

做中国企业的思想者

企业家日报

中国酒

Chinese drinks weekly 周刊

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第174 期 总第 11142 期 四川省社会科学院主管主办 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 全年定价:450 元 零售价:2.00 元 2024 年 7 月 13 日 星期六 甲辰年 六月初八

国家科学技术进步奖 为消费者增添“口福”

■ 卞川泽

对于很多消费者而言,国家科学技术进步奖好似离我们很遥远,国家科技的进步最终都会造福普通民众,“高大上”的科技大奖也能让普通人轻松感受到。

在刚刚揭晓的 2023 年度国家科学技术奖榜单上,青岛啤酒作为《食品生物制造工业菌种高效选育与优化关键技术及应用》项目的主完成单位,获得国家科学技术进步二等奖。作为唯一上榜的酿酒企业,这也是青岛啤酒第四度荣获国家科学技术进步奖。

我们不禁要问,此次“国奖”的获得,会为消费者增添怎样的“口福”?

以青岛啤酒本次获奖的“菌种”项目为例,我们熟悉的酿酒、调味品、发酵乳等行业都离不开“菌种”,在酿造啤酒时,菌种在麦汁中的发酵产物决定了啤酒的风味、泡沫、色泽和稳定性等理化性能,优良的菌种会性能更加稳定,不同的菌种会让啤酒拥有不同的特性和口感。

这也意味着当你喝同一款啤酒时,口味更一致、质量更稳定。一杯啤酒,可以从传统的淡色丰富到稻草色到金色、琥珀、黑色,五彩缤纷美不胜收;一杯啤酒,也可以在浓郁麦香中增添花香、果香、辛香、木香,麦香怡人回味悠长;一杯啤酒,更可以从 10 度广谱覆盖到 0 度、13 度、15 度、23.9 度,味蕾体验丰富无比。

对于企业而言,获得“国家科学技术进步二等奖”,是一种荣誉,也是企业科技创新的最好证明。然而对于普通消费者来说,无论是新技术、新工艺,还是一次次的获奖,最终都要落在产品质量。

“给老父亲搞了点新上市的奥古特 A6,犒劳老公的经典,还有给自己‘囤’的白啤,留着姐妹们聚会时喝。”上海的吴女士晒出自己“618”的购物车,“还有原浆最妙,寄给我远在新疆的老同学,竟然还是包邮的!”吴女士说,老同学后来回复她,第一次喝到飘着“鲜气儿”的啤酒,特别赞。

随着消费者对酒水消费品质化需求的提升,青岛啤酒也在用持续的产品结构升级来满足大众的需求。不同消费者有不同的个性化口感需求,不同场景需要不同的啤酒搭配,除了对经典、纯生等原有品类的不断迭代升级优化,更聚焦新特产品的研发,首创的一世传奇啤酒,突破传统啤酒酒精度、风味与储存时间极限,成功引领中国啤酒行业的超高端发展和结构升级;研发的白啤、皮尔森、无醇啤酒新品类,持续引领着市场需求。

百年“经典”如何成为时代“潮品”?当科技大奖进入我们的生活,用一杯青岛啤酒就能被普通人轻松体验,也许,这就是答案。

本报监督公告

凡本报工作人员必须持有效证件。本报人员个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面收取任何费用;本报任何个人不得以任何理由向企事业单位和社会各方面收取现金,广告等宣传需正式签订本报合同并通过银行汇款到报社账号,不得以任何理由收取现金或转付到与报社无关的其他账号。

举报电话:028-87344621
企业家日报社



责编:杜高孝 版式:黄健
新闻热线:028-87319500
投稿邮箱:cjb490@sina.com



坚守品牌文化传承 携手推动酒业发展 汾酒集团赴郎酒集团调研并交流座谈



日前,汾酒党委书记、董事长袁清茂一行赴郎酒集团调研,与郎酒集团董事长汪俊林进行交流座谈。郎酒集团总裁刘毅,郎酒集团党委书记李明政,郎酒股份副总经理、常务副总工程师沈毅,汾酒集团党委委员、董事李沛洁及汾酒集团、郎酒集团相关部门负责人参加座谈。袁清茂

