

“2011 年中国肉业博览会”在北京展览馆开幕 中央电视台等媒体走进双汇展厅

□ 本报记者 李代广

11 月 10 日上午,“2011 年中国肉业博览会”在北京展览馆正式开幕,作为中国肉类龙头企业,河南省漯河市双汇实业集团有限责任公司(以下简称双汇集团)是本次展会的最大的参展商和赞助商。

双汇集团此次参展,吸引了中央电视台、北京电视台、京华时报、搜狐网、腾讯网、华夏时报、北京晨报、证券市场周刊等多家媒体走进双汇展厅进行采访。

双汇集团副总经理刘金涛向媒体重点介绍了双汇集团食品安全保障的重要举措,他告诉记者,近年来,双汇集团不断加大科技投入,生产设备不但全国领先,在世界上也不落后于任何国家。双汇对产品施行批批检验,层层把关,还引进了第三方检测机构——中国检验认证集团,它是北京奥运会、上海世博会唯一的商品检测机构。双汇是一个面向全球、争做百年的大型肉类企业集团,“产品质量无小事,食品安全大如天”,双汇人时时刻刻把食品品质放在第一位。



图为双汇集团副总经理刘金涛(中)接受媒体记者采访。

剑南春原酒生产能力恢复到震前水平

11 月 16 日,记者从德阳市国税局获悉,在“5·12”汶川特大地震中遭受毁灭性破坏的剑南春集团今年 1-10 月共向国税部门申报入库税款 57278 万元,同比增长 195%,比震前 2007 年全年 56088 万元还多 1190 万元。同时,企业原酒生产能力也已恢复到震前水平。

据介绍,剑南春税收快速增长原因一方面得益于企业产品结构调整,高端酒销量由震前的 70.18%,提升到今年的 91.07%;另一方面,近两年高端白酒价格提升较大,共调整价格 5 次,累计增加收入近 8 亿元,增加税收 1.76 亿元;同时,企业不断开发新产品适应市场需求,新产品实现销售收入达 3 亿元,累计增加税收近 0.66 亿元。

据悉,剑南春震前成品产能为 8 万吨,到目前为止恢复到 5 万吨,仅恢复 2/3,影响产能的最大因素为灌装能力尚未恢复,震前有 25 条线,目前仅恢复到 15 条线。

浏阳河酒业引入 10 亿元战略投资

11 月 16 日,浏阳河酒业战略投资重大项目签约仪式在长沙举行,浏阳河酒业成功引入湖南高新创投集团等 10 家投资机构共 10 亿元人民币战略投资。

记者从签约仪式上了解到,本项目拟设立浏阳河酒有限责任公司,并以此为平台重组浏阳河酒业资产,通过增资扩股方式引进战略合作伙伴或风险资本。此次签约引入的 10 亿元人民币战略投资,将用于新产品研发、生产基地名酒城建设和营销网络建设等重大项目。

此次签约的省外投资机构,包括上海景林资产、上海费伦资本、上海宝丰等一流的国际股权投资机构。湖南省人大常委会副主任陈叔红对成功签约表示热烈祝贺。他说,浏阳河酒一直走自主产销之路,此次战略投资签约合作标志着浏阳河酒业资本运作的成功开端,也给湘酒产业升级带来了巨大契机,希望签约各方共谋发展、合作共赢。

策划词

□ 本组稿件采写 闵云霄

有数据显示,2010 年,贵州省规模以上白酒工业实现总产值 220 亿元,利税 1308 亿元,虽然贵州白酒利税率居全国第一位,但其总量,已被“邻居”四川甩在身后。2010 年前 10 月,四川白酒企业主营业务收入达 84513 亿元,“2011 年全年四川白酒销售额破千亿元无悬念”,四川如此宣称。

“贵州名片”沉浮

据中国企业报报道,上世纪 80 年代贵州白酒产业迎来了一次鼎盛时期,除国酒茅台、董酒等知名品牌外,还培育了“鸭溪、湄窖、匀酒”等贵州八大名酒。国家级品酒师梁明锋说,贵州的老“八大名酒”曾风靡一时,各有千秋,在贵州酒业发展史上,不但占有重要地位,同时也为贵州酒业的发展提供了很多范本。“八大名酒”尽管沉浮不定,但无疑是贵州的宝贵财富。

