

中国食品周刊

协办:中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司 辽宁道光廿五酒业集团 汾酒集团

值班主编:李国政 责编:戴琳 编辑:陈倩 版式:张彤 校对:梅健秋 2012年9月24日 星期一 广告热线:028-68551386 新闻热线:13408092872 电子邮箱:spzkdw@qq.com

管理日报 C1

携手共筑“中国白酒金三角”正当其时



◎第二届中国(贵州)国际酒类博览会中国酒业高峰论坛现场。

□ 本报记者 张建忠 樊瑛

以“容天下人、卖天下酒”的胸怀,中国白酒正充分发挥各区域地缘优势、加强合作交流,共筑区域产业板块,这是大势所趋、潮流所向。

有着“风来隔壁三家醉,雨后开瓶十里香”美誉、位于中国白酒金三角核心区域的四川宜宾、贵州遵义、泸州白酒产业川黔板块,酿酒环境得天独厚,酿造技术历史悠久,孕育了诸多知名白酒品牌,五粮液、泸州老窖、剑南春、郎酒、水井坊、沱牌等蜚声中外,茅台、习酒、国台、董酒、观真、金沙回沙等香飘四海。

打造世界白酒产业核心区 提升中国白酒产业的知名度

川黔两省的遵义、泸州、宜宾三市,是中国著名的酱香型、浓香型白酒生产区。

一组数据佐证:该区域拥有3.4万余口酿酒窖池,2011年白酒产量达207万千升,占中国白酒产量的20%,是世界最大的白酒产能群、白酒产业群、白酒品牌群。2011年,川黔两省白酒产量334万千升,白酒工业产值1620亿元人民币,分别占全国的32.5%和43.1%。

在川黔两省打造“中国白酒金三角”建设长江上游白酒经济带,是中国白酒产业板块在空间方位上的联

盟,能进一步巩固和提升川黔白酒产业的地位和比重。

2011年7月,贵州党政代表团到四川学习考察,两省主要领导就共建“中国白酒金三角”、打造世界蒸馏酒第一品牌达成共识。

2012年4月四川党政代表团赴黔考察和6月第20届昆交会举行期间,进一步加深了合作愿望。

9月9日上午,第二届中国国际酒类博览会在贵州省贵阳市隆重开幕,来自全世界40多个国家和地区的1346家企业、6109家采购商参加了博览会开幕式,奏响了一曲合作共赢的欢歌。

贵州以本届酒博会为新的起点,与四川一道,携手共筑“中国白酒金三角”,全力打造世界著名白酒产业核心区,共同提升中国白酒产业的影响力和知名度。

建立政府协商和沟通机制 实现白酒产业可持续发展

贵州省委书记、省长赵克志在第二届中国(贵州)国际酒类博览会开幕式上,就川黔两省酒业合作协商机制提出了建议。

赵克志说,我们将积极加强两省的政府间合作。共建协商机制,建立政府高层会商机制、相关部门协作机制和企业沟通机制,充分利用中国(贵州)国际酒类博览会和中国白酒金三

角酒业博览会等时机,定期举行合作会商。共建发展平台,统筹编制区域白酒产业发展总体规划,进一步优化产业布局;共同研究制订土地、金融、财税等政策,支持白酒重点企业、重点品牌加快发展;联合开展“中国白酒金三角”整体宣传推介。共建产业园区,共同打造集白酒生产、包装、仓储、销售、物流、会展、旅游等为一体的酒业集中发展区,构建以白酒生产为核心、上下游产品配套的产业集群。

共建交通体系,加快成贵客专、贵昆客专等高速铁路和成都至遵义高速公路泸州至仁怀段、厦蓉高速公路毕节至纳溪段建设,加大民航航班培育力度,推动形成区域内无障碍立体交通网络和现代物流体系。共建生态环境,统一规划实施长江上游及赤水河流域污染防治和环境保护,实现白酒产业可持续发展。

