

糖酒时评

Tangjiu Shipin

地方名酒要有危机感

□ 崔兆全

中国白酒进入发展又一黄金期，四川地方名酒面临十分难得的发展机遇。

据专家预计，未来3—5年中国白酒行业将持续向好，同时产业政策及经济走势短时间内不会发生较大的变化，这为地方名酒的发展创造了有利时机。而“中国白酒金三角”等一系列促进白酒产业发展的支持将陆续出台，为四川省地方名酒发展创造了难得的历史机遇。与此同时，中国白酒一线品牌的持续涨价，为地方名酒的发展让出了市场空间和份额。

在看到机遇的同时，我们也必须清醒看到，四川省地方名酒企业发展仍然面临挑战。一方面，国家发展改革委新近发布新修订的《产业结构调整指导目录》，于6月1日施行，白酒生产线、酒精生产线等被列入限制类目录，自1999年以来实行的生产许可证制度，也一直在控制白酒小企业、小酒坊盲目发展，中国白酒企业数量从10年前的3万多家减少到目前的1.8万余家。另一方面，全省绝大部分酒类企业规模小，实力弱，抵御市场风险能力不强，而国内其他省、市、区白酒业呈现高速发展态势，对四川省白酒的全国领先地位形成挑战：“茅台”及黔酒势力日渐强大；黄淮板块崛起；浓香型白酒风格分流；区域品牌对全国市场分割与垄断；各地自产原酒能力恢复……

当前和今后一个时期，推进四川省地方名酒板块实现新跨越，必须强化加快发展、品牌建设、营销定位等意识。要强化加快发展意识。我们对待机遇的态度不同，最后的命运就会有大的悬殊。一部分地方名酒企业将会迅速做大做强，甚至对名酒企业形成挑战；一部分则会逐渐落后，被其他企业兼并淘汰。

（作者系四川省食品工业协会会长 四川省酿酒协会会长）

打造强势品牌 抓好五大工程 豫丰酒业举行发展战略报告会



□ 本报记者 李代广

6月9日，河南省豫丰酒业有限责任公司在安阳市举行了彰德府品牌、瓦岗寨品牌发展战略报告会。中国酿酒工业协会、国际名酒联合会专家委员会主任、中国白酒泰斗于桥先生、河南省人民政府食品工业办公室主任、河南省食品工业协会会长陈振杰，河南省酒业协会副会长、秘书长蒋辉，中共滑县县委书记部军涛等专家、领导和来自省内外的200多名经销商参加了报告会。

豫丰酒业董事长李明月在报告会上强调：“十二五”期间，瓦岗寨酒业将在品牌打造上下功夫，以产品为龙头，以市场为抓手，努力将瓦岗寨酒打造成为安阳市的一张文化名片。公司总经理范冠超在作主题报告时说，瓦岗寨酒业将老老实实为消费者创造物质价值和精神文化价值，具体要抓好五大工程：一是质量工程，瓦岗寨酒业每年将投入上千万元用于基础设施建设；二是品牌和产品工程，以产品为切入点，深耕细作家门口市场，力争在安阳及滑县市场占领60%以上的中高端酒类市场；三是人才工程，面向全国公开招聘高级管理人才、营销人才、技术人才和企业文化传播人才；四是企业文化工程，瓦岗寨品牌历史悠久，文化内涵丰厚，个性特色典型；五是服务工程，要采取多轮驱动措施，在售前、售中和售后等环节，优化服务资源，提高服务水平。

于桥、陈振杰、蒋辉等专家对豫丰酒业的快速发展和优秀品质给予了高度评价。

品牌市场

Pinpai Shichang

眼下，全国白酒“江山”一片红。

在主产地四川，“六朵金花”迎风怒放保持高速增长。但与此其形成巨大反差的是，川酒第二阵营的37户地方名酒主营业务收入十年来不升反降。“二名酒”怎么了，它是就此沉沦，还是重振旗鼓？颇值得酒业人士细细思量。

四川“二名酒”销量十年来首度下滑为哪般

□ 周 伟

5月31日，2011年四川省地方名酒高峰会在广汉召开。据四川日报报道，一组数据的公布令参会地方名酒企业代表如坐针毡：1-3月，全省37户地方名酒实现主营业务收入31.48亿元，为去年同期98.18%。川酒第二阵营10年来的发展增速首次回落，到底为什么？

产能过剩初露端倪

“只跟一两家单位签订全年合同，年底都能交出个不错的年报。”白酒职业经理人刘峰透露，10年来白酒业的高速发展及对原酒的巨大需求令以产原酒为主的地方名酒日子相当好过。

需求牵引资本流向，于是众多地方名酒厂竞相扩大产能。高洲酒业5万吨生产线已于日前部分投产，红楼梦酒业、华夏酒业正在兴建年产2万吨以上生产线，小角楼、江口醇规划扩能兴建工业园区……