据资料显示,自上个世纪 90 年代以来,贵州酒就始终处在“低迷”中“沉思”,截至今日,这些“黔酒老牌劲旅”,已经从顶峰时期的 48 家“名酒庄”到现在的只有几家酒厂的踪影,目前,唯一能有力量改变贵州酒在整个中国白酒市场竞争中地位的唯有“贵州茅台”,如今许多都风光不再。

贵州省酿酒协会副秘书长黄平介绍说,“贵州八大名酒”之一的安酒是该省最早破产的企业,“如今在市场已难觅踪影,其生产车间部分被另一家酒厂租赁生产。”

贵州省经济和信息化委员会党组成员,原贵州省中小企业局局长龙超亚认为,贵州白酒正处在一个飞速发展期,但贵州白酒业发展仍面临产量小、产能不足,产品同质化趋向较为严重,可持续发展资金短缺等尴尬。

压力与对决

根据官方数据,2010 年,贵州省白酒产业实现总产值 203 亿元,居全国第三位;利税 1308 亿元,利税率居全国第一位;增加值 152 亿元,占全

“黔酒”,因为酿造技术和甘醇韵味并且拥有中国白酒第一品牌“国酒茅台”,而被业界、学界尊称为“酒中贵族”,白酒产业已成为贵州省重要的支柱产业和特色优势产业。 但非常尴尬的是,如今,黔酒在全国白酒市场上所占份额偏少。好在这个“酒中贵族”已发现了自己的短板并正付诸行动:加大技术创新力度,以消费者口味为核心进行研发生产,给消费者一个买单的理由。

黔酒 重塑“酒中贵族”不败金身



省规模以上工业增加值的 124%。白酒产业成为该省仅次于煤炭和电力行业的重要支柱产业和特色优势产业。

2009 年全国白酒行业分地区经济指标排位数据显示,贵州白酒工业总产值、销售产值排名仅次于四川省、山东省,均排名第三,主要经济指标在全国同行业表现良好,特别是利税率高居全国白酒行业首位。与“邻居”四川相比,差距一目了然。在今年夏天举行的“四川省酿酒协会第三次全省会员代表大会”上,原四川省食品工业协会会长范中成称,今年全年四川白酒销售额破千亿元无悬念。

四川食品工业协会党组书记、会长崔兆全称,按照 2004 年—2009 年

四川白酒业年均增长率保守测算,预计 2015 年四川白酒制造业销售收入有望突破 2500 亿元,将再造一个白酒千亿元产业。“四川即将出台推进川酒发展的具体政策措施。”知情人士告诉记者,这些措施涉及行业财税、经营环境、市场推广等诸多方面。

茅台强大的竞争对手甚至喊出“国酒不能搞终身制”的口号,并且多次灾难。这样的背景下,贵州决定一

搏。据《中国企业报》记者了解到,“十一五”以来,贵州先后制定了《关于促进贵州白酒产业又好又快发展的指导意见》、《贵州省白酒产业振兴计划》等促进白酒产业发展的一系列政策文件和指导意见,颁布了《酱香型白酒》、《贵州米酒》等一系列地方标准。

今年 8 月中旬,贵州举办的国际酒类博览会上,世界名酒厂商云集,参展企业多达 1850 余家,参展人员和采购商超过万余人,会上贵州省内的酒类企业共签订酒类贸易合同 1670 个,贸易总额达 4397 亿元,安徽省省长王三运、陕西省省长赵正永带队本地上百家酒业企业前往合作

交流。按照福建省省长苏树林的说法,要和贵州互通有无、优势互补,共谋发展。

“2010 年,中国白酒市场开始复苏。”有专家称,随着中国白酒产业的燃点与拐点出现,川酒、苏酒、晋酒和黔酒群雄并起,各领风骚。其间,黔酒在国酒茅台的引领下,习酒、董酒、青酒、珍酒、国台酒、林城老酒等等一批新老品牌出现了百花齐放的态势,开始强势冲击国内市场。

振兴贵酒重在行动

“中国是酒类消费大国,而贵州是国酒茅台之乡,好山好水出好酒,贵州名酒众多,在市场上很有实力。”中国食品土畜进出口商会副会长杨胜军指出,贵州位于长三角地区,有明显的地理区位优势,这几年贵州经济发展的增速也较快,引起了各方关注。

一种观点是:“该省实施工业强省战略,白酒产业的发展是必须要加大加强加快的,换句话说,贵州省当前的发展阶段,白酒产业的社会贡献度最容易显现。”

