

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 216 期 总第 11184 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 8 月 24 日 星期六 甲辰年 七月二十一

#### 酒业论坛 | Observation

## 消费者存在的白酒认知偏差有多大?

■ 张文

过去的几天,围绕江小白和东方甄选之间的讨论持续发酵,尽管声量林林总总,但是是非非,有很多定论,却一直没有结论。

这是因为一番错误解读的背后反映出了消费端普遍存在的认知偏差,而这些认知偏差对于品牌乃至整个酒业造成的影响可能是巨大且难以估量的。

所以,江小白选择发表声明,直“怼”东方甄选。

但如果抛开现象看本质,我们就不难发现,大多数的消费者和所谓的“专业人士”对于白酒还是存在一定的偏见和误解:

比如,提到白酒生产中必要的工艺——勾兑调味,就会“下意识”地认为这是酒精勾兑的;

比如,酒精度数高低是由蒸馏过程决定的,但主流“说法”仍是低度不如高度好;

比如,小曲、大曲都是曲种,但用前者酿出来的酒总被定义为上不了台面的低档酒;

再比如,这次东方甄选直播时主播提到的“调味酒”,明明是“画龙点睛”的存在,即用微量,就能弥补基酒的缺陷和提高酒体质量的酒,却被“张冠李戴”成加入食用酒精的酒,也就是“调香白酒”。

类似的“想当然”和谬误比比皆是,可笑吗?不,坦白说,挺可悲的。

酒业历经千年发展,早已累积了丰富的经验与智慧。然而,时至今日,消费者仍常受一些所谓“常识”的误导,陷入各种误区之中,这是值得整个行业深刻反思的。

那么,到底什么是白酒?

根据 2022 年 6 月 1 日起正式实施的 GB/T 15109-2021《白酒工业术语》和 GB/T 17204-2021《饮料酒术语和分类》两项国家标准(以下简称“新国标”)的定义,“白酒”是指以粮谷为主要原料,以大曲、小曲、麸曲、酶制剂及酵母等为糖化发酵剂,经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏、陈酿、勾调而成的蒸馏酒。其中,“粮谷”是指谷物和豆类的原粮和成品粮,谷物包括稻谷、小麦、玉米、高粱、大麦、青稞等。

那么,什么样的酒不是白酒?

依据“新国标”的界定,若酒品中含有食品添加剂,或其主要原料为薯类,抑或配料列表中明确标示含有食用酒精,都不能被称为白酒。

值得关注的是,当下,关于酒类产品的某些常见误解已经变得越来越普遍,再加上一些所谓的“砖家”在没有充分科学依据的情况下,随意发表不负责任的言论,不仅严重损害了酒业的社会声誉,还进一步加剧了公众的困惑和误解,影响了消费者对于酒类的消费行为。

因此,产业链条上的每一方都有必要对消费者进行酒类知识的普及和教育,通过科学、客观的信息传播,帮助消费者建立正确的酒类消费观念,从而避免被误导。同时,酒业本身也应该加强对产品质量的把控和宣传的规范,确保消费者能够获得真实、可靠的信息,从而做出理性的消费选择。

我们常说金杯银杯不如老百姓的口碑,种种“固有认知”背后的严峻现实无时无刻不在提醒着酒业,是时候行动起来,做出实质性的改变了。唯有这样,美好生活才会因为有美酒而更加美好。

#### 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

**双汇熟食**  
SHUANGHUI DELI

**三南河**  
三南河更入味

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



企业家日报微信公众平台 二维码

中国企业家网 二维码

## “与时间为友”水井坊坚持长期主义



■ 吕俊岐

日前,水井坊公布 2024 年半年度财务报告,业绩表现符合预期。报告显示,水井坊上半年实现营业收入 17.19 亿元,同比增长 12.57%;净利润达到 2.42 亿元,同比增长 19.55%。在白酒行业深度变化格局下,水井坊保持了稳健发展态势。