共享“中国白酒金三角”机遇 推动中国白酒产业走向世界

赵克志强调,我们将引导贵州白酒企业与川滇白酒企业在竞争中谋求合作,在合作中共同发展。共拓品牌市场,在市场宣传和营销策划中协同行动、互相支持,共享市场信息,共同保护知识产权,将“中国白酒金三角”作为企业形象展示、产品宣传时的重要元素,打造具有世界影响力的

知名品牌,拓展国际市场,使中国白酒走向世界。共享人才技术,开展白酒产品创意设计、质量标准、酿造工艺、生产技术等联合研发,加强企业间人才交流,共同培养白酒酿造、营销、管理人才,提升区域白酒产业整体实力。共建原料基地,围绕企业生产需求,统筹规划建设白酒优质原材料供应生产基地,实现生态化种植、规模化生产。

我们将坚持“以开放促开发,以合作促发展”,弘扬“利他、包容、共济”的文化,深入学习借鉴国内外酒类企业先进的技术、管理和营销方式,大力引进战略投资者参与贵州白酒产业发展。为此,我省已成立贵州白酒交易所,并将在仁怀市茅台镇建设民航机场,全面提高白酒产业开放水平。真诚欢迎国内外企业家前来投资兴业,共享“中国白酒金三角”发展机遇。

共同围绕“传统与创新” 探索中国酒业的国际化之路

9月9日下午,2012中国酒业高峰论坛在贵阳市金阳国际生态会议中心举行,300多位国内外知名酒企负责人、酒业专家共聚一堂。贵州省人民政府副省长孙国强、四川省人民政府副省长刘捷、中国酒业协会副理事长王琦、贵州酿酒工业协会理事长季克良以及贵州茅台集团董事长袁仁国、五粮液集团董事长唐桥等领导以及嘉宾出席,同时还有来自法国、德国、西班牙等国的酒业同行,共同围绕“传统与创新——中国酒业国际化之路”煮酒论剑,探索中国酒行业未来的国际化发展之路。贵州省人民政府副省长孙国强致欢迎辞,他说,“酒博会高峰论坛”是国内酒行业企业、专家、协会、政界与商界的深度交流平台,是我省通过酒博会平台让贵州美酒走出大山、走向世界、融入全球经济的有效途径,更是中国酒行业未来国际化发展之路的有益探索。

四川省人民政府副省长刘捷说,面对激烈的国际市场竞争,川黔两省要进一步加强相关城市之间、企业之间资源整合和战略合作,形成跨越行政区范围的国际著名“区域品牌”,全面提升区域内白酒品牌的知名度和影响力,推动中国白酒走向世界。

作为中国白酒行业领军企业,贵州茅台一直备受各方关注。本次论坛

重量级嘉宾的贵州茅台集团董事长袁仁国成为媒体关注的焦点。

会上,袁仁国率先发表了《传统与创新相结合 打造世界一流蒸馏酒品牌》的主题演讲,详细分析了目前中国白酒行业的发展现状,呼吁社会各界关爱民族品牌、鼓励民族品牌发展。同时,他还建议中国白酒业要走出“丛林法则”,各家酒企在竞争的同时应加强沟通与合作,共同推动中国白酒业走向世界。

目前,中国白酒业的发展正在经历一个关键时期,要想走上健康和可持续发展之路,必须平衡好对传统的坚守和对创新的追求,只有这样,在竞争更加激烈的国际市场上,中国白酒才能牢牢地占据一席之地,才能真正地走向世界,成为世界蒸馏酒知名品牌。

袁仁国强调,中国白酒要走国际化发展之路,首先最重要的一点就是要坚持质量第一,这是发展的根本。其次要坚持创新,只有不断地创新,企业才能永葆青春,才能不断地振兴民族品牌、民族经济。除此之外,中国白酒业还需不断提升民族文化竞争力,文化是企业的核心竞争力之一,中国白酒业要高度重视企业文化建设,只有这样,才能把产品打造成具有自主知识产权、与国际酒业品牌相抗衡的民族精品。

大会开幕式前的间隙时间,四川省人民政府副省长刘捷来到五粮液展厅,唐桥董事长汇报了五粮液为“中国白酒金三角”刚刚奠基的“千亿工程”,以千亿工程技改扩能项目建设为契机,以“现代、生态、智能、形象”理念,着力打造“千亿园区”。

