

市场写真 | Shichang Xiezen

企业动态 | Qiye Dongtai

兴安岭酒业饮料项目在扎兰屯市投产

5月19日上午,内蒙古扎兰屯市卧牛河镇味霖饮品公司酿造车间里一片忙碌的景象,一箱箱包装精美的老树根沙果汁从灌装车间打包下线入库,这标志着兴安岭酒业集团总投资5000万元饮品项目正式竣工投产。

据了解,总投资5000万元、年产5000吨饮料、100吨沙果干项目选址在扎兰屯市卧牛河镇红旗村,占地16万平方米,主要以当地盛产的沙果为原材料,生产系列饮品及食品。一期工程投资1500万元,建设果品饮料、沙果干生产线。此项目全部建成后,年产值达到2.5亿元,实现利税3250万元。兴安岭酒业集团是国内首家利用天然野生浆果酿制酒类的企业,其生产的果酒、啤酒、白酒、饮料四大领域30多个品种畅销20多个省、市、自治区,果酒产品出口俄罗斯、日本、韩国等国。

(呼伦贝尔日报)

南阳市酒业协会一届六次理事会召开

5月17日,河南省南阳市酒业协会一届六次理事会在西峡召开。会议听取讨论了南阳市酒协秘书长李文卿所作的市酒协2010年工作报

告,南阳市酒协会会长、赊店老酒公司董事长单森林作了重要讲话,传达了河南省酒协有关文件,讨论研究了关于参加中部糖酒会、诚信经营示范单位申报和复核等事宜。单森林会长在讲话中充分肯定了2010年南阳市酒协在团结、联系、协调各成员单位中发挥的作用以及为促进行业发展所取得的成

绩。

(张军 徐德权 杨硕正)

望中酒业酒庄在焉耆县开工奠基

5月18日上午,新疆望中酒业在焉耆县华萄园酿酒葡萄基地举行酒庄奠基仪式。

仪式结束后,相关领导参观了焉耆县东西戈壁葡萄基地,重点考察了望中酒业、乡都酒业和县葡萄科技园。

新疆望中酒业公司于2010年3月成立,在焉耆县西戈壁垦区拥有自营葡萄园2000亩,2010年已完成种植1000亩,2011年完成定植500亩,规划葡萄品种12个,主要有赤霞珠、西拉和美乐等红色品种,还有少量霞多丽和马瑟兰。酒庄拟设计葡萄酒产能500吨,酒窖面积约3000平方米,酒窖存量设计为1000吨。公司经营理念是为注重生活品质与高尚生活方式的消费人群提供质量上乘、凝聚高尚文化内涵的高品质酒庄酒,满足消费者要求。

(唐 久)

呼和浩特制酒厂荣膺中华老字号

近日,呼和浩特制酒厂荣获中华老字号表彰大会在内蒙古饭店隆重举行。曾经在企业工作的老领导、老职工,呼和浩特制酒厂的经销商代表和各车间、科室职工以及控股公司内蒙古仕奇集团和成吉思汗酒业集团领导共计300多人参加了大会。

大会隆重表彰了60多年来为酒厂发展做出贡献的模范创业者和优秀经销商。成吉思汗酒业集团总经理杨晓在会上作了主题讲话,总结回顾了酒厂60多年来的发展历程,提出了“围绕中华老字号品牌经营布局,全力实施推进二次创业”的战略思路。据悉,呼和浩特制酒厂前不久正式被国家商务部认定为中华老字号,填补了呼和浩特食品行业没有中华老字号的空白。

(苏日娜)

策划词

业内人士预测,随着啤酒消费旺季的来临,今年河南本土二三线豫啤企业要么被“招安”,要么就死掉。那么,在这场群雄逐鹿的混战中,最终是谁一统天下,还是继续群雄争霸局面尚难预料,不过今夏河南啤酒市场的竞争将更加惨烈却是不争的事实,豫啤市场已由外地品牌的“处女地”变成了外来啤酒巨头纷纷攻城略地的战场。

河南啤市 竞争白热化堪比炎夏

□ 本组稿件采写 王振芳

从2010年开始,河南啤酒市场的格局发生了剧烈变化。华润雪花、燕京啤酒、百威英博等外来啤酒巨头纷纷进入河南,河南由当初没有一家外地啤酒品牌的“处女地”变成外来啤酒巨头攻城略地的主战场。

