

中国十大文化名酒 中国惟一蒸馏传统酒二己(黄金发酵)



**道光廿五**

北京道光廿五集团酒业有限公司

诚招省市级以上区域营销专员

网址: WWW.daoguang.com.cn 销售热线: 0416-3883835

# 中國糖酒周刊

**經理日報**  
 THE MANAGER'S DAILY  
 责编:王萍 编辑:唐勃  
 版式:张影 校对:阳红  
 2012年1月30日 星期一

协办:辽宁道光廿五酒业集团 汾酒集团

## 2012 中部糖酒商品交易会 4月在郑州举办

糖酒会的消息。据蒋辉介绍,2012 中部糖酒商品交易会由中国酒类流通协会、河南省商务厅主办,河南省酒业协会、郑州国际会展有限责任公司承办,将于4月27日至29日在郑州国际会展中心举办。

## 河北省轻工行业协会发布 2011 河北名优白酒、葡萄酒、饮料品牌榜出炉

河北省轻工行业协会日前公布了2011年河北省名优白酒、葡萄酒、饮料品牌排行榜。本次入选的17家企业均是该省白酒、葡萄酒、植物蛋白饮料行业的重点骨干企业,具有良好的信誉和较高的知名度,其产品均被河北省质量奖审定委员会评定为河北名牌,其中12家企业的产品商标获中国驰名商标称号。

据统计,2011年河北省白酒、葡萄酒、饮料行业主要经济指标实现稳定增长。全省白酒行业获生产许可证企业407家,其中规模以上企业47家,入选的十一家白酒企业的产量占全省总产量的46.97%,主营业务收入占全省同行业的66.25%,利税占全省同行业的69%。葡萄酒行业规模以上企业14家,4家葡萄酒企业的产量占全省总产量的82.74%,主营业务收入占全省同行业的93.24%,利润占全省同行业的98.73%。含乳饮料和植物蛋白饮料行业规模以上企业23家,两家植物蛋白饮料企业主营业务收入约占全省含乳饮料和植物蛋白饮料行业的42%,占全省植物蛋白饮料主营业务收入95%以上。本次排行榜是根据2011年度产品主营业务收入、利润、税金、产量、优质产品生产能力、市场占有率等有关指标评价产生的。

### 相关链接

### 获奖企业名单

**白酒行业**  
 河北衡水老白干酿酒(集团)有限公司 衡水老白干系列酒; 十八酒坊系列酒承德乾隆醉酒业有限责任公司 板城烧锅酒;承德避暑山庄企业集团有限公司 山庄牌系列白酒;刘伶醉酿酒股份有限公司 刘伶醉白酒;河北三井工贸集团有限公司 三井十里香;三井小刀酒保定五合客酒业有限公司 五合客系列白酒;河北燕南春酒业有限公司 燕南春系列白酒;河北大名府酒业有限公司 滴滴酒;邯郸丛台酒业股份有限公司 丛台酒;贞元增酒河北凤来仪酒业有限公司 泥坑牌系列白酒;张家口三祖龙尊酿酒有限公司 鹿神牌白酒、三祖龙尊牌白酒。

**葡萄酒行业**  
 中国长城葡萄酒有限公司 长城葡萄酒;长城桑干葡萄酒中粮华夏长城葡萄酒有限公司 长城牌葡萄酒;贵州茅台酒厂(集团)昌黎葡萄酒业有限公司 茅台系列葡萄酒;河北益利葡萄酒有限公司 益利葡萄酒。

**植物蛋白饮料行业**  
 河北承德露露股份有限公司 露露牌杏仁露;河北养元智汇饮品股份有限公司 “养元·六个核桃”核桃乳。

### 专家访谈 | ZHuanjia Fangtan

## “我国酒业亟待建立技术交易市场”

——专访中国白酒技术权威、业界泰斗沈怡方先生

### 白酒在工艺技术方面 没有完全停滞

《中国酒业报导》:在上世纪50年代和80年代,中国白酒生产技术获得了巨大的提升。无论是在产品的风格优化、品质提升与稳定,以及生产效率的提升等方面都硕果累累。然而,最近10年的白酒行业,却少有当年那样大面积的技术进步、工艺优化了。对比的差别如此明显,让我们有些疑惑,最近几年,白酒在工艺技术提升上停滞了吗?