白酒行业资深研究者欧阳千里表示:“在当前充满挑战的经济环境下,水井坊上半年的业绩实现了营收和利润的双位数双增长,表现可圈可点。坚持长期主义发展一直是水井坊的经营理念,顺境时理性不盲动,逆境时镇定不失措,始终围绕自己的战略重点发力,半年报的答卷正是对这种坚持长期主义的回报。”

水井坊总经理胡庭洲表示:“坚持长期主义,是水井坊立足于产业长远发展的坚定战略选择。从行业的特点看,白酒作为‘与时间为友’的产业,本身就是一个需要时间不断积累的行业,具有穿越周期的先天优势。而水井坊自身所体现出的发展韧性,正是我们保持战略定力和聚焦核心策略的结果。”

### 坚持长期主义理念 聚焦核心策略扎实落地

2024 年上半年,水井坊继续围绕长期主义的发展战略,聚焦核心业务,稳步推进,扎实落地,在渠道与市场、消费者培育和品牌圈

层建设方面取得成效。

在渠道方面,水井坊聚焦关键城市和核心市场,在重点区域建立起稳固合作关系并形成竞争优势。公司持续关注价值链稳定,在市场波动态势下建立了与经销商和商业伙伴的深度信任与合作关系,确保业务健康可持续发展。与此同时,在原有基础上,公司继续优化门店与经销网络配备,在重点城市和核心市场拓展门店,通过 BC 联动促进动销,扩大市场基础,助力业务发展。上半年,公司在数字化营销和电商的系统化建设方面,也取得了较为显著的进展。水井坊核心品事业部总经理蒋伟表示:“面对复杂多变的竞争环境,我们将坚定维护价值链稳定,优化资源投入方式,以合理的方式确保渠道利润,同时继续给市场和消费者带来高品质的产品与服务。”

在“双国宝”品质的核心资产的赋能下,水井坊继续聚焦高端产品线和大单品策略,优化产品结构,进一步提升产品的市场地位和消费者认可度;水井坊坚持探索品牌本身独有的高端价值内涵,联合中国文联民间文艺艺术中心和 25 位国宝级匠人,以“狮心领路”活化非遗传承新表达,加强了水井坊的高端白酒基因和品牌价值。超高端产品“第一坊”以稀缺性与强需求态势,进一步巩固高端定位,全方位展现了水井坊品牌的高端底蕴。在次高端产品线,大单品“臻酿八号”发展势头良好,有力承接了市场的消费变化需求,成为业务稳定发展的基本盘。公司还将继续参

与以天号陈帝黄瓶为代表的 300 元以下价格带产品,为消费者提供更多高品质的选择。

为了更好拓展市场,与经销商实现共赢,公司持续聚焦消费者培育。2024 年上半年,水井坊在业内首创的体验式消费者培育活动“白酒学坊”,已成功举办 153 场活动,遍及 38 座城市,覆盖了各行各业的精英人士,获得较好的反响和认可。同时,公司打造了一系列走进酒中美学消费者培育活动,水井坊文化美术馆与体验馆已覆盖 20 余个省份和 80 多个城市,数量在全国已超百家。

为更好聚焦高端核心消费圈层,公司持续利用 WTT 世界乒联、上海网球大师赛等重要合作平台,通过各类高端体育赛事,更加精准地连接消费者圈层,在核心城市中成功渗透上千家企业消费者。

### 前瞻布局 积累高质量发展新动能

长期主义成就了水井坊的健康稳定成长,而水井坊并未止步于此。公司持续推进和深化前瞻性布局,覆盖前沿科研、ESG 发展、产业链建设以及助力产区发展等多个维度,旨在积累长期主义高质量发展的新动能。水井坊古窖池所拥有的“一号菌群”是公司独有的微生物宝库,奠定了水井坊酒高品质基因的坚实基础。“一号菌群”的持续研发与投入,让水井坊不断取得阶段性研发成果。近期,中国

科学院微生物研究所真菌学国家重点实验室副主任白逢彦教授及其团队发布了“一号菌群”第二阶段科研成果。在此次科研成果中,一次性命名了 12 株新的菌类并全部录入美国国家生物技术信息中心(National Center for Biotechnology Information)数据库,并将其中 2 株新菌命名为“SJF-Chanxiangjun001”和“SJF-Guxi-jun01”。这种立足长远的基础性科研,为推动产品升级和创新奠定了坚实基础,也为传统产业实现新质生产力发展提供了创新范例。