据华夏酒报报道,河南啤酒市场将由诸侯混战转变为金星啤酒与雪花啤酒、青岛啤酒、燕京啤酒、百威英博群雄争霸。因此,有业内人士预测,本土二三线豫啤企业要么被“招安”,要么就死掉。那么,在这场群雄逐鹿的混战中,最终是谁一统天下,还是会继续群雄争霸?毫无疑问,在2011年炎热的夏季到来之际,河南啤酒市场的竞争将更加惨烈。

A. 机遇 “最后的奶酪”

外来啤酒巨头正以一系列收购和建厂的举动,颠覆着河南啤酒业的格局。

2011年3月7日,百威英博出价6亿元收购河南第二大品牌维雪啤酒后,3月19日,总投资达27亿元的百威英博(新乡)啤酒生产基地奠基仪式在河南卫辉市唐庄镇工业园区内举行。而就在今年年初,华润雪花全资收购了河南第二大啤酒企业奥克啤酒。之前,华润雪花还收购了驻马店悦泉啤酒,并在河南投建了第一个项目——驻马店年产20万千升啤酒项目开工。并有消息称,华润雪花正在与河南蓝牌啤酒集团洽谈并购。此外,2010年,燕京啤酒收购了月山啤酒。

综观河南的周边省市,已基本上被四大啤酒巨头整合完毕,“华润雪花把安徽和山西的啤酒企业都收购了,陕西则是青岛啤酒的地盘,湖北的啤酒市场让华润雪花和百威整合了。所以,外来啤酒巨头进入河南是迟早的事。”河南省酒业协会会长熊玉亮说。

战略布局上,雪花啤酒、青岛啤酒已经对河南形成了包围之势,只要在河南建厂或收购,就可以实现版图的连接。燕京啤酒、百威英博也进入河南,河南的啤酒市场格局由原来的本土品牌混战向着群雄争霸的方向发展。

B. 现状 群雄争霸

本报讯 近日,由新疆酿酒工业协会、新疆轻工行办特有职业技能鉴定站举办的国家职业资格《酿酒师》、《酿酒工》培训班,在新疆第一窖古城酒业有限公司学习俱乐部(以下简称“古城酒业”)正式启动。4月中旬,新疆酿酒工业协会、轻工行业特有职业技能鉴定站委托

古城酒业开展白酒《酿酒师》、《酿酒工》国家职业资格培训。为保证此次鉴定工作的顺利开展,古城酒业内部讲师、国家级白酒评委、高级酿酒技师、评酒员培训师陈萍按照国家《酿酒师》、《酿酒工》职业技能要求组织该公司申报的46名《酿酒工》和12名《酿酒师》每天下午集中两小时理

论知识学习。本次《酿酒工》、《酿酒师》职业培训是新疆酿酒行业首次在企业举办,也是进一步提升酿酒行业技术人员及生产管理人员素质的重大突破。

近年来,古城酒业始终坚持以创建学习型型企业为突破口,坚持“以人为本”的治企思想,坚持“汇聚英才,发挥潜能,用人成事,结果第一”的理念;树立人力资源是企业的第一资本,重视各类人员的招聘选拔和培训。目前,该公司专业技能人员66人,占总人数的17%。其中,国家高级评酒师2名,白酒专家1名,国家级白酒评委2名,省级评酒师4名,高级技师9名,技师5名。

(王桃花 陈萍)



华润雪花大手笔抢滩中原市场。

C. 抗争 金星“突围”

“河南排名前四位的啤酒企业,已经有三个被外来的啤酒巨头收购。”熊玉亮惋惜地表示,本土品牌中大的啤酒企业只剩下金星啤酒。

在目前河南啤酒市场的份额中,有15%—20%的份额被青岛啤酒、燕京啤酒、哈尔滨啤酒、华润雪花占有,其他将近20家河南地产品牌占据40%左右,金星啤酒基本可以占据40%的份额。从目前的格局来看,金星啤酒仍占据绝对优势。

然而,啤酒行业属于规模经济,啤酒的竞争核心是“品牌+资本”,而综观外来的啤酒巨头们,华润雪花是华润创业集团和英国一南非的SAB—Miller集团合资组建的,两者分别占51%和49%的股份,拥有雄厚的资本实力;青岛啤酒属于国有控股企业;百威英博作为外资企业亦拥有资本支撑。

金星啤酒目前正处于改制阶段,其改制的目的也是为了引进资本,金星啤酒董事长张铁山表示,金星靠滚动式自我积累实现品牌成长的同时也在不断尝试、寻找与资本对接的机会。金星也与国际啤酒巨头保持着联系,与外部合作的大门始终敞开着。

“资本是金星竞争的一个软肋。”一位业内人士表示。 “这些地方啤酒品牌也在外来啤酒巨头的考虑整合范围,只不过他们会根据自己的战略布局来选择整合的对象,同时,河南本土的地方啤酒

