

百年郎酒愿景 打造世界级酒庄

■ 琅轩

日前,第三届郎酒庄园会员节在赤水河左岸郎酒庄园盛大启幕。郎酒集团董事长汪俊林发布《百年郎酒》总纲领,介绍战略愿景与战略目标,在营收、产储、产品矩阵打造等方面做出了详细规划。在当前消费大环境下,业内竞争持续加剧,郎酒此举令人振奋。

两大愿景,一个“351工程”;2030年营收目标为700亿-1000亿元/年

据汪俊林介绍,郎酒的两大愿景为“成为世界十大名酒之一”、“郎酒庄园成为世界级酒庄,白酒爱好者的向往之地”;同时,2024年-2033年间,郎酒将实施新的351工程(300亿元/年、500亿元/年、1000亿元/年),择高而立。

汪俊林表示,2030年,郎酒年度销售收入700亿-1000亿元/年,完善市场布局及商家体系,员工收入本地区最高,达到国内发达地区中高水平“到2030年,郎酒三大目标得以实现:在白酒行业具有重要地位;与赤水河右岸的茅台各具特色,共同做中高端酱酒;浓酱兼香型白酒成为兼香领导者;郎酒庄园成为世界级酒庄,白酒爱好者的向往之地”。

制定这一激动人心且充满挑战的目标,郎酒的底气何在?汪俊林表示,郎酒的战略制定是客观规律使然,建立在敬畏自然、敬畏规律,敬畏常识的基础上。

极致三品统领下,郎酒坚持价值发展路线:产品力、品质、产储成“百年郎酒”底气

首先,产品力就是生命力,极致产品品质是郎酒百年战略的支柱。正如汪俊林所言,“极致三品战略是公司所有战略的统领。品质又是三品中的核心。”郎酒所有愿景、战略都寄托在产品品质上,郎酒坚持“极致三品”,走品质、品牌、品味之路,坚决执行价值竞争战略。

好粮酿好酒,郎酒极致品质始于田间地头,始于60余万亩专用糯红高粱种植基地;好艺造好酒,郎酒庄园是“生、长、养、藏”酿制工艺的独特载体,并擦出了青花郎这颗赤水河畔的明珠。

“青花郎是公司第一重要战略产品。必须全力发展坚决走价值之路,做强做大,力争以500亿/年为目标发展,青花郎真正成为飞天茅台后的第二高端酱酒,青花郎向1500-2000元/瓶发展。”汪俊林如是说。

其次,产储也是支持《百年郎酒》战略的重要基石。在当下,郎酒达到历史最高产能,6万吨产能,18万吨储能,而在《百年郎酒》总纲领中,到2030年,郎酒酱香目标年产10万吨,储酒过50万吨,兼香目标年产15万-20万吨,储酒过50万吨,保证其在下一轮产储竞赛中继续领跑行业。

郎酒坚持长期主义,矢志酿造极致好酒。立足当下这一机遇与挑战并存的时代,郎酒将在《百年郎酒》统领下,在龙马狼精神的凝聚下,开启下一个阶段:

“在未来,郎酒人要以龙的大气、正气;马的忠诚、勤奋;狼的团结、坚韧的精神去打胜仗,创造价值和奇迹。”汪俊林如是说。

2023代州黄酒文化节 将于9月26日在代县举办

日前,2023代州黄酒文化节新闻发布会在山西太原召开。中国酒业协会秘书长何勇,忻州市政府秘书长张民生出席发布会,忻州市农业农村局、文化旅游局等部门有关负责人介绍相关情况并回答记者提问。中央、省、市、县主流媒体记者和行业媒体记者共30余人应邀参加发布会。

何勇秘书长表示,近年来,在协会、产区、企业的共同努力下,代州黄酒积极“走出去”,在全国各地举办品鉴盛会,声势日隆,即将举办的2023代州黄酒文化节,则是一次“请进来”的盛大之举,是协会与产区政府携手共同推动代州黄酒文化传播声量、推进产业高质量发展、增强产业整体实力、提升产区品牌形象、扩大产区影响力的重要举措。期待以酒为媒,希望更多的人关注代州黄酒,品尝代州黄酒,爱上代州黄酒,为千年黄酒的复兴作出更大贡献。

