

安酒集团 增产扩能 总产能或超万吨

4月11日，记者在安酒集团采访时获悉，安酒集团正在增产扩能，苦练内功，欲打造浓、酱并举的新安酒。安酒集团总裁徐振兴指出，现在的安酒集团占地约200亩，拥有年产值达3000吨的基酒产能，目前的安酒集团正在进行增产扩能，建成后将达到酱香500吨、浓香5000吨，总产能超万吨的规模。

据了解，2008年联美(中国)控股股份有限公司全资收购了安酒集团，数年来一直致力于安酒的自身建设，现在的安酒拥有存放时间超过3年以上、酒精度64度以上的基酒18万多吨。在这些陈年老酒的保障下，去年8月推出了市场价格在500元以上的多彩贵州酒，市场反应良好，目前正在面向全国招商，市场盘子将逐渐铺开。

在品牌打造上安酒集团也是不遗余力的，去年8月上市的多彩贵州酒，安酒集团利用其母公司联美集团的媒体资源，在流量大的全国地级以上城市的火车站、机场等地连续投放视频广告和高速路路牌广告及其他广告，让消费者充分认识多彩贵州酒，提升其产品形象，助推其快速发展、实现动销。此外，安酒集团还正在酝酿超高端产品“安酒秘藏系列”，近期将会上市。届时，安酒的产品线将更加丰富、合理，将稳步走上浓酱并举的“双子星”道路。(彭伟)

四大战略 保证宣酒集团 实现首季开门红



2012年，宣酒集团一路高歌、再传喜报，一季度多项经济指标成倍增长。上交国家税收达3240万元，较去年同期增长135%，实现利润2250万元，较去年同期增长600%，利税合计5500万元，较去年同期增长230%。

早在今年初，宣酒集团就调整部署了2012年的发展战略，一是紧扣“小窖酿造”品牌战略不动摇；二是转变观念，管理中心向外部转移；三是狠抓基地建设、品质建设、铁军建设不放松，激发企业持续发展的动力；四是在加强市场管控、渠道拓展和产品运动等方面采取有力的措施，稳定了在徽酒阵营的强势地位。目前，宣酒产品市场表现喜人。在合肥、淮南、芜湖、马鞍山等众多省内一线城市，成为白酒市场的领先品牌；在宣城大本营市场，已连续七年遥遥领先；在江苏、浙江等省外市场，宣酒也不断推进，销售节节攀升。

市场上的持续飙升，是消费者认可的具体体现。宣酒自四年前走出宣城，两年前跨江北上以来，呈现出爆发式增长态势。宣酒小窖酿造的绵柔品质得到了不同地域、不同文化背景的消费者的普遍喜爱。这首先得益于宣酒集团对产品品质的不懈追求。在白酒国家评委、质量总监黄明的带领下，宣酒的科研团队不断攻坚克难，使宣酒产品的绵柔品质不断提升。其次，宣酒品牌内涵的文化张力不断得以彰显。宣酒红润喜庆的梅瓶，成为各类酒宴上一道亮丽的风景。宣酒产品先后荣获“中国小窖酿造白酒领军品牌”，被评为“2011年度最畅销年份酒品牌”。在今年“3·15”之际，宣酒特贡还被评为“宣城市最受消费者喜爱的品牌”。(刘志刚)

截至4月9日，沪深两市总共有古井贡酒、酒鬼酒、五粮液和沱牌舍得4家白酒类上市公司发布了2011年年报，年报形势喜人。2011年白酒强势企业价升量增成为业绩高增长的主要原因，而背后的根本动力来自营销转型、政府推动等相关举措。

13家白酒上市公司业绩喜人 4家净利增逾100%

□夏芳

随着年报的陆续发布，白酒类上市公司经过去年的几轮涨价后，又迎来一个丰收年。

据同花顺iFinD数据统计显示，截至4月9日，沪深两市总共有4家白酒类上市公司发布了2011年年报，分别是古井贡酒、酒鬼酒、五粮液和沱牌舍得，4家公司总共实现已经有总收入合计为2589亿元，与上年相比平均增长率为55.12%；实现归属于母公司股东的净利润合计为71.1亿元，与上年同期相比平均增长率为104.6%，其中沱牌舍得与酒鬼酒的涨幅都超过100%，分别为166.25%和142.52%。另外，13家白酒上市公司中除了4家公布2011年年报外，还有11家发布业绩预告，只有水井坊和泸州老窖未公布业绩情况。

据同花顺iFinD数据统计显示，在已经发布2011年业绩预告的11家白酒公司，其2011年的业绩都以同比增长亮相，而根据统计，11家公司去年净利润同比增长平均值在90%以上。

量价齐升酒企不缺钱

一家公司是否具有更强的活力，其中现金流量金额就能说明一切。当多数上市公司发布年报后，其经营活动现金流量净额可以说是几家欢喜几家愁，特别是一些制造业公司他们的经营活动现金流量净额纷纷告急，



