



泸州市“酒博会”获商务部重点支持

■ 杨敏 王雨航

记者从泸州市商务局获悉，近日商务部下发了《商务部办公厅关于确定2013年商务部引导支持展会的通知》，泸州市“白酒专业博览会”成功入围商务部重点引导支持的115项展会之一。

据介绍，在省商务厅和有关行业的大力支持下，泸州市的“白酒专业博览会”参加商务部重点引导支持展会评选，经商务部组织专家委员会评审及网上公示，成功入围，成为四川省唯一成功入围的展会。从2008年开始，泸州市连续6年高规格举办酒博会，累计邀请组织911户国内外企业、1.6万批次客商参展参会，交易金额达199.3亿元。3月25日开幕的2013年酒博会首次牵手西博会，成为第十四届中国西部国际博览会的重要组成部分之一。“白酒专业博览会”获得商务部重点支持，必将对泸州市在拉动消费、调整结构和促进经济合作等方面发挥积极的带动作用 and 辐射效应。

为古蔺酒类企业提供人力资源服务

■ 汪熙 卢如炳

近日，泸州市古蔺县重点酒类企业人力资源服务工作座谈会在县人社局会议室召开。来自县内仙潭酒业集团、金美酒业、红军杯酒业、奢王府酒业四家白酒企业代表及人社、财政、工商、工会、妇联等部门相关负责同志参加了会议。

会上，四家酒业公司代表介绍了公司发展概况及当前白酒行业面临的形势，针对酱酒园区技术工人和专业技术人才缺乏的现状，县人社局表示将充分发挥人社工作职能，积极在用工培训、劳动用工等方面，与县财政、工会、妇联、经商等单位协同配合，努力实现资源共享和优势互补，为企业招聘和民工就业服务好。

据悉，今年4月，按照泸州市委、市政府“六个突破，四年翻番”的战略目标要求，根据当前泸州市酒类企业面临的困难和问题，该市决定为全市重点酒类企业提供人力资源服务，2013年，古蔺县将力争为全县4家重点酒类企业招聘600余人。

六大指标出众 泸州老窖再夺“金圆桌奖”最佳董事会桂冠

■ 李晓虎

第九届中国上市公司董事会金圆桌论坛暨金圆桌奖颁奖典礼于2013年5月11日在北京举行。泸州老窖凭借科学高效的董事会治理水平，从沪深股市2465家上市公司当中脱颖而出，继2011年、2012年后，连续第三次摘得“金圆桌奖”最佳董事会桂冠，也是唯一一家获此殊荣的白酒企业。

本次“金圆桌奖”评审以董事会结构指标、董事会行为指标、董事会激励指标、董事会对股东利益的尽责指标、外部评价指标、公司业绩指标等六大指标为依据，通过评委初评、网络公众投票，再由著名经济学家、公司治理专家、政府经济部门领导、资深财经媒体等专业人士组成的评委会终审，最终确定获奖名单。

近年来，泸州老窖董事会牢牢把握公司战略发展方向，积极协调与监事会、经理层的关系，使之各司其职、各负其责、有效制衡、协调运转，科学合理转化“主角”与“配角”的关系，有效保证了公司的规范运作、正常运转，为企业带来更好的经营效益。

公司自上市以来，从资本市场直接募集资金仅为11.43亿元，所派发现金红利是募集资金的6.18倍，是再融资募集资金的6.9倍，此项指标公司位列沪深两市上市公司前列，树立了公司在中国资本市场投资者回报上的标杆形象。

2013年，泸州老窖将继续践行“天地同酿、人间共生”的企业哲学，以酒业为主导，并不断增强产业、金融“双轮驱动”效能，为公司未来发展提供有力支撑。通过公司董事会的科学决策，管理层的高效执行，以及全体员工拼搏进取，泸州老窖“做中国酒业巨子，成中华酒文化旗手”的企业愿景必将有望实现！

限制公款消费 高档白酒未必不是酒企和经销商的福音

高端白酒在中国是卖方市场，供不应求，茅台、五粮液等高端白酒不仅可以经常提价，还能保证销量年年上升。

去年底开始，政府出台政策限制公款消费高档白酒，于是高档白酒很快“利空”，引来高档白酒生产商和经销商诸多埋怨。

福祸相依，如果辩证地看，这未必不是好事。它或将使高端白酒更加市场化，普通消费者的需求或将逐步替代政府、军队以及事业单位、国企的消费需求，长期来看，有利于促进高端白酒的销量与相关公司股价的提高。