一行前往郎酒集团生态酿酒区、天宝洞、金樽堡、楼层陶坛库等地进行了实地调研。

座谈会上,袁清茂表示,汾酒与郎酒,作为中国白酒行业的两大名酒品牌,肩负着中国白酒品牌文化传承发展的重任,希望未来双方携手共同推动中国酒业高质量发展。

一是坚持品质共守,大力弘扬工匠精神。

品质路线是所有名白酒的生命线和阵地线,要坚守产品品质,不断弘扬工匠精神,酿造出更多让消费者满意的美酒,进一步满足消费者对美好生活的需求。

二是推动文化赋能,共同促进文化传承。

适应新形势 白酒市场布局高、中、低度产品

■ 杨孟涵

日前举行的五粮液 2023 年度股东大会上,在布局产品结构时,企业方面提出:2024 年度要“重点做好 39 度五粮液、五粮液 1618 的深度打造。积极做好 45 度、68 度五粮液商家布局和市场运营工作”。

39 度产品为五粮液传统低度产品,45 度、68 度两款五粮液则为今年 5 月焕新升级的产品。

在目前五粮液以传统 52 度产品为主力的情况下,重点提及 39 度、45 度、68 度产品,显示出了企业多线出击、力求以不同度数产品来适应消费新需求的迫切感。

同样在近期表达对“度数”在意的企业是泸州老窖。近期发布的泸州老窖投资者关系活动记录表提出:随着主流消费群体的不断变化,中低度酒将成为未来的趋势,度数越

低,对酿造工艺和质量的要求就越高,公司在低度酒领域拥有较高的技术护城河。公司会根据当地消费者习惯来投放高度或低度产品,也会在潜力市场进行低度产品培育,拓展市场需求。

“根据当地消费习惯来投放高度或低度产品”,意味着泸州老窖未来的产品将更为“定制化”,即厂家根据不同地区消费者不同的习惯和需求,来针对性投放低度、高度产品,而不是像过去一样,只是重点投放 52 度产品。

以五粮液、泸州老窖为代表,名酒将注意力集中在了度数多元化的路径上面,这意味着酒业将加快消费转型,力求适应行业新形势。

实际上,究竟多少度才是白酒的最佳度数?才是未来消费市场的主流?这样的问题一度困扰着行业。在与消费端的反复拉扯中,白酒主流度数一变再变。1952 年第一届全国评酒会上,各地报送的白酒产品多为高度酒,最终荣膺四

大名酒的茅台、汾酒、泸州大曲酒、西凤,其度数从 55 度至 65 度不等,为典型的高度酒,且度数都高于目前这几个品牌的主力产品的度数。其后,中国白酒慢慢走上“降度”之路。

1972 年到 1978 年,五粮液攻克了低度白酒技术难关,完成了优质低度白酒的实验研究,将 52 度五粮液成功降到 38 度和 35 度。以此为基础,五粮液形成了以 52 度为主力,38 度、39 度低度酒以及 68 度高度酒为辅的发展局面。

酱香型白酒,茅台等也形成了以 53 度为主力的局面。

在 2000 年至 2016 年酱香热之前,除了名酒主力产品大多在 50 度以上,一些区域的主流白酒已纷纷向中度靠拢——如在陕西,45 度的白酒产品成为主流;而在山东,42 度产品则成为主流。

以低度或者中度为消费主流,无疑是在追求健康和风味的平衡。但这种情况在 2016

要进一步以文化赋能营销,充分借助文化品牌交流活动,展示品牌故事和文化内涵,吸引更多的消费者了解和认同白酒文化,把深厚的文化内涵转化为品牌价值和市场竞争能力。

三是打造美好生态,促进产业健康发展。

要以“美美与共”的理念定标准,以“各美其美”的理念树个性,进一步凝聚共识、协同发力,向全球市场和各大消费群体持续传递中国白酒的健康美好内涵,推动清香和酱香品类乃至整个白酒行业健康、可持续发展。

汪俊林首先对袁清茂一行的到来表示欢迎和感谢,并对郎酒基本情况进行了介绍。郎酒坚持“酿好酒”,年产能已达 7 万吨以上,储量已达 22 万吨;坚持“极致三品,品质第一”,做到了让老酒多一点,品质好一点;坚持唯客是尊,矢志服务美好生活,以五大意识为指引,郎酒庄园为载体,给消费者带来了更好的美酒体验。

他表示,汾酒具有深厚的历史文化底蕴,是清香型白酒的龙头,在文化、品牌建设、市场营销等方面都是郎酒对标学习的榜样,希望双方常来常往,相互交流学习,共同把酒的品质做得更好,共同维护好行业生态的发展。