沈怡方:当然不是。最近10年来,我们白酒确实存在过分热衷营销,技术进步力量不足的现象。但这并不代表白酒的技术进步完全停滞了。据我所知,最近十年,很多企业都在质量技术上取得了成果的。比如说新香型的创立,新口感新风格产品的推出等等,都说明这一点。但是,在新市场条件下,这些技术上的创新、优化,不再像以前那样能够很快地传播和推广应用了。

### 酒企不应过分热衷营销

《中国酒业报导》:按我理解,您说了两层意思:一层是白酒行业目前过分营销,相比较而言质量技术进步不够;第二层是行业市场出现了变化,目前环境不支持技术创新快速推广应用。我们先说第一个问题,您认为有什么现象表现企业过分营销,过分营销对行业会有什么影响?

沈怡方:当前的白酒行业,有点浮躁,工作不扎实,技术的上“百家争鸣、百花齐放”不够。说到过分热衷营销,是目前行业一个普遍现象,不是哪一家企业的问题。白酒一般存上几十年以后,根本就不好喝,因为它已经没有香味了,需要勾调其他酒才行,但现在市场上还有不少几十年的年份酒。还有各种新奇的概念,这些大多是为了做营销而创造的,没有什么事实的支持,我认为这就是过分营销。

我们原先不懂卖酒。市场化以来,我们补上营销这一课是应该的。但是,如果

近日,新食品杂志社《中国酒业报导》采访了中国白酒技术权威、业界泰斗沈怡方先生。专访中沈老指出,白酒工艺技术的市场化仍然是一个亟须解决的问题;酒企不应过分热衷营销,应扎扎实实抓生产、提高质量;酒行业亟待打破壁垒,建立技术交易市场。下面就让我们仔细聆听这位白酒泰斗是怎样看待目前的中国白酒业,其对白酒业的未来发展又给出了怎样的希冀和建议。

只围着这些虚的概念打转转,不去扎扎实实抓生产、做质量那是绝对不行的。这样做会让整个行业质量后劲不足,品牌后劲不足。

### 白酒行业 缺乏相配套的技术市场

《中国酒业报导》:您刚才讲,新市场条件下,环境不太支持技术推广应用。

沈怡方:这是一个对比的结论。为什么上世纪50年代和80年代,白酒技术提高很快呢?在当时条件下,国家统一管理,统一调拨,企业之间基本没有市场竞争,更容易强调合作。因此,国家相关部门很容易组织起大规模技术科研,各个企业的科技成果基本上毫无保留地向全行业广泛推广。当年很多四川企业都来江苏向洋河学习过。再加上名酒评选,对于白酒技术提升促进非常大。

《中国酒业报导》:现在白酒行业完全市场化了,企业之间都是竞争关系,很难再聚到一起合作某项科研攻关。企业有了技术创新,基本上都当作竞争法宝,秘而不宣。这好像是白酒市场化带来的一个负面因素?

沈怡方:市场化是正确的,白酒行业只有市场化才能拥有长久的生命力。我



说是行业环境的问题,实际上是企业经营市场化以后,相关的科研技术市场化不足造成的矛盾。我说这叫做白酒行业缺乏相配套的技术市场。

在原来计划经济条件下,白酒科研体系适应了环境,为白酒发展做了一些贡献。但白酒市场化之后,原先的科研技术体系没有随之调整变化,自然不能适应白酒行业发展的需要。比较典型的表现就是白酒技术缺乏正常的交流。现在的企业技术人员,多数人的知识和经验都局限于自己本企业和个人的见识了。很显然,这不利于白酒技术的借鉴、总结、提升。

### 建立技术市场解决矛盾

《中国酒业报导》:这似乎是一个矛盾。市场竞争带来了企业更强的消费者导向,让企业更有活力;但同时,竞争又让企业构建起技术交流的壁垒。这中间最大的障碍是什么,是市场化吗?