水井坊作为业内率先系统性制定并发布可持续发展目标的企业,持续推进企业各项可持续发展目标落地。水井坊在可持续发展方面的进展也得到全球主流 ESG 评级机构的认可。不久前,标普全球(S&P Global)发布了《可持续发展年鉴(中国版)2024》,水井坊再次成功入选,并成为中国饮料行业中唯一荣获“行业最佳进步企业”称号的企业。

着眼于企业长期战略发展的需求,水井坊扎实布局优质产能建设与发展。目前,邛崃全产业链基地项目一期已落成并投入运营,二期项目建设也已按计划顺利动工。以邛崃全产业链基地为抓手,水井坊将进一步发挥白酒成都产区龙头企业的作用,促进产区上下游产业链共同发展。

作为植根白酒成都产区的名酒品牌,水井坊积极推动白酒成都产区高质量发展,助力川酒品牌影响力的不断提升。在今年 3 月的春季糖酒会期间,水井坊联合政府、协会、研究机构以及白酒成都产区代表性企业,再次成功举办了“白酒成都产区高质量发展大会”。会上,水井坊联合行业协会与专业机构,共同发布了《白酒成都产区浓香型白酒名优老窖池团体标准使用管理指引》,为成都产区高质量发展提供了重要的政策和规范性支撑;发布成都首条酒旅融合路线,展现产区深厚历史文化和特色酒旅点位,助力酒旅价值转化;此外,水井坊还独家荣获由四川中国白酒三角酒业协会颁发的“四川白酒(成都产区)古窖池保护领军企业”的荣誉。

胡庭洲先生表示:“行业的竞争将更加激烈,但名优酒企所拥有深厚的历史文化积累和品牌优势,将会是助力企业跨越经济与行业周期的动力。酿酒是与时间为友,与坚守同行的长期价值建设。我们致力于让公司的每一步发展都走得坚实有力,为社会创造更为丰富的价值,助力书写中国白酒高质量发展的新篇章。”

## 共话共商新思路 推动行业新发展 2024 中国酒业协会名酒收藏专业委员会常务理事会召开

日前,2024 中国酒业协会名酒收藏专业委员会常务理事会(扩大)会议在山西太原顺利召开。中国酒业协会党支部书记、执行理事长王琦,汾酒集团党委委员、副总经理刘卫华,贵州茅台集团党委委员、副总经理万波,汾酒股份有限公司董事长杜强,汾酒销售有限公司党委书记、执行董事、总经理王永踊,泸州老窖销售有限公司副总经理李光杰,舍得酒业股份有限公司副总裁、营销公司总经理王维龙,汾酒股份有限公司总工程师、食品安全总监韩英,四川五粮液酒供应链管理有限公司董事长杜强,汾酒销售有限公司副总经理、汾酒创意定制公司总经理李昊旻,洋河股份定制营销事业部总经理助理张成稳等酒企主要负责人以及酒类收藏专家等出席本次会议,会议由中国酒业协会名酒收藏专业委员会秘书长刘海波主持。

王琦执行理事长以“共话共商新思路 推动行业新发展”为题进行了致辞发言,他表



示:在中国悠久的历史文化中,酒是中华民族传统文化的重要组成部分,承载着深厚的历史与文化价值。当下,陈年酒行业市场规模已经达到上千亿,未来有望突破 1500 亿。陈年酒赛道已经成为广大酒类生产企业、终端门店和渠道经销商重点布局的业务。陈年酒赛道在引导更多消费者品味和鉴赏老酒的独特品质和文化的同时,也在这一轮产业上升周期中发挥了不可或缺的积极作用。

刘卫华副总经理在致辞中表示:陈年酒

是将酿制好的酒进行恰当储存,让其在时间的沉淀中逐渐成熟,最终达到一种完美的状态,这不仅仅是一个简单的物理过程,更是一个追求完美的艺术过程,它需要酿酒师对酿酒环境的精准把控,以及对酒的深刻理解。同时,陈年酒更是对更香更醇的完美追求,是历史、文化和情感的交融,收藏陈年酒就是在记录和传承这份文化的历史精髓。