“洋河”、“双沟”同被认定为中华老字号

苏酒集团成为同时拥有两个中华老字号的少数企业之一

本报讯 洋河、双沟、雷允上、小苏州……5月26日，江苏获得商务部认定的第二批61家“中华老字号”企业，在南京由江苏省商务厅授牌，并举行了创新发展座谈会。江苏洋河酒厂股份有限公司(苏酒集团)麾下的“洋河”、“双沟”同被认定为“中华老字号”企业，充分说明了两企业悠久深厚的历史文化底蕴和传承不断的精湛酿酒工艺，洋河股份(苏酒集团)也成为全国为数不多的拥有两个中华老字号的企业之一。和企业获得“中国驰名商标”一样，获得“中华老字号”称号对于进一步提升企业形象、品牌形象具有重要意义。而在此



次被认定的江苏61家中华老字号中，洋河是历史最悠久的企业之一。



中，洋河是历史最悠久的企业之一。

以人为本，保护人民健康

——白酒业构建公信力遵循的三大原则(一)

□ 稻花香酒业股份有限公司营销公司总经理 王心高

中国古代哲学家老子说过：“天覆地载，万物悉备，莫贵于人”。人是白酒的消费者，是白酒的上帝，是判断白酒好与坏的主宰，更是白酒发展的根本。所以白酒业要构建公信力必须以人为本。现代人常说：“神马都是浮云，健康平安最给力”。人类祝福的核心词汇“健康”、“富裕”与“幸福”必定是以“健康”排列在第一位的。所以要构建白酒公信力，首先要满足一个前提条件——白酒有益于人的健康。

窃以为，我们要让白酒有益于人的健康，必须做好以下两点。

倡导科学饮酒

现在许多白酒经销商为了多销白酒把饮用白酒的好处说得天花乱坠，但是醉酒和酒精中毒的事件时有发生，产生了一些白酒负面影响，有的人甚至断言：“白酒是危害人的产品，白酒业必定成为边缘化产业！”

人们为什么有这种看法？实际上是对白酒的不了解。白酒不同于黄酒、啤酒和果酒，除了含有极少量的钠、铜、锌，几乎不含维生素和钙、磷、铁等，所含有的仅是水和乙醇(酒精)。可以说白酒有活血通脉、助药力、增进食欲、消除疲劳，陶冶情操，使人轻快并有御寒提神的功能。《黄帝内经》说：“酒类，用以治病”。《汉书》载：“酒，百药之长”。人饮用少量低度白酒可以



记者调查发现，这37户地方名酒掌门人大多是“酿酒师”出身，长年埋头于白酒生产与研发，对品牌突围并不擅长。同时，四川省37户地方名酒中80%主要依靠销售原酒，品牌营销仅是补充。

与此同时，在企业结构上，以国有酒厂和家族式企业为主，股权结构单一，缺乏足够的活力与干劲。对走

品牌化道路往往知难而退，任其自然发展。

“迄今为止，这37户地方名酒没有一个品牌真正跨入全国品牌阵营，除丰谷未来可能跻身全国品牌外，短时间内其他地方名酒做到全国化的可能性甚小。”刘峰认为，内有“六朵金花”，外有省外名酒遍地开花强势崛起，大多数缺乏实力与进取心、不

谙市场谋略的地方名酒企业，短时间内将很难摆脱弱势。

路径选择时不我待

日前，江口醇招徕战略合作伙伴仍在持续，这是继去年江口醇股权转让后第二次招商。之所以急切寻求“外嫁”，源自企业现金流的吃紧。记者从相关渠道获悉，其每年除去成本及各项开支，剩余理论利润几千万，且常存在合作方欠款现象，令企业负担沉重。

事实上，靠卖原酒及低档产品为主的生存方式，地方名酒利润低、资金短缺的现象普遍存在。因此有不少地方名酒都倾向于谋求实力强劲的战略合作。“如果靠卖原酒行不通，那么一半以上地方名酒将难以为继，更别说一个季度能保持目前30多亿元的销量。”刘峰认为，在白酒产能过剩，大多企业“会产不会销”双重压力下，地方名酒板块必将面临两极分化，从而催生新的发展方式与途径。

洋河大曲在唐代就已享有盛名，尚可考证的历史已有400多年。

据介绍，国家商务部自2006年开始在全国实施“振兴老字号工程”，到目前为止共认定了1129家“中华老字号”。江苏省共有96家企业入选，除了第一批35家外，第二批授牌的有61家。目前江苏这近百家中华老字号企业，苏州有30家之多，南京其次，有20家，无锡和扬州均有9家。从行业来看，食品最多，达42家，有大家熟悉的洋河、双沟等白酒，也有小苏州食品、太仓肉松、扬州绿杨春茶叶等其他食品老字号企业。（洋 宣）