沈怡方:白酒科研体系不能满足现在的行业需求,原因在于原有体系没有进行市场化改革。市场经济之下,对于白酒的评价,应该来源于消费者,原有的名酒评选带动白酒行业技术发展的机制就不合适了,但白酒企业对于技术进步的

需求还是存在的。从行业现状来看,各科研机构、各个企业基本上各自为战。这种状况不能有效整合资源,存在很多重复投入和建设,形成浪费;从生产企业来看,投入精力去研究一个别人已经成型的技术,不仅浪费金钱,还浪费时间。这是很不好。现在,科研成果的交易、转化在白酒行业也是不顺畅的。企业没有动力公布自己的科研成果,是因为这样的公布、推广不能为企业带来效益。这就是我们机制的缺失,市场没有建立起来。

《中国酒业报导》:能不能调和这个矛盾,让白酒既受益于市场经济和竞争,又能打破壁垒,实现白酒科技的正常交流、促进行业技术进步呢?

沈怡方:建立一个可以对白酒技术评估、交易的市场,就能为科研机构和有技术的企业带来效益,促进企业的科研和技术创新。只有这样,才能有效调动科研机构、各大企业科研投入和交流的积极性,白酒发展才有充足的后劲。

市场化的行业,需要一个市场化的技术体系支持。我希望你们能呼吁这个事情。用市场机制来促进白酒科研技术的合理交流和合作,基本可以解决这个矛盾。

(据新食品)



## 工商部门为 酒类产品 “保驾护航”

今年春节期间,为了维护白酒市场经营秩序,新源县工商局组织执法人员对辖区内100多家白酒经营户进行执法检查,宣传食品安全政策法规,普及白酒鉴别常用方法,切实担负起维护人民群众身体健康和生命安全的责任。图为工商执法人员在超市对酒类产品进行抽查。

杨丽萍 摄影报道



## 我国 成世界第五大 葡萄酒消费国

日前,法国国际葡萄酒及烈酒展览会、国际葡萄酒与烈性酒信息公司发布最新统计数据称,2011年中国共计消费了19亿瓶葡萄酒,已经超过英国,成为全球第五大葡萄酒消费国。此外,中国还已成为全球第六大葡萄酒生产国,第八大进口国。

数据显示,2011年,美国人共喝了37.35亿瓶葡萄酒,成为世界最大葡萄酒消费国;意大利、法国和德国分列第二至第四位。在全球葡萄酒的消费总量中,欧洲占了62%。

2006年至2010年间,中国葡萄酒消费增长了240%,仅2009年至2010年间就增长了33.4%。法国国际葡萄酒及烈酒展览会首席执行官罗伯特·贝纳指出,未来四年中国的红酒消费预计增长速度全球最快。

国际葡萄酒与烈性酒信息公司预计,2010年至2015年,全球葡萄酒消费量将增长6.2%,达到341亿瓶。2011年至2015年,美国市场消费量将增长10%;中国消费量增长54.3%;欧洲增长0.4%。

(南京日报)

## 2012 年白酒业延伸“涨势”

在茅台、五粮液、泸州老窖等高档白酒通过涨价率先步入“千元销售俱乐部”阵营后,丰谷、江口醇、酒鬼酒等“白酒二梯队”成员也开始跃跃欲试,加入涨价大军,意在通过2012年元旦、春节等白酒销售旺季发力,逐步缩小与“白酒第一集团军”的差距。

产品涨价10%左右,酒鬼酒系列产品提价幅度在20%左右。此外,江口醇也在近期开涨。对此,业界表示,2012年白酒企业将继续“涨声”一片。

中国酒类流通协会秘书长刘员认为:“最根本的原因还是供不应求。其实,名酒不是这两年才涨的。2008年、2009年金融危机时,很多消费陷入低

迷,而白酒依然表现强劲,显示这种涨价具有一定的刚性。”

针对白酒连番涨价,国家发展改革委副主任彭森日前表示,要抑制公款消费,进一步增加公共采购的透明度,促使一些过高的酒类品种消费及其价格降下来。

(糖酒快讯)

**中国首家芝麻香型原酒供应商 荣登上海世博会“名产名片”特刊**

傅潭、傅潭春、傅潭秋月、玖道坊系列酒全国招商  
 公司总经理赵章报热忱欢迎全国各地客商光临选购。

**河南省傅潭酒业有限公司**  
 公司地址:河南省南乐县城北环路北  
 财富热线:0393-5318999 13707676148

国家农业产业化重点龙头企业 国家星火计划项目 世界肉类组织成员  
 产品通过美国FDA认证 澳大利亚AQIS认证

**DEYI GREEN**  
 米饭 肉食 下饭菜

做食品就是做良心——杜诚斌

四川得益绿色食品集团有限公司 电话:028-85335818 网址:www.scdyji.com