

白酒是拥有消费者心智资源、有机会成就世界级品牌的中国商品之一。以茅台、五粮液、汾酒等白酒为代表,酱香型、浓香型、清香型、米香型、其他香型的五种类别决定了白酒的基本格局。基本上形成了以美酒河水系为代表的贵州和四川产酒区。

中共贵州省委书记、省长赵克志在日前举办的第二届中国(贵州)国际酒类博览会开幕式上表示,贵州将与四川一道,携手共筑“中国白酒金三角”,全力打造世界蒸馏酒第一品牌和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。

当今白酒行业,全国各区域发挥地缘优势、加强合作交流,共筑区域产业板块,是大势所趋、潮流所向。贵州所处的白酒产业川滇黔板块,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。贵州将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”,全力打造世界蒸馏酒第一品牌和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。

贵州省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,共享人才技术,共建原料基地,共同打造具有世界影响力的知名品牌,提升区域白酒产业整体实力。此外,还将坚持“以开放促发展,以合作促发展”,弘扬“利他、包容、共济”的文化,以“容天下人、卖天下酒”的胸怀,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,共享“中国白酒金三角”发展机遇。

白酒金三角源于地缘的美水河流域——赤水河。从地理的角度,赤水河是整个中国的“酒核”。赤水河与长江形成一个丁字形区域,这个丁字两侧,西有宜宾、泸州、古蔺,东有仁怀、遵义、习水。这一地带,除了声名远播的茅台、五粮液、泸州老窖、郎酒、董酒,还有本地知名的水河酒、习水大曲、珍酒、鸭溪



中国的『酒核』。赤水河与长江形成一个丁字形区域,这个丁字两侧,西有宜宾、泸州、古蔺,东有仁怀、遵义、习水。到了赤水地区,不出百里,必有好酒。

白酒金三角源于地缘的美水河流域——赤水河。从地理的角度,赤水河是整个

4. 共享战略:川黔白酒金三角

窖酒、尖庄大曲。到了赤水地区,不出百里,必有好酒。

“上流是茅台,下游望泸州。船过二郎滩,又该喝郎酒。”

二郎镇在赤水河的西岸,东岸就是贵州的习酒镇,两镇隔河相望,鸡犬之声相闻。二郎以郎酒闻名,习酒镇则盛产习酒。现在习酒厂已被茅台酒厂兼并,既生产酱香型酒,也生产浓香型酒。

郎酒与茅台渊源颇深,与茅台素有“姊妹酒”之称。

岷江和金沙江汇合成长江,交汇点就是宜宾,“万里长江第一城”。顺江而下是泸州,同属川南。长年封闭和湿热气候适于酿酒微生物繁衍,这一带制作的大曲,皮薄、菌丝分布均匀,有益微生物种类繁多,曲香扑鼻,可为酿制优质酒提供充足“动力”。

湿热气候同时带来瘴气,让酿酒成为生存需要。北宋时期,此地“汉夷杂居,瘴乡炎峽,疾疫易乘,非酒不可以御烟岚雾,而民贫俗犷,其势不能使之洁于官”,因此“以烟瘴之地许民间自造服药酒”的做法,显然带有放任自流的特点。川南酿酒业正是在这个背景下大发展起来的。黄庭坚被贬至宜宾时也提到这一点,“老夫止酒十五年矣。到戎州,恐为瘴疠所侵,故晨举一杯”。

“水乃酒之血”,长江为酿酒带来了优质水源。“虽然不像说的那么神奇,‘五粮液沿用安乐泉水,泸州老窖沿用龙泉井’。”原泸州老窖副厂长、中国白酒酿造传统工艺非物质文化遗产传承人赖高淮说。

川酒遍地开花的一个重要阶段是明末清初“湖广填四川”之后,外地移民引进新的农作物及新品种,如早熟水稻品种、玉米、薯类等,同时也带来精耕细作的耕作方式。四

川重新成为天府之国,为酿酒提供了农业基础。酿酒的主要原料糯红高粱就带有鲜明的本地特征,这种红高粱皮薄红润、颗粒饱满,秆矮而粗壮结实,穗大而籽粒丰硕沉淀,属天然栽种,杂质含量低、营养成分高,支链淀粉比例高达90%以上,特别利于出酒和糊化。而且这种红高粱还富含单宁、花青素等成分,其微生物酯元化合物可赋予白酒特有的芳香。因本地产量有限,赖高淮也曾经做过试验,在曲江培育糯红高粱品种,不成功。