而白酒类上市公司多数并不缺钱，在已发布年报的4家公司中，除了沱牌舍得的经营活动现金流量净额出现紧张外，其他的3家公司均同比增长，其中酒鬼酒的涨幅最大，在报告期内，公司的经营活动现金流量净额为6亿元，与上年同期相比增长了504.3%，另外，五粮液的经营活

动现金流量净额为95.3亿元，同比增长为237.6%，而古井贡酒的经营活

动现金流量净额为62亿元，同比增长为20.9%。

接受记者采访的东兴证券食品

饮料首席分析师刘家伟表示，沱牌的现金流为负主要是包装等采购支出较多，也属正常。另外，2011年白酒强势企业价升量增成为业绩高增长的

邓州黄酒产业园吸引数十家企业入驻

河南省邓州市年产5万吨的黄酒工业园区开工建设，目前已有芙蓉酒业、中州黄酒等几家已经建成，届时，园区内将有近20家黄酒企业入驻。“目前，具有一定规模的黄酒厂30余家，其中天然绞股蓝黄酒、中州地封黄酒、芙蓉黄酒、刘集老户周黄酒在河南和湖北、陕西相邻地区也小有名气”，邓州市委宣传部张书勇谈起邓州黄酒更是喜于言

表。

据了解，邓州黄酒起于春秋，盛于秦汉，据考证约有五千年的历史。正是由于厚重的文化积淀，使得近几年邓州的黄酒产业健康、快速发展。

“黄酒在邓州既是一项传统产业，又有丰厚的文化积淀，主要分南北两大特色：一种是以城南刘集镇为代表的，大米蒸做，工艺、风格与

绍兴黄酒相似；一种是以城北赵集为代表的，邓州一般叫干榨黄酒，工艺、风格与山东的兰陵酒类似。邓州市委，市政府非常重视邓州黄酒的长足发展，多次组织人员去浙江绍兴等地考察学习，并把发展黄酒产业写进了市十二五规划”，邓州市企业家协会理事长、原市人大副主任徐明甫告诉记者，“光照黄酒获得了邓州市第一家QS认证，从某种意义

上说，这标志着邓州黄酒已步入健康快速的良性发展轨道。”

光照酒业公司负责人孙光照在接受记者采访时对邓州黄酒发表了自己的看法：“邓州黄酒发展前景很好，唯一遗憾的是邓州黄酒多是作坊式生产，这大大制约了品牌形象的推广，所以QS认证至关重要，它是邓州黄酒走出去的基础。”

(新华网)

60载继往开来 古城再创辉煌(下)

□徐延华 胡慧敏

技术创新，促发展

技术创新是“第一驱动力”，是实现经济社会跨越发展的根本保障。近年来，古城酒业不断推进以企业为主体的技术创新体系，始终坚持技术创新，以市场为导向，以企业为主体，以培育企业核心竞争力为目标，以产、学、研为纽带，以技术中心为载体，以项目为突破口。严格按照ISO9000：2000版质量体系的要求，完善生产各环节的管理，细化生产环节安全管理。2005年，古城酒业技术中心被自治区经贸委等5家部门和单位联合认定为“自治区级企业技术中心”，目前，古城酒业各类专业技术人员达97人。其中国家高级评酒师3名，白酒专家1名，国家级白酒评委2名，省级评酒师3名，高级技师46名，技师7名，高级技能10名，高级工3人，中级工22名。并以“名酒名在质量，贵在风格”的理念，树立创新意识，通过技术创新，确立古城品牌在市场上的地位。

坚持高品位的产品都是设计出来的，针对不同消费群体研发出了不同档次、不同口味的优质产品，满足市场需求，准确定位。这标志着古城酒业技术创新能力、研发成果正同产业链有机结合起来，必将为古城酒业科技进步奠定基础。并

严格按照公司酿酒生产的原料、原酒、生产、技术工艺及质量控制等五大标准。掌控原辅材料质量关。严格控制稳定的贮存期，严控出厂产品验证关，提升产品质量。开发出独具古城特色的产品，在传统清香原酒的基础上研发以清香为主，清香酱香结合或清香浓香结合的白酒产品，大胆尝试，走产品个性化创新之路。在生产供应上坚持“优化厂商，保质供应，科学管控，合理调配”的理念，围绕以销定产，产销协作的原则。及时掌握市场信息，保证材料质量的前提下，努力使各类材料价格有所下降。将节能降耗和减少污染，增强环保意识。继续加强生产管理机制，通过资金合理安排，做好销售、采购、生产、成品库存环节及时有效沟通，提高供货保障、生产应急能力，确保产品生产供应。

品质卓越，铸辉煌

质量是企业发展的生命线。多年来，古城酒业严格按照《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》及《食品生产加工企业质量监督管理实施细则》、《中华人民共和国食品安全法》的有关规定和要求，规范并细化生产经营活动。坚持把广大消费者的需求放在生产经营的