在2012中国酒业高峰论坛上,五粮液集团董事长唐桥提出打造“中国白酒金三角”的战略思想。

他说:提起葡萄酒,言必称波尔多,提起威士忌,言必称苏格兰,可见产区的巨大价值。要真正实现中国白酒国际化,必须要对现有资源进行整合,“中国白酒金三角”是当下最合时宜的平台,这有利于突破区域界线,实现跨区域战略合作,让白酒以“中国制造”、“中国白酒”的姿态,实现抱团出海,走出国门。

中国(贵州)国际酒类博览会已成功举办两届,不仅带来了一个地区的特色,也将带回全世界的精彩。中国白酒金三角的白酒产业在酒博会搭建的平台上携手合作、共创新的辉煌!

的销售带来的冲击开始逐步显现。酒类电商的“渠道效应”有效拉低了整体酒水价格,使得今年的节日酒水市场呈现出价格趋稳的新格局。曾在酒行工作多年、现在是购酒网营销负责人、行业资深人士苗春认为,“这轮围绕酒水消费旺季爆发的电商大战,不仅是酒类垂直电商之间的竞争,更是传统酒水销售渠道转型的一个重要节点。”据了解,今年酒类电商的线上交易额将比去年翻5倍,预计能达到50亿,这将占到总销售4000亿的12%,酒类电商销售额正呈现出快速、爆发性增长。

知名酒水专家铁犁认为,国内白酒市场一直存在着逢节必涨、大节大涨的怪圈。传统渠道每年9月的销售量和利润能占到全年的1/4。中秋国庆双节是酒水销售的旺季。电商通过与酒企直接合作,大大减少采购成本,这使他们在涨跌中均能进退自如。

蒲长城:明年食品企业 将全面推行主动报告制

9月12日至13日,全国质量技术监督食品生产监管工作现场会在江苏南京召开。记者在会上获悉,国家质检总局将实施企业主动报告制度。国家质检总局副局长蒲长城出席会议并讲话。

蒲长城充分肯定了食品生产监管制度建设取得的丰硕成果。他要求,全国质监系统坚定不移地推进企业主动报告制度。从9月份开始,先行在乳制品生产企业中试行,及时发现存在的问题。明年对企业主动报告试行情况进行调查研究,进一步明确企业报告的时机、内容与方法及与相关制度的衔接等问题,完善工作机制和有关要求,从明年下半年开始向所有食品生产企业推行。(刘东)

中国六省区开启 统一清真食品认证标准进程

近日,中国宁夏、陕西、甘肃、青海、云南、黑龙江等六个省区在银川市达成协议,共同开启统一规范各地清真食品认证标准的进程。

目前我国尚未制定清真食品认证国家标准。宁夏民族事务委员会主任马力说,正是为此,宁夏等六个省区的民族事务部门和质监部门共同参与,联合制定清真食品认证地方联盟标准。这样先由各省区从实际出发制定认证标准,在实践完善的基础上,再与兄弟省区协作结盟,联合认证,进而制定全国性的认证标准。既保证了当前清真食品认证工作有章可循,又避免全国性认证标准一时难以出台而使清真食品的生产、经营和消费受到影响。(张钦 郑一晗)

成都出台幼儿园膳食管理办法 确保幼儿饮食安全

9月19日报道 今日,成都市教育局、卫生局、食品药品监督管理局联合颁布了《成都市幼儿园膳食管理办法》(以下简称办法),对全市幼儿园(含托儿所、学前班等托幼机构,以下同)的食堂食品分别从机构设置、营养配餐、标准化操作流程、规范化收费管理、风险防范与处置等6个方面入手进行了全面规范,以保障在园婴幼儿膳食安全、卫生、营养和均衡。

《办法》要求各区(市)县、各幼儿园做好规范操作和规范收费,完善定点采购制度、膳食监管制度、督导检查制度和责任追究制度;对全国食品从食谱设计、原料采购、加工、进餐、清洁、餐厨垃圾处理等全程进行了规范,操作性较强。(雷婧美)

食品预付券问题突出 商家违约蛋糕券只能领月饼

近期,上海市工商行政管理局12315热线受理了消费者投诉1873件,有关食品的投诉是本周投诉的热点。

其中,食品预付券使用过程中受阻问题较为突出。市民付小姐反映,她持有某品牌食品店的蛋糕券,9月8日去门店欲领取蛋糕时,工作人员却告知她,现在蛋糕券只能领月饼。

对此,上海市消保委认为,预付券是购买者预先向商家支付费用而取得的权利凭证,从本质上体现了一种买卖合同关系。发售预付券的商家应按券面所列向持券人提供相应种类和数量的商品或服务,在有效期内无法提供,商家即为违约,就应主动承担违约责任。(沈靓)

光明宝宝奶酪被指含禁放物 3个月连爆五大负面消息

3个月出现“5连错”,有关光明乳业的“负面”并未止步。“酸败门”余音未了,光明奶酪昨日又爆出“违规”使用了禁用的乳矿物盐。近日又有消费者投诉称,光明一款标注针对“1-3岁宝宝”的小小光明宝宝奶酪产品的包装盒配料里含有“乳矿物盐”,而卫生部对其使用范围的规定并不包括该年龄段的婴幼儿。光明乳业在声称产品符合标准的同时,又强调已购买该产品的停止食用,并将对产品予以召回,新产品也将不再添加乳矿物盐。值得一提的是,对于光明近3个月连续爆出的五大“负面”,业内专家分析称,安全事件屡屡爆发,暴露了光明在管理方面存在问题。(何天骄)

二线白酒促销 高档白酒稳起

稳定。

记者分别在市区几家大型商场和高端白酒经销商那里了解到,像茅台、五粮液等这些高端白酒的价格近期比较稳定,没有受到即将到来的节日影响。在这之前,有业内人士分析,“三公消费”禁止用公款购买香烟、高档酒和礼品,在宏观层面上抑制了高端白酒价格的上涨。“政策对高端白酒消费起到了抑制作用,高端白酒消费被限制,需求量也就相对减少,这也是高端白酒没有涨价的一个主要原因。还有业内人士表示,今年中秋白酒不可能全面涨价,最主要的是全球经济不景气,消费能力减弱,特别是固定资产投资下降和经济增长速度减缓,使高端白酒提价的驱动力减弱。

二线白酒:想尽办法促销

9月14日,记者在市区一家商场内看到,一些中低端的白酒打出“买一赠一”的促销方式。一瓶价值168元钱的某品牌白酒,上面写着“买一赠一”。记者发现,与这瓶白酒用透明

胶粘连在一起的是另一款同品牌的白酒,赠送的白酒市场价是38元。在另外一家商场内,记者看到,一瓶某品牌的白酒,标价是268元,也打出了“买一送一”的字样,两瓶一模一样的白酒装在精美的包装盒里。据另一种品牌白酒的促销人员介绍,购买6瓶白酒可以赠送价值98元的月饼一盒。另外记者也发现,有的白酒与月饼包装在一起销售。据促销人员介绍,中低档白酒促销是从9月1日陆续开始的,目前的销售情况并不理想。

尽管商场、商家都在卖力吆喝,但是,对于二线品牌,不少经销商叫苦不迭:“现在酒市场竞争非常激烈,由于白酒利润本身就高,价格又跟消费需求密切相关,因此商场想借双节

将至这一机会,通过低价让利促销带动销售量,但事与愿违。”今年消费者购买白酒稍显理性,一些商家将月饼与白酒捆绑在一起销售,导致一些不需要月饼的消费者“避而远之”。

网上商店:另类销售

记者在采访时发现,今年与往年相比,另一种销售模式也跃然上,就是网上商城的大发力,也促使了白酒之间的竞争,近日,网上商城已经开始大打价格战。购酒网等多家酒类垂直电商借节日之机,普遍加大了促销力度。很多网上商店的高档白酒都比商场的白酒便宜。

酒类销售专家分析认为,经过两年的迅猛发展,酒类电商对传统酒商