张民生秘书长表示,忻州把振兴黄酒产业作为发展特优农业的重中之重,坚持守正创新、传承发展,先后举办了代州黄酒发展论坛、2022首届代州黄酒文化节等一系列活动,扩大代州黄酒影响力,推动代州黄酒走出山西、走向全国。特别是去年9月代州黄酒专业镇被确定为山西省首批十大特色专业镇后,忻州在资金保障、产品创新、品牌营造等方面综合施策,拨出1亿元支持专业镇建设,细化出台20条支持专业镇高质量发展政策,全力推动代州黄酒专业镇建设迈上发展新高度。

2023代州黄酒文化节由中国酒业协会、忻州市委、市政府主办,代县县委、县政府承办,将于9月26日至27日在忻州代县举办。活动内容有黄酒鉴评会、黄酒精品展、有文艺表演、黄酒音乐节,也有书法作品邀请展、文旅文化体验等,将为各界宾朋呈上一场主题鲜明、内容丰富、氛围浓厚的黄酒文化盛宴。

(欣闻)

贵州加大推进白酒产区环境保护

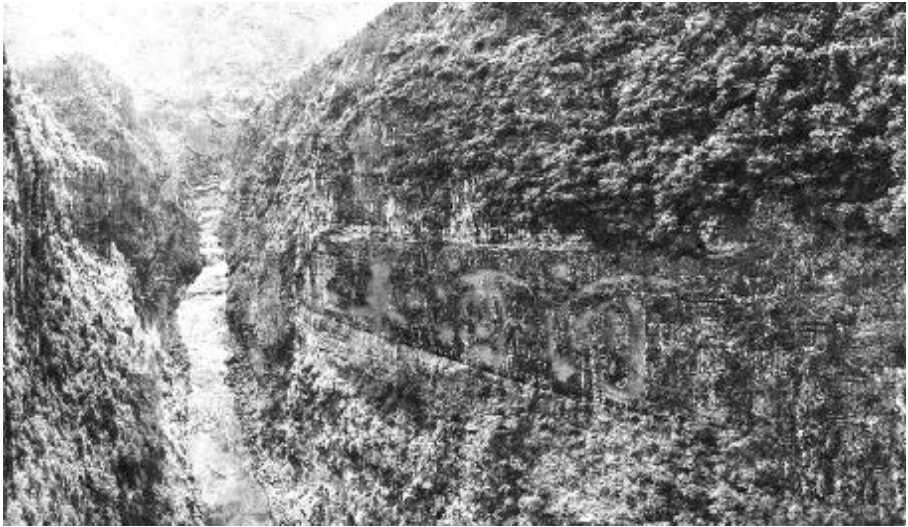
■ 轩办

近日,贵州省生态环境厅印发了《贵州省酱香型白酒产业污染防治规范》,旨在细化明确酱香型白酒企业污染防治技术措施,规范污染防治设施建设和运行管理,为全省各地酱香型白酒企业提供一套可借鉴、可复制的规范,促进企业加大环保投入,淘汰落后工艺设备,提高环保工艺技术水平,推动行业绿色低碳发展。

此前,贵州省生态环境厅2021年颁布实施《仁怀市酱香白酒产业污染治理规范(试行)》(以下简称《仁怀规范》)以来,通过“四改两建设”(冷却水系统改造、窖池改造、接酒池改造、厂区管网改造、企业废水处理设施和园区废水处理设施)综合整治,仁怀市酱香型白酒企业污染防治水平得到提升,已逐步形成了可复制、可推广的经验。此外,随着国家出台减污降碳等新政策新要求,对《仁怀规范》做出优化调整十分必要。

事实上,贵州省已经不止一次对白酒生产做出规范,用于保护白酒产业生态环境。今年3月1日,《贵州省赤水河流域酱香型白酒生产环境保护条例》(以下简称《条例》)正式实施,《条例》在白酒产区的规划与管控、环境保护与可持续利用、赤水河流域治理与修复、相关部门的监督管理以及违反规定后的法律责任都做了详细规定。

值得关注的是,《贵州省酱香型白酒产业



污染防治规范》对适用范围做出了详细规范,该规范适用于大曲酱香型白酒产业污染防治,酱香型其他类型白酒产业污染防治参照执行,并对规范中涉及的酱香型白酒、蒸馏冷却系统、接酒池、窖池、窖底井、窖底沟、锅底水、窖底水、冷却水等15个术语进行了定义。