振兴贵州白酒的初衷,是 2011 年 6 月 30 日召开的全省白酒产业发展大会。会上,贵州省委、省政府确定白酒产业的发展目标:到 2015 年,全省白酒产量确保 80 万千升、力争

100 万千升,占全国白酒市场份额的 10%左右,白酒工业总产值确保 1300 亿元,力争 1500 亿元;培育一批名优品牌,新增 6 至 10 个中国驰名商标和一批著名商标。到 2020 年,占全国白酒市场的份额争取达到 20%。由此,贵州白酒的“液体黄金”价值正越来越凸显。

记者了解到,贵州重点打造黔北地区、黔中地区、黔南地区 3 个“贵州白酒”品牌基地,优化产业发展布局,精选部分白酒企业纳入“贵州白酒”品牌基地第一批名单,精心培育一批全国和区域性畅销的高档品牌。其具体的思路是:黔北地区,以遵义市沿赤水河一带、湄潭及董公寺两地的白酒重点骨干企业,打造以酱香型优质白酒为主的“贵州白酒”品牌基地;黔中地区力争较短时间内实现恢复和振兴,以贵阳、安顺为主,将贵州安酒有限公司和贵州贵酒有限责任公司打造以浓香型、兼香型为主导的“贵州白酒”品牌基地;黔南地区以黔东南州、黔南州和黔西南州为主,依托青酒集团、贵州醇酒厂、贵州都匀市匀酒厂,打造三个民族自治州“贵州白酒”品牌基地。

从 2010 年起,每年将安排不少于 3000 万元的“贵州白酒”品牌建设专项资金,用于品牌基地建设、品牌推广、市场开拓、形象打造等工作。振兴黔酒是贵州实施工业化的必然选择。有人认为,贵州省“生产百万千升白酒,打造千亿元级产业”如能顺利实施,“未来十年中国白酒看贵州”的目标,有望成为现实。

记者采访得知,贵州省已有白酒生产企业 527 家,从业人员超过 10 万人。目前,已有数百亿的外来资本准备抢滩贵州白酒资源。先后引进北京申通公司对传统名优酒董酒进行收购重组,引进香港银基集团对鸭溪酒业进行兼并,引进山东鲁泽集团对珍酒公司进行整体收购,通过引进外来投资,不断增强白酒产业的市场竞争力。

专家认为,要发展贵州酒业,让黔酒真正成为“酒中贵族”,引领市场,企业须苦练内功,加大技术创新力度,以消费者口味为核心进行研发生产,开发出消费者真正喜欢的产品,给消费者买单的理由。这才是黔酒的唯一出路。

壮大绿色 河套酒业的成长 and 希望

□ 赵志坚

绿色,光谱中介于蓝与黄之间的颜色,似乎天然就是河套酒业的本色。内蒙古河套酒业集团坐落于阴山脚下,黄河之畔,用企业的发展壮大,用河套酒的行销全国,将自然之绿、成长之绿、环保之绿、营销之绿、希望之绿不断发扬,在内蒙古的绿色品牌群落中日益璀璨耀眼,使内蒙古的民族品牌群落日益壮大,绿意盎然。

自然之绿——河套优质白酒的绿色酿造

地处内蒙古西部的巴彦淖尔,河套平原属大陆性气候,昼夜温差大,年日照时数 3000~3200 小时,无霜期 130~150 天,农作物一年一熟。河套地区的高粱由于日照时间长,昼夜温差大和黄河水灌溉的有利条件,颗粒饱满,淀粉含量高,水分少、杂质少,是高粱中的上品。至纯至真的河套酒,就是选用阴山脚下和黄河河滩地上的优质高粱和其他河套五谷,以独特生产工艺和现代先进科技精工酿制而成。河套酒的酿制过程,所有的用料和环节都必须高标准、严要求、细操作、真品质,一丝不苟。

河套酒业主打的 36 度河套王高

端白酒,作为打造北方淡雅口味白酒的先行者,区别于原有的浓香型白酒,选用优质高粱、小麦、大麦、糯米为原料,无色透明,以窖香为主的复合香气幽雅,口味绵甜柔顺爽净,香味谐调,低而不淡,风格独特;52° 河套王高端白酒,无色透明,以窖香为主的复合香气幽雅怡人,口味甘冽净爽,酒体醇厚丰满,香味谐调,余味悠长,风格独特。河套酒业开发的自然发酵高温大曲受到国内白酒权威专家的高度赞扬,为企业绿色酿造更增添了明艳的色彩。