周询的《蜀海从谈》:“川省田膏土沃,民物殷富,出酒素多,糟房到处皆是。私家烤酒者尤众。”无论是糟坊数量、酒的产量还是人均耗酒量,四川都居全国之首。

现在长江上游的交通优势已丧失,而在当日,五粮液主厂区所在的“旧州”江边曾是一个繁荣的贸易市场。因产于云、贵的铜、铅、白银为按年采运的铸币材料,清廷不惜巨款,对金沙江、赤水河等川滇、川黔河道进行疏浚,同时促进了川盐销滇、销黔的通航需要。长江上游水系在不断疏浚中成为清代四川重要贸易通道,沿江货物集散地也形成若干贸易市场,嘉庆时期达3000多个。

《川商》主笔张镜分析,中国白酒金三角构成,对于川酒,尤其是二三线产品发展也是契机。“四川人会造酒,安徽人会卖酒”这是一句在中国白酒业界颇为盛传的流行语。从某种程度上讲,其实这是对近几年来,以口子窖、高炉家为代表的徽酒二线品牌驰骋中国白酒市场的肯定。

“现在是两极分化严重,四川名酒厂发展越来越好,二线白酒企业发展难度越来越大。”四川省食品工业协会酿酒协会秘书长杨俊认为,虽然近几年来四川白酒业界对品牌的观念认识已经有大幅度的提高,但二线

品牌的规模、销售收入和打造仍还有很长的路要走。

据四川省酿酒协会的统计,四川白酒二线品牌中,销售上亿元的大约有50多家,但其中销售收入3-5亿元的却只有4、5家,而销售收入上10亿元的则寥寥无几。

而白酒业界公认的白酒行业第二梯队的门槛至少为5亿元的销售规模,随着经济的快速增长,未来三年内,白酒行业第二梯队的最低门槛销售收入则至少是7亿元。可见四川,二线品牌的打造显得多么急迫。

“四川二线品牌规模不大、知名度不高,导致川酒整体品牌结构失衡,一定程度上削弱了川酒在省外市场的竞争力。”《酒类财富》杂志总编辑彭作权不无忧虑地说道。

从二线名酒来看,相比安徽、河南、江苏、山东等省,四川的二线名酒不但数量屈指可数,其规模也不够大。四川的二线名酒只有江口醇、小角楼、丰谷等几家。“川酒的二、三线品牌,除了江口醇、小角楼、丰谷在川酒市场拥有强大的区域势力外,外埠市场的根据地,有的成为“飞地”,有的正在被地产酒所夹击,而苦苦谋求突围之计。川酒中小企业,中小品牌核心竞争力的欠缺,在区域化的产品成型之后,将成为这些酒企的致命死穴。”白酒营销专家何足奇说道。

“如果没有全兴大曲对当年成都市场的放弃,江口醇和小角楼就不会在成都市场上异军突起,由此我们可以看出70-80元的中档酒,乃至价格再低的低档酒还有市场的。这对二线白酒品牌来说,正是应该抓住的机会。”张延元认为,二线品牌一定要有自己的根据地,只有牢牢抓住了自己的根据地市场,才能发展壮大。

5. 共荣战略:蒙陕宁西部能源金三角



宁夏宁东、内蒙古鄂尔多斯、陕西榆林地处鄂尔多斯盆地,在地理上构成一个几何『三角』地带,是中国北方地区重要的能源资源富集区。区域内煤炭、石油等石化能源储量达到两万亿吨标准煤,约占全国百分之四十,同时这里还蕴藏着丰富的太阳能、风能等可再生资源。

亿吨)的黄金地带频频受到政策青睐。

2009年初,国家发改委正式批复《宁东能源化工基地开发总体规划》,明确把宁东建成国家重要的大型煤炭基地、煤化工基地、“西电东送”火电基地和循环经济示范区。计划到2015年,基地火电装机容量达到1120万千瓦,2020年达到1600万千瓦。同时建设国家煤化工产业基地,到2015年,煤化工产品生产能力达到1500万吨/年,2020年达到2000万吨/年以上。

此外,政府还对基地投资的企业给予产业配套政策、土地政策和财税政策等系列优惠措施。例如对建成宁东基地下游产业龙头项目的企业,一次性奖励20万元,一个投资主体建设下游产业项目固定资产投资超过10亿元的,一次性奖励100万元。按照每亩4000元的标准,补助企业基础设施建设项目等。