在生产工段及污染防治方面,明确酒企原料储存及预处理、制曲、制酒、包装、辅助生产系统、治污工程等工段污染物产生及全过程污染防治要求,要求酒企从各工段源头抓起,提高清洁生产水平,高效集约利用生产空

间,合规处理污染产物,积极推动废弃物的循环利用,实现减污降碳,绿色发展。

围绕“四改两建设”关键治理要求,《贵州省酱香型白酒产业污染防治规范》指出,针对性规范蒸馏冷却系统、发酵窖池系统、接酒池系统、厂区管网系统,以及企业自建污水收集处置排放系统,园区废水收集处理设施建设的标准和要求。

此外,《贵州省酱香型白酒产业污染防治规范》还明确了酒企自建污水处理厂、集中连片(园区)污水处理厂技术要求,应按照HJ575进行建设和运行管理。处置工艺流程应包括

宝丰酒大工匠卢振营 四十余年只为一瓶好酒

■ 本报记者 李代广

在宝丰酒业有两位镇厂之宝,其中一位用四十余年时间倾尽心血,只为酿出一瓶好酒,他就是宝丰酒非遗酿造技艺传承人,中国白酒大师,国家级白酒评委——卢振营。用大半生时间从事酿酒的他,生动诠释了匠人精神的传承与发扬。

结缘宝丰 循梦而行

回想那个清晨,阳光洒满一路,卢振营站在宝丰酒厂的门前,眼前是一片承载着希望的酒坊。那时的他,还只是一个普通的基层工人,却怀揣一个不平凡的梦想:酿出中国最好的酒。从那一刻起,他的人生便与宝丰紧密相连,40余年从业生涯,就是为了酿就一瓶好酒。

40余年的时间,卢振营深耕酿酒工艺,醉心于宝丰酒酿造技术的研究和传承,先后主持完成了省、部级科技攻关项目和技术革新20余项;曾荣获省科技进步三等奖、轻工业部科技进步三等奖等10余项荣誉;2006年被中国食品工业协会聘为“白酒国家评委”;2011年被中国食品工业协会聘为“白酒国家特邀评委”、“全国清香类型白酒专家组副组长”;2013年被河南省食品工业协会认定为“河南省酱香型白酒首席专家”;2014年被授与“中国白酒大师”称号;2019年被河南省酒业协会



授予“河南酒业发展终身成就奖”。现如今的他众望所归,是中国白酒大师、省级非物质文化遗产项目代表性传承人,教授级高工,享受国务院政府特殊津贴专家。

弦歌不辍 薪火相传

然而,这些荣誉并没有让他满足,他知道,一门技艺的传承不是一朝一夕的事,需要在实践中尝试、努力、提高。宝丰酒之所以能够入选国家级非物质文化遗产,是因为它代

表了中国古老的传统酿酒技艺,具有酒文化的历史性与独特性,这些宝贵的遗产,是宝丰酒的灵魂所在,也是卢振营和他的团队守护和传承的。

4200多年前,中国的酒礼仪狄就在宝丰酿酒,940多年前北宋大理学家程颢曾在宝丰监酒,总结出了宝丰酒的独特酿造工艺——程氏六艺法,这个传承了千年的古法工艺在2008年入选国家非物质文化遗产。提起这项非遗技艺,卢振营如数家珍:第一是选料,要精;第二是制曲,曲为酒之骨;第三是蒸粮,

白酒产区化 地方经济与企业发展的“双向奔赴”

■ 齐论

日前,中国酒业协会秘书长何勇说:“白酒产业的发展事实,产业格局已明示,产区之路是白酒产业的未来之路。”而在政策层面,无论是川酒还是黔酒,均得到了政策端大力支持,这势必将促进各自产区更加更快、更高效的发展。

去年贵州省发改委网站发布的《贵州省发展和改革委员会关于大力推进实施2022年2500个重点民间投资项目的通知(黔发改投资〔2022〕67号)》显示,其中涉酒项目56个,总投资超过735.5亿元,2022年拟完成投资143.2亿元。据不完全统计,这些项目全部建成达产后,贵州将新增白酒产能近30万吨,基本实现产能翻倍。