座谈会上,双方围绕品质提升、文化赋能、市场拓展、营销管理等进行了深入探讨。(新文)

年“酱香热”后被打破,以酱香品类为引领,白酒主流消费产品再度攀升到 50 度以上,譬如,酱酒多为 53 度,浓香酒多为 52 度。

这实际上是在长期趋势与短期流行之间的一种平衡。以国际趋势而论,日、韩市场的烧酒产品,多为 20 度至 30 度之间的低度化产品;从短期流行来看,酱香热的最高峰已经过去,这意味着一度被视为经典的 53 度产品,可能会遭遇到高、中、低等多品类的冲击。

如今,已经没有任何一种度数的产品可以包打天下。喜欢比传统 52 度、53 度产品更为暴烈口感的消费者,可以选择名酒企业所提供的 60 度,甚至是 70 度的白酒产品;而喜好低度或者中度的消费者,同样可以找到适合的口味。

或许,酒类市场原有秩序的重整、原有品类的崩塌,都是伴随着以度数为表现的风味、口味的变化而来的。

盘点2024上半年白酒“七大热点事件”

纵观 2024 年上半年白酒行业的整体发展,如果用一个词来概括,那就是“先热后冷”,即春节期间白酒需求旺盛,此后伴随消费市场疲软和淡季到来,白酒终端动销整体放缓。

不过,年初至今,白酒行业依旧“热闹”不减,尤其是一些热点事件不但引发了市场广泛关注,同时也给行业带来了不小震动。基于此,编者特别遴选具有代表性的“七大热点事件”,对上半年白酒行业进行一下阶段性总结。

热点事件一

飞天茅台价格震荡

飞天茅台价格波动几乎贯穿整个上半年。目前,2024 年原件飞天茅台从今年春节期间的 3000 元左右跌至 2500 元左右,2024 年散瓶飞天茅台则从 2700 元跌至 2300 元以下。

入选理由:飞天价格震荡,引发市场“蝴蝶效应”。

点评:作为白酒行业的价格“天花板”,飞天茅台价格震荡牵一发而动全身。目前,虽然散瓶飞天茅台价格处于 2000 元警戒线以上相对合理的价格区间,但这背后形成的市场悲观情绪却正在引发“蝴蝶效应”。一方面,受此影响,当前茅台系其他产品价格已进入下行通道;另一方面,这也横向影响了其他名酒价格走势,尤其千元价格带主流明星产品受到的影响尤为明显。若今年中秋、国庆双节前,飞天茅台价格不能恢复至渠道预期的价格区间,则整个白酒市场行情仍难言乐观。

热点事件二

赤水河酒“躺枪”

今年 2 月,知名球星梅西因“登场门”事件,引发公众强烈不满,网络舆论持续发酵。受此事件波及,梅西在国内代言的赤水河酒等多个品牌遭受广大网友抵制。

入选理由:明星代言有风险,企业选择需谨慎。

点评:回顾整个事件,可以说赤水河酒算是无辜“躺枪”。不过,据此可以看出,明星代

言是一把“双刃剑”,毕竟品牌和产品在享受明星代言所带来的高流量、高关注度的同时,也要承担明星一旦“翻车”可能带来的市场风险。因此,在选择代言人时,企业必须慎之又慎,要综合考虑明星的认知度、美誉度以及可能存在的潜在风险,从而再将明星与品牌自身的定位、调性、价值观等进行匹配,如此方有可能取得事半功倍的效果。

热点事件三

听花酒被点名

今年央视 3·15 晚会上,听花酒因涉嫌“过度营销”被点名,从而引发舆论风波。此后,经过一段时间整改后,听花酒以提价、限量、精品装仅供出口等营销“组合拳”形式重新回归市场。

入选理由:诚信经营是根本,诚信品质是保障。

点评:一个企业保持良性发展,必须建立在诚信经营基础之上。具体到听花酒,经过短期整改便重归市场,一方面说明其拥有快速的反应能力和良好的纠错能力;另一方面也表明,即使是在 315 事件“阵痛期”,听花酒也并未停下前进的脚步。而这一切的根基则是听花酒本身就拥有卓越的品质力、产品力,这也是其立足市场的核心竞争力。通过营销“组合拳”,我们也可以看到,听花酒在市场布局 and 打法上,更加注重市场秩序,也更加的规范化。同时,这也从侧面体现出,听花酒正以更稳健、精细化的市场运作理念应对着市场变化和未来发展机遇。