核心地位，积极贯彻实施国际先进的管理标准，构建质量、环境、食品安全三位一体的管理机制，深入挖掘中华传统酿酒工艺精髓，持续完善质量管控手段，把“产品升级、包装升级、品质升级、形象升级、市场升级、营销升级”的战略目标贯彻到底。

一是狠抓原辅材料质量，确保安全生产需求。为提高白酒质量，古城酒业在酿酒原粮及辅料的订购上积极采用“公司+农户+基地”模式签订高粱种植收购合同，按照绿色无污染种植和国家相关标准，加强收购质量控制。在包装材料采购上，坚持“三三一”原则，将每个产品的包装材料其中1/3在公司库房作为基础生产库存，便于及时使用；1/3在供应商库房，以备不时之需；另外1/3在生产制作或运输途中。这样既减轻了企业库存压力，同时也节约了成本，缓解资金周转压力。在供应商选择上，坚持货比三家，以优质优价为原则，坚持每年开展供应商评价工作，选择有实力、信誉好、质量优的供应商作为长期合作伙伴，确保材料的供应数量及质量。二是加大设备投入力度，加大生产工艺流程。近年来，古城酒业花费数千万元购买生产及检测设备，先后购进了电子定量灌装生产线、动力辅助设备、制曲设备及粮食精选和粉碎设备。在检测设备

上，公司技术中心配备了先进的日本岛津GC—2010色谱分析仪及电子分析天平等专业白酒检测设备，实现了计算机勾兑，计量设备按周期定检，保证量值的准确可靠传递。在未来的发展中，古城酒业将紧紧围绕“走品牌之路、树百年古城”这一主线，坚持以“提高科技含量，争创名优品牌，满足顾客需求，倡导健康饮酒是古城酒业人永恒的追求”的质量方针，大力实施品牌战略，突出“中国驰名商标、中华老字号”的核心品牌价值，实现以品牌效应提高企业的综合竞争力。

饮水思源，回报社会

众所周知，奇台是国家级产粮大县，正是由于家乡的粮食才会有古城酒业600多年的酿酒历史，如今，企业也初具规模、小有成就更不能忘记这片热土的养育之恩。2007年，古城酒业成立了“古城大爱基金”。截至目前，已筹集善款63余万元。先后成立了“贫困大学生助学基金”、“大学生创业基金”，在帮助数百名贫困大学生就读、创业的同时，已连续8年为考入大学的47名员工子女发放“助学金”53万元。2010年，公司经奇台县教育局批准，再次将“古城大爱基金”的部分善款用于救助奇台一中高一年级维族女孩特力汗等10位贫困生，直到大学毕业。古城酒业先后积

极开展“送温暖，献爱心”活动，在春节、中秋、古尔邦节、肉孜节来临之际，慰问离退休老干部及帮扶对象，并送去慰问品和慰问金；在第四届葡萄酒文化节上为奇台县的15个乡镇的17位贫困每人捐款5000元；2011年为新疆慈善总会2+5工程资助善款15000元；2011年，古城酒业喀什销售经理刘彦国因突发脑溢血，公司干部员工纷纷为其捐款1万余；为家住奇台镇友好路大寺前巷的贫困户伊卜拉伊木·赛来捐赠古城大爱基金3000元。员工韩忠娥因患风湿病长年吃药，家境困难负担不了两个女儿学费，公司得知这一消息，马上送去3000元慰问金。同时，还积极投入到新农村建设中，在资金紧张的情况下投资近340万元进行锅炉、管网改造，顺利完成了西北湾新农苑小区新增128万平方米的供暖。

【专家论点】

“白酒行业整体高增长还有3年以上”

东兴证券食品饮料首席分析师刘家伟对我国高端白酒的未来仍然看好，“从较长时间看，高端酒的价格还会是上涨的，随着物价整体上涨，白酒涨价也是可以预期的。随着消费升级，企业营销跟进，有品牌、产品机制以及各类资源优势的二三线酒的高增长还会持续。行业进入整合并购新时代，强势企业一定会持续发展，白酒行业整体高增长还可以看到3年以上。”

金种子酒业 首季净利润 同比增长六成

数据显示，金种子酒业预计2012年第一季度归属于母公司所有者的净利润比上年同期增长60%以上。

金种子酒业业绩增长依靠产品升级与渠道精准定位。据悉，作为安徽省白酒，金种子主营产品2011年前一直为百元以下

的醉三秋系列，2011年开始成功开发升级品牌终端零售价168-1200元的徽蕴系列，2011年销售回款近2亿元。2012年第一季度，徽蕴系列销量增速良好，此系列酒也将是2012年业绩的重要看点。公司渠道重点为乡镇市场，并强力进驻省内三四线乡镇的政府消费以及大部分餐饮酒店，渠道布局极为仔细；另2010年开始，公司开始拓展省外县市，重点发展湖北黄冈、咸宁及江西九江等区域市场，但短期来看，安徽省内乡镇市场仍然是未来业绩增速最快的地区，有望达到30%以上的增速。(糖酒快讯)