四川省政府办公厅则是在2022年6月印发了《推动四川白酒产业高质量发展的若干措施》,从推动四川省白酒产业高质量发展的各方面出发,提出了推动产业集聚发展,巩固扩大优质产能,加快技术改造升级,做大做强优势企业,持续提升川酒品牌影响力,推动酿酒专用粮基地建设,加强产业创新发展,加大市场拓展力度,加强质量安全管控,促进跨界融合发展,加大财政金融支持力度,加大人才队伍建设的十二条举措等。

显然,无论是川黔板块先后各自组建相关协会、组织以及团体推动省内白酒集体作战,还是在政策端的大力支持,都表明白酒产区之争正呈现一触即发之势。实际上,产区化之所以成为川黔板块聚势发展的重点,和白酒行业重要发展趋势,原因在于产区化是企业发展与地方经济发展的“双向奔赴”。

首先,产区化发展势能的强劲与否将直接影响所在地方政府招商引资和经济发展,这是相关政府逐渐从后台走向前台着力打造



产区的重要原因。近年来各大本资金大多流向川黔板块,例如华润系收购金沙酒业、复星系收购舍得酒业、日初资本投资真工酱酒等,这本身就是产区共振的结果。

其次,产区化发展同样深刻影响地方的产业布局。作为第一、第二和第三产业高度融合的白酒产业,其向前发展势必将带动全产业链转型升级。例如最近几年,川黔两地在高粱种植、粮食储备等方面均实现了结构化、规模化,极大地助推了所在地“脱贫攻坚”战略。数据显示,贵州高粱种植面积已由2019年的155.47万亩上升到今年的400万亩。

此外,产区化是对产品品质的高质量背书,并对品牌孵化产生直接助力,这对于白酒品牌推广而言更是一种强有力的支撑。对比国外烈酒产区的发展实践和成果来说,产区已经是顶级品牌或者品类的代名词,品牌发展直接受益于产区的打造,不少消费者心中形成的“川浓黔酱”认知也充分说明了这一点。

当前,白酒行业竞争力在向优势品牌集中的同时,也在加速向核心产区集中。在此背

景下,产区品牌的优势效应势必更加明显,同时产区孵化优质品牌聚集区的驱动力也势必更加强劲。真工酱酒今年推出的真工·精酿在酱酒500元价格带迅速崭露头角、国台酒业推出的懷酒新品上市首日签约过亿元等,显然都与此有着密不可分的关系。

一组数据显示了川黔板块在整个白酒行业的主导地位。2021年白酒行业规模以上企业累计完成销售收入约6033亿,利润总额约1702亿元。其中,川酒和黔酒规模以上企业实现营收分别为3247亿、1570亿,实现利润总额分别为660亿和890亿。

据此测算,川黔板块2022年合计营收占比整个白酒行业总营收达到八成左右,净利润占比更是超过九成,这应该是川黔板块在各自省内小产区基础上聚势升级,并着力打造省级大产区的强大底气所在。

而具体到两大板块之间的“对决”,其各自优势也比较鲜明。通过上述数据可以看出,川酒整体营收规模更大,黔酒则是整体利润更明显突出。此外,结合各自产区的品牌梯度,也可以洞见川黔发展的移动现状。

首先,川酒名酒之量占势,黔酒名酒之质领先。整个白酒行业,川酒在名酒数量上占据绝对优势,尤其川酒“六朵金花”在市场的影响力有目共睹,其中四家更是早已登陆A股市场,黔酒虽然近年来迎来高速增长,同时也占据了“百亿俱乐部”中的三席,但截至目前仅有茅台一家白酒上市公司。不过,茅台以“一敌六”一定程度上遏制了川酒群雄的优势地位。以公开数据来看,川酒“六朵金花”合计营收、净利润分别为1314亿、450亿,同期茅台营收、净利润分别为1095.5246亿。

显而易见,川酒“六朵金花”总营收规模高于茅台,而净利润则低于后者,显示出茅台高端结构化的质优,而这也是目前黔酒与川

预处理(含应急处理)、厌氧处理、生物脱氮除磷处理、深度处理等工段,并设置规范的排放口。同时,明确纳管酒企建设前处理设施以及应急池等技术要求。

对于环境治理,《贵州省酱香型白酒产业污染防治规范》指出要加强环境监管,明确监测监控技术、排污口规范化管理、排污许可管理要求;在设备运行与维护上,明确一般规定、运行管理、台账管理要求,要求酒企应设置专门机构,有专人负责制定运行管理规范、维护保养制度、岗位操作规程并对日常维护工作进行记录。