品牌也在寻求整合。”熊玉亮说。对此,开封亚太啤酒有限公司总经理李跃军表示,一旦有好的机会,他们不排除和国内外啤酒巨头合作的可能性。

“以后的河南啤酒市场竞争将更加激烈,而且大品牌将越来越强势,中小企业的空间将越来越小。”熊玉亮说。

突围似乎已经变得很难。随着圈子运动的持续进行,啤酒行业的集中度得到进一步提高,区域优势品牌会逐渐减少,强强联合必将成为未来整合的新方向。同时,外来啤酒巨头一旦在本地设厂,其渗透能力必然大大增强,河南的低端啤酒很可能会逐渐衰弱,慢慢销声匿迹。

D. 前景 谁主沉浮

综观中国啤酒行业的大趋势,整合大戏已渐入尾声,优秀的二线品牌资源已经所剩无几,当市场版图逐渐划分出明晰的范围,“江山”在手的啤酒巨头们将如何分割有限的资源?从种种迹象中,我们可以清楚地看到几个“个性十足”的啤酒巨头:“大手笔攻城略地”的华润雪花、“虎视眈眈”的青岛啤酒、“举兵急攻”的燕京啤酒、“有实力才有魅力”的百威英博,以及河南市场的老大——金星啤酒。那么,河南市场,最终会“鹿死谁手”,谁主沉浮?

曾有人分析,啤酒业一直遵循两种生存之道,其一是“美国模式”,即

有限的几个品牌占据全国绝大部分市场;其二是“德国模式”,即众多中小品牌分而治之。而包括河南在内的中国啤酒行业将自创一条适合自己发展的特色模式——品牌不集中但产能高度集中。

在全国市场上,中国啤酒行业也进入了以华润雪花、青岛啤酒、燕京啤酒、百威英博四大巨头为主导的垄断竞争阶段。四大啤酒巨头从2002年前后开始在国内啤酒市场大量跑马圈地,通过收购、兼并、参股及自建生产厂等各种方式,形成了布局全国且互相交错的市场覆盖网络。据相关数据统计,目前四大啤酒巨头的国内销量已占到了中国啤酒市场总容量的50%以上。四大巨头之后,则是以金星、珠江、重啤为代表的第二集团军。

河南啤酒市场的发展趋势已经日渐明朗,各巨头跑马圈地成为行业主流。

【背景材料】

豫啤市场 外地品牌曾经的“处女地”

豫啤市场由当初没有一家外地品牌的“处女地”变成了外来啤酒巨头纷纷攻城略地的战场。河南是啤酒产销大省,河南啤酒产销规模2007年已经位居全国第二,仅次于山东,2008年河南啤酒产销量达到330万千升。然而,啤酒消费量如此大的一个省份,当时啤酒巨头们却迟迟没有进入,原因有三:

第一,河南啤酒品牌众多,竞争激烈,低价产品盛行,厂家普遍盈利能力偏低,对啤酒巨头们的吸引力太低;第二,由于金星在河南省的强势地位(省内市场份额第一,在全国排名第四),啤酒巨头们不愿轻易与金星发生正面冲突;第三,某些啤酒巨头想通过收购金星掌控河南啤酒市场,但由于金星的体制及产权问题而导致收购不成功。

河南本土大中型企业中只有金星硕果仅存。

据悉,7月初中国酿酒工业协会、新疆酿酒工业协会将组织酿酒方面的专家、教授抵达古城,届时,将在古城酒业为来自全疆酒行业的100多名业务精英、生产技术骨干进行一周面对面的理论实践辅导培训和考核工作。

(王桃花 陈萍)

(王桃花 陈萍)

(王桃花 陈萍)

(王桃花 陈萍)

(王桃花 陈萍)

(王桃花 陈萍)

(王桃花 陈萍)

(王桃花 陈萍)

(王桃花 陈萍)

(王桃花 陈萍)

(王桃花 陈萍)

(王桃花 陈萍)

(王桃花 陈萍)

(王桃花 陈萍)

(王桃花 陈萍)

(王桃花 陈萍)

(王桃花 陈萍)

(王桃花 陈萍)

(王桃花 陈萍)

(王桃花 陈萍)

证白酒产品的质量和安全。建立从农田到餐桌的全过程可追溯体系,逐步推进产品条码识别技术,让消费者明明白白地消费,安安全全地健康饮酒。2010年,国窖1573酒获得“有机产品”认证,开创了白酒行业的有机时代。

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)

(泸州老窖)