高档白酒供不应求 假酒生产者趁虚而入

从上世纪70年代末中国实行改革开放以来，经济高速增长30多年，民众的收入水平得到极大提高。据高盛统计，2012年中国奢侈品全年消费460亿美元，其中国外消费271亿美元，国内消费189亿美元。从上世纪80年代开始，市场上就开始出现假茅台和五粮液。

2011年9月，贵州省商务厅副调研员陈有泰曾表示：“茅台酒厂的年产量约为2万吨，而2010年全国茅台酒消费量高达20万吨，市场上90%的茅台都是假酒。”随后，“市场上90%的茅台都是假酒”的说法充斥报端。上述说法或许有点夸张，但是高档白酒供不应求，假酒生产者趁虚而入牟取暴利造成假酒泛滥却是众人皆知的事实。甚至有观点认为没有特殊的关系和渠道，几乎买不到真茅台。

高档白酒年年提价 销量也能保持年年上涨

近年来，高端白酒每年都会调价，这已经成为惯例。对于企业来说，能够提价自然是好事，这样可以直接提升利润。高端白酒能够长期反复提价，说明供小于求，企业具有定价权。在频频提价的同时还能增量，企业销售额能够持续上升，供求关系更有利于供方，这是典型的卖方市场。2012年，贵州茅台和五粮液实现归属于上市公司股东净利润均较上年同期增长50%以上，这在很大程度上得益于产品销量增加和产品提价效应。

据国信证券统计，茅台五粮液泸州老窖的淘宝网销量，在12月初限制三公消费政策出台后，销售受到一定影响，但到12月第4周主流卖家的总销量环比增61%。其中除53度飞天茅台销量环比增速较低外，五粮液老窖均有70%以上增长。

2013年1月第一周主流卖家的总销量环比增17%，其中除52度国窖1573销量环比略有下滑外，茅台五粮液销量均有20%水平的增长。

2013年2月第一周主流卖家总销量周环比降74%，但比限制三公消费政策出台前的2012年11月水平仍然要高。即使销量周环比下滑幅度最大的五粮液，价格依然坚挺。

抑制公款消费将促使 高档白酒进一步市场化

在限制三公消费之前，高端白酒的消费

主力来自党政军各界、大型国企、城市中产阶层等。抑制三公消费将使高端白酒转向更市场行为的普通消费者。由于茅台酒需要窖藏五年才能出厂，生产流程较长，产品具有稀缺性，茅台酒是举世公认的世界最好的蒸馏酒之一。茅台名誉董事长季克良表示，“茅台在中国白酒中占比较少，只有1%左右。其中每年茅台还有部分白酒需要供给政府和军队”。本来高端白酒就供不应求，特供酒的出现使得市场供需矛盾更为突出。

茅台、五粮液的核心竞争力在于酒的品质好且稀缺。政府出台限制三公消费政策和军队限制招待用酒将压缩茅台、五粮液供给政府和军队的比例，这就使得未来茅台、五粮液将会把更多的产品投向市场，高端白酒进一步市场化，产品受供求关系的影响更能反映高端白酒的真正价值，这对消费者和酒企来说是好事情。

高端白酒仍旧供不应求 2013年保持增长是大概率事件

政府对于三公消费的限制及反腐力度的增强将影响高端白酒的短期销售，但从长期来看，高端白酒的总体需求就不会削弱。一方面，商务活动和婚宴对高端白酒的需求仍然存在；另一方面，限制三公消费将使更多的普通消费者能够接触到真品，激发潜在需求。同时也能提高茅台、五粮液的销量和利润。

茅台集团董事长袁仁国近期表示，2013年茅台力争实现销售额增长18%，达到416亿元。五粮液也表示，2013年公司争取利税保持20%的增长。

“限酒令”、“禁酒令”之后看市场

“如果说茅台、五粮液以前的市场价格是一匹脱缰的野马，那么现在只是给它配上了马鞍缰绳。”记者采访河南九州国酒行有限公司董事长蒋文时，他给记者打了这样一个比方。他说，在“禁酒令”之后，由于市场政策等因素，高端白酒价格一路下滑。但下滑后是重新洗牌还是有新的商机，蒋文有他独到的看法。

白酒投资仍是最佳选择之一

蒋文说，政务限制高端名酒的消费，引发了白酒行业高端名酒销量大面积下滑，从而让一些人对投资白酒行业产生质疑。对此，白酒方面的专家观点是，首先，虽然名酒销量下降，但同系类的中低档白酒却稳中有升。业界估算，2011年，河南省白酒总销量为200亿元，2012年河南省白酒总销量为220亿元，较上年度增长10%，五粮液河南市场同比增长18%，从数据分析，河南白酒市场依旧需求旺盛。

其次