同时,《贵州省酱香型白酒产业污染防治规范》对新建项目环境管理提出要求,新建项目原则上应选址在园区内或者产区内,并满足产业发展规划要求,园区内新建项目污水优先进入园区污水处理厂集中处理。

中国酒业协会理事长宋书玉曾表示,酒业发展要坚持尊重自然、顺应自然、保护自然的生态发展理念,积极构建酒类产业生态文明体系,促使酒类产业向绿色生态发展全面转型,建设酒与自然生态和谐共生的酒类产业发展环境,坚持走绿色生态酿造之路,形成酒类产业种植酿造、品饮、消费的全产业链绿色生态发展体系,以实现可持续发展。

贵州白酒企业众多,加大污染防治力度、推进贵州白酒产区环境保护是每个酒企的责任与义务。好山好水酿好酒,坚持长期主义,走可持续发展道路已然成为行业共识。

达到熟而不黏;第四是配料,要准;第五是低温发酵,宝丰酒的核心部分就是低温发酵,发酵温度决定酒的品质和酒的产量;第六就是蒸馏,俗话说“产酒靠发酵,提香靠蒸馏”。

他说:“传承不是说一两个人能够完成的,需要一帮子技术队伍。”在酒厂工作的40余年里,卢振营收了40多个学生,正式拜师授徒的两人,此外,为了让更多的人了解和学习这门古老的技艺,还写了20多万字的宝丰酒酿造技艺的培训教材及配套讲义。

在他的带领下,宝丰酒业宝酒学院应运而生,这是一个集历史、文化、酿造、销售为一体的特色人才教学培养基地,为宝丰酒业发展储备了中坚技术人才。作为院长,卢振营积极传授酿酒技艺,培养出了数名国家级、省级白酒大师,让宝丰酒的非遗酿造技艺得以传承和发扬。

一以贯之 行而致远

卢振营,这位一生只为一瓶好酒的大师,用自己的双手和智慧,将千年酿酒技艺发扬光大,为中国白酒行业树立了典范,他的故事,就像一瓶好酒,让我们品尝到了一个匠人的热爱和坚守。

在这个浮躁的时代,宝丰酒厂却有很多像卢振营这样的匠人,他们用心传承和发扬传统技艺,让宝贵的文化遗产在新时代焕发出了新的生机。

酒形成并驾齐驱的关键原因所在。

其次,黔酒奋起直追,川酒稳固向前。众所周知,近年来围绕赤水河流域,黔酒正在形成多点爆发的发展新格局,呈现出强劲的“产区溢价”与“品类溢价”态势。比如,在本轮酱酒热驱动下,习酒乘势崛起向200亿冲刺、国台酒业成功跻身“百亿阵营”、金沙酒业、珍酒向百亿稳步迈进等。

其中,作为“贵州两大历史名酒”之一的贵州安酒更是凭借“酒+生态”的发展模式,成为赤水河领域高质量发展又一个典型样本。其投资百亿打造的“安酒赤水酒谷”项目进展顺利。项目完成后,贵州安酒将实现年产3万吨大曲酱香制酒,6万吨优质高温大曲制曲、18万吨陶坛储酒的综合体量,不但使其一跃迈入酱酒头部阵营,更势必成为黔酒产区向前发展的中流砥柱。

需要指出的是,虽然黔酒发展势头强劲,且在市场活跃度明显更高,但川酒凭借整体优势,以及此前的品牌积淀和对市场的深耕,其依旧具备一定领先优势。仅以2022年整体营收数据来看,如果川酒剔除“六朵金花”当年营收,其他川酒企业合计营收为1933亿,这远高于黔酒剔除茅台营收后的475亿,显然包括“十朵小金花”在内的川酒腰部及以下品牌仍然具备不俗的市场竞争力。

以川酒与黔酒进行对标,可以很清晰地看到两大白酒核心产区存在的优势差异,一个百花齐放,一个一超多强。展望未来,川黔对决在固有产区优势背景下,势必将在市场要素层面形成更多竞争,谁能将自身优势“聚沙成塔”并持续放大,谁就能在场上获得更多话语权。当然,川黔产区在市场上的角逐更多的还是以竞合为主,毕竟大家好才是真的好。

(据佳酿网)