成长之绿——河套酒业的和谐发展

河套酒业的低调曾经让许多业内同仁和消费者觉得惊诧。当他们置身河套酒业的生产基地,看到被中国酿酒工业协会授予“中国北方浓香型白酒生产基地”的宏大的浓香白酒发酵蒸馏的操作现场,都会感到深深的震撼。河套酒业却依然一步一个脚印,将主要的资金和精力放在企业的基础设施建设上,扎扎实实地夯基础,提质量,总是已做到了七分却只宣传三分,这份低调和稳当让人敬佩。二十多年来,河套酒业始终保持

销售额的稳步增长,并且不断加快发展速度,正是源于企业“厚积薄发”的一贯思路。

作为一个国家级大型民营股份制企业,河套酒业集团在自身不断发展的同时,也始终把构建和谐作为己任。“十一五”期间,企业累计上缴税金近 14 亿元。河套酒业集团通过加快自身发展,承担起保增长、保效益、保民生的重要社会责任,招收应届大学毕业生,安置复转军人和社会剩余劳动力,努力吸纳就业,5 年累计提供就业岗位 3000 多个。

河套酒业还和地方政府携手对贫困农牧区进行资源开发,实行工业“反哺”农业。先后与中粮屯河公司合作投资,在杭锦后旗建设了两个番茄加工厂,带动 22 万余农户每年增收一亿元;创建了百吉纳纳酒公司,提高农户奶牛养殖的附加值,使农牧业实现升级。同时企业积极参与和开展各种社会公益活动,扶危济困、捐资助学、修路筑桥、抗震救灾等从来都踊跃在前。仅“十一五”期间,河套酒业集团各项捐助、支持和慰问金额超过 3000 万元。

河套酒业的成长之绿也是一种环保之绿。白酒生产本身产生的污染物就极少。2009 年,河套酒业集团又投入上千万元扩建了污水处理环保

项目,在环保达标和节能减排上符合国家标准。

绿色营销——河套王引领的绿色风潮

去年河套以“绿色”、“低度”、“健康”为主题,推出了“天赋神韵、淡雅浓香”的新品河套王。

河套文化具有悠久的历史。纵向上看,一般意义上的河套文化具有游牧文化、军旅文化、农耕文化、亦农亦牧文化;横向上看,河套文化又由阴山文化、草原文化、黄河文化、河滩文化、沙漠文化、戈壁文化等组成。河套文化这种“横看成岭侧成峰”的景观,昭示着它的博大精深。也正因为这样,使河套品牌具有了多向延展的先天气质。

近年来河套酒业在全国的品牌影响力正快速提升,已经成为了当前中国白酒主流企业和主流品牌阵营中的一员。随着河套酒业营销网络建设的全国化,长期以来坚持的以“河套王”酒为核心品牌,进行广泛深入的推广发展的产品策略使河套品牌的根基稳定坚实。河套王酒的单品销售量已经走在了行业的前列,其十几年的产品寿命更是业内的奇迹。河套酒业的品牌店和专营店的门头上上,

那非常醒目的绿色波浪线正在从东北、华北、西北三个方向向全国流淌漫溢。

希望之绿——用“聚合”酿造未来

河套自古体现一个“聚”字。民族聚,生产聚,文化聚,人心聚,不聚无以生存,不聚无以发展,不聚就没有河套。河套酒业聚集全国各地的经销商和优秀人才,聚思路,聚资源,聚人心,为共同的事业夯实基础,锻造利器,策马扬鞭。河套文化还集中体现在一个“合”字上。在漫长的历史过程中,河套人表现出来的是奋力开拓和辛劳不辍的精神,是“与天地合其德,与日月合其明,与四时合其序,与鬼神合其吉凶”的无穷智慧。

回顾“十一五”,河套酒业集团正经历着日新月异的发展变化,而这一切的成果,政府、企业、股东、员工都能切实感受到。河套酒业集团倾心酿造的甜美成果已经被全社会所认可,所分享。河套酒业集团的“十二五”规划已全面开始实施。在崭新的历史时期,河套酒业集团仍将秉承至纯至真的真性情,以绿色品牌所特有的鲜活、生动和蓬勃之气,为和谐完美的生活酿造香醇美酒。