热点事件四

习酒升格

4 月 29 日,贵州省人民政府网发布消息称,将组建省管大 1 型习酒集团董事会、经理层班子,撤销省管大 2 型习酒集团董事会、经理层班子。至此,习酒集团从省管“大 2 型”升格为“大 1 型”国有企业。

入选理由:习酒进入全新发展阶段,为企业

业登陆资本市场做好了准备。

点评:习酒集团升格背后,是贵州省对习酒要求的变化,即从经济效益的增长到对整个贵州省白酒产业公共利益带动作用转变,这在某种程度上意味着习酒进入到全新发展阶段。另外,习酒集团升格,也为企业登陆资本市场做好了准备,近期市场上就接连传出其“借壳上市”的消息。毕竟,作为黔酒板块“唯二”年度营收超 200 亿的龙头酒企,习酒集团一旦成功上市,不仅将进一步增强黔酒板块的整体实力,同时也能够更好地提升酱酒品类的市场认知。它能否成为第三家酱酒上市公司,让我们拭目以待。

热点事件五

茅台换帅

4 月 30 日,贵州茅台发布公告称,根据贵州省人民政府相关文件,推荐张德芹为公司董事长人选。之后,在 5 月 29 日召开的贵州茅台 2023 年度股东大会上,张德芹正式当选为公司第四届董事会董事长。

入选理由:白酒行业新品质时代,茅台成为行业发展新趋势的引领者。

点评:作为白酒行业的“风向标”,茅台一举一动都牵动着整个行业的神经,尤其是茅台每一次换帅,都几乎引领行业进入一个新的发展阶段,比如李保芳推动行业进入“竞合时代”、丁雄军促进行业进入“美时代”等。具体到茅台“新帅”张德芹,其是延续前任经营思路,还是另辟发展路径,这自然引起行业广泛关注。从张德芹最近的相关言论来看,似乎将质量管控摆在了突出位置,比如他曾提到“当产量、效益、速度与质量发生矛盾时,都要以质量为先”。中国酒业协会此前也曾指出,白酒行业正在进入一个新的品质时代。而张德芹带领茅台能否成为这一行业发展新趋势的引领者,无疑值得关注。

热点事件六

“汾酒试点”六十周年

5 月 30 日,以“汾邨六十载,蓬勃新时代”

为主题的纪念“汾酒试点”六十周年暨中国酒业高质量创新大会举行。会上,汾酒方面宣布,将启动 2024 汾酒试点,重点在白酒成分工艺研究、经营管理模式、科技研发、前瞻性研究等方面展开研究。

入选理由:发展新质生产力,“汾酒试点”具有借鉴价值。

点评:今年以来,发展新质生产力成为众多行业的发力点和着力点,白酒行业早已成为发展新质生产力的代表行业。具体到“汾酒试点”,其取得的科研成果通过全国性的成果鉴定和技术推广,为整个白酒行业的科技创新树立了标杆,为全行业酿酒科技进步提供了强有力支撑。因此,纪念“汾酒试点”六十周年,以及汾酒启动 2024 汾酒试点,既是对酒业前辈不懈奋斗、深入钻研精神的致敬,同时也是白酒行业以创新型回应时代命题的生动实践。

热点事件七

川酒成立“一会一中心”

5 月 31 日,四川省酒业高质量发展推进会在成都召开。会上,四川省酒业协会和四川省酒业研究和发展中心正式揭牌成立。

入选理由:指引川酒高质量发展,赋能行业稳健前行。

点评:在行业调整和市场转型双重影响下,凝聚行业发展合力,抱团推动行业稳健前行是现实所需。而川酒“一会一中心”的成立,不仅将有利于统筹规划和协调整合川酒各项优势资源,巩固扩大川酒市场占有率和影响力,同时也有助于川酒加快形成新质生产力,从而推动整个川酒板块保持更为良性的发展。川酒板块未来高质量发展与否,在很大程度上也将左右整个白酒行业的发展水平。毕竟,川酒板块贡献了整个行业近五成营收、七成以上浓香产能、两成左右酱香产能。因此,在“一会一中心”指引和赋能下,川酒板块未来取得怎样的新突破,同时又为行业向前迈进提供哪些新支撑,无疑值得期待。(据佳酿网)