在政策全方位扶持下,截至2011年底,基地累计完成固定资产投资1700亿元。今年上半年,基地更是开展项目建设大会战,



在国内宏观经济整体下行背景下,基地上半年完成工业总产值268亿元,同比大增54.9%。

按照基地总体规划,到“十二五”末,宁东基地总投资额将达5000亿元,实现工业增加值和拉动相关产业增加值1500亿元。

中国金三角地缘经济形成,是经济大环境的必然选择,是区位优势体现。区位优势即区位的综合资源优势,即某一地区在发展经济方面客观存在的有利条件或优越地位。其构成因素主要包括:自然资源、地理位置,以及社会、经济、科技、管理、政治、政策、文化、教育、旅游等方面,区位优势是一个综合性概念,单项优势往往难以形成区位优势。

势。一个地区的区位优势主要就是由自然资源、劳力、工业聚集、地理位置、交通等决定。同时区位优势也是一个发展的概念,随着有关条件的变化而变化。

工业革命后,新技术和新市场的出现,由工业社会初期的自然资源、劳力、运输优势发展到后期的技术、市场、政策、企业关联等优势。知识经济时代的区位优势不同于传统的区位优势。美国经济学家保罗·罗默从理论上解答了缺乏自然资源的国家为何不一定是穷国,领先国家最有效的是持续发展问题。在知识经济时代,人的因素占主导地位。人的流动性,尤其是掌握知识、技能的人才的流动性是很大的,因此,培育并吸引高科技人员就成为发展经济、提高区位优势的关键。

随着中共中央十八大制定的经济发展战略目标,地缘经济态势将会发挥越来越大的作用,最终将汇集成中国强劲有力的经济浪潮中的一股重要有生力量,为未来十年二十年的发展带来积极的持续的发展动力。



◎各级领导共同见证“安、快、准、省”的路港快线新产品启动盛举。

2012年11月20日,国内领先的公路港平台整合运营商传化公路港在成都启动全新一代的公路快运产品“路港快线”。

据记者了解,路港快线是传化公路港针对广大货主多频次、中小批量的物流需求,通过整合提升中小专线运输企业的优质资源,推出的安全、准时、快速、经济的新一代中高端零担货运产品。具有“点点直达、安快准省”的服务特点。

中国物流学会常务副会长兼全国物流标准化技术委员会副主任戴定一应邀出席本次活动并在致辞中高度评价了传化公路港的这一创新产品。他说,路港快线的推出,对于公路货运市场的整合具有重要推动作用,特别是在平台型企业的整合方式,资源整合与市场整合之间的关系以及标准化、信息化在整合中的作用等方面,提供了新鲜经验。这些创新将促进行业的整合、规范和技术进步,只有

开启点点直达 安快准省的新物流 成都传化公路港推出路港快线

□ 于丹 郑培豪 尹小珍

这样才能实现行业的转型升级。

据悉,为了打造市场需要的产品,路港快线项目组成员曾对3000多家物流企业展开深入调研,分析了海量的数据,之后发现:一边是快速准时但运价较高的高端零担产品,另一边是承担了中国零担市场90%以上业务量的众多中小专线企业,却面临着运价混乱无序、服务参差不齐的困境。传化公路港瞄准当前物流企业最为关心的安全、时效、价格推出了路港快线。

传化公路港总裁徐水波在启动仪式上介绍,作为传化公路港倾力打造的“零担城际专线运输网络平台”,路港快线通过采取五定、七统一的专业化、标准化、流程化的运营体系,结合传化公路港平台的品牌、网络、信息化、管理优势,以及众多优秀专线企业的资源和运力优势,有效地解决了中小专线企业和货主间的供需矛盾,充分地发挥了专线企业“点点直达”、快速、经济的先天优势,让货主可以享受到“快递的速度、专线的价格”,开辟了一片全新的蓝海市场。

“路港快线”在苏州公路港首发之后,作为首批成为路港快线认证会员的专线企业之一,华美达物流总经理黄道友认为,路港快线提供了传统的专线企业所无法比拟的服务,不仅为专线企业带来想要发高端货的客户,也为专线的信息化管理、标准化管理提供了蓝本,同时为专线的运营注入了一股全新的活力。

值得一提的是,成都公路港是传化公路港系列平台中最大的一个。可以预见,路港快线在成都这个重要的西部物流枢纽城市启动之后,将会使更多的货主有机会体验到安快准省的新物流服

注:

五定:定点、定线、定班、定时、定价
七统一:统一品牌形象,统一网络规划,统一运营标准,统一客户服务,统一运单及流程,统一保险及理赔,统一GPS在途跟踪和网络平台



◎传化公路港徐水波董事长致辞。



◎中国物流学会常务副会长兼全国物流标准化技术委员会副主任戴定一应邀出席本次活动。



◎成都传化公路港物流有限公司孙方明总经理作产品介绍。