刘海波秘书长从 5 个方面对中国酒业协会名酒收藏专业委员会的工作进行了汇报,5 方面分别是 2023 年及 2024 年上半年工作总结,2024 年下半年工作计划,分析陈年酒行业目前面临的挑战以及陈年酒未来发展方向,2025 年中国酒业协会换届相关事项,关于名酒收藏专业委员会常务理事会(扩大)会议、年会每年召开一次的决定以及会员应尽义务和所属权益。

刘海波秘书长表示:2024 年下半年,名酒收藏专业委员会将从 4 个方向做好工作部

署,它们分别是:鉴定工作,开展“家有老酒”活动,做好名酒鉴定、市场化鉴定工作,继续推动陈年酒文化知识普及;行业指导工作,以陈年酒行业健康规范发展为目标,推动相关标准的制定;人才培养工作,主要是中国陈年白酒鉴定师的培训,并以此展开陈年酒知识的普及;引领价值回归工作,举办“时间的味道”高端品鉴会等,增加消费者对陈年酒价值的直观认识,促进陈年酒市场的交易流通。

今年是中国酒业协会名酒收藏专业委员会成立 10 周年。10 年来,在中国酒业协会的指导和倡导下,中国名酒收藏市场得到了快速蓬勃发展,名酒收藏概念深入人心。众多名优酒企作为中国酒业协会成员单位,见证了中国陈年酒市场的沧桑巨变。

未来,中国酒业协会将继续引领行业规范名酒收藏市场,提升名酒收藏市场影响力,加强会员间的沟通与合作,共同探索名酒收藏领域的创新发展路径。(酒讯)

## 世界名酒 共享荣耀 上海酒博会让您读懂“何以名酒”

2024 年是世界名酒相互融合、相互促进、共同发展的关键之年。这一年以茅台、五粮液、泸州老窖、洋河、汾酒等为引领的中国名酒走向世界,展现中国名酒的品牌力量,引领国际名酒走向健康发展的美酒时代。

随着全球经济一体化进程的加速,国际名酒作为文化交流的使者,其市场潜力和发展空间日益凸显。为了加强国际名酒产业之间的交流与合作,提升中国名酒在国际市场上的知名度和影响力,为国际、国内名酒的发展开拓更加广阔的消费市场,中国酒业协会定于 2024 年 10 月 10 日在上海国家会展中心主会场举办“何以名酒”主题论坛。



本次论坛的目的在于搭建一个国际名酒产业交流与合作的平台,汇聚全球名酒企业、政府领导、行业专家等各方力量,共同探讨国

际国内的名酒合作机会,促进名酒产业的创新与发展。

据了解,本次论坛无论是从规模上,品质上,还是主题上都将胜于往届。从目前了解到的情况看,参加本次论坛的有行业领导、政府代表、大学教授、外国使节、经销商代表等等,尤其是各酒种头部企业的主要领导悉数参加论坛。

论坛将紧紧围绕“何以名酒”这个主题展开,重点探讨名酒的历史与传承、名酒的品质与口感、名酒的市场与品牌、名酒的未来与创新。同时还将针对目前酿酒产业发展中的问题,探讨中国名酒如何融入国际市场、走向世

界,引领世界名酒协同发展。

从论坛的形式来看,有灵动致辞、主旨演讲、巅峰对话等等,尤其是巅峰对话环节,来自四面八方、各行各业的专家、学者,针对“何以名酒”的主题,各抒己见,深度剖析,将为酿酒产业带来清晰的见解和解决问题的方式及方法,非常值得聆听和参与。

届时,论坛组织者还将播放历届“世界名酒·共享荣耀”世界名酒价值论坛精彩瞬间,设计制作展板或电子显示屏,展示或循环播放历届“世界名酒·共享荣耀”世界名酒价值论坛回顾图片等等,让你在轻松愉快的环境中,享受到论坛盛宴。(新文)