半年的数据,似乎预示着 今年全年整体产量下降已经是大概率。实际 上,我国白酒产业的产量高峰在2016年,自 此以后,都呈下降趋势。

2016年,我国规上白酒企业完成酿酒总 产量达到 1358 万千升,此后逐年下降。2022 年,全国 963 家规上白酒企业,产量为 671 万 千升。相比 2016 年巅峰期, 白酒规上企业的

2016年既是白酒业产量的分水岭,同时

比如何?

利能力还是吸引资本的能力来说。"有业界人 士表示,但在进入新的发展周期后,这种光环 会逐渐褪去。

业内认为,以2021年为分界,此前的名酒 复兴、酱香热潮,带动了业外资本的进入。其中 尤以仁怀等酱香产区备受青睐,各项投资、各种 资本对产业的整合不断发生。到了 2021 年后, 其他类型的资本对于酒业的投资逐渐退场,国 资成为整合、兼并的主角。不过这也意味着,白

酒业逐渐失去了对资本的普遍性吸引力。 在 2022 年下半年酒业的 30 起投融资 中,仅酱酒品类的产业投资便达10起,占酒 业投融资总数的1/3。这些投资案例中,华润、 中粮、贵州新动能产业发展基金等有着鲜明 国资身份的平台,成为影响酒业投资导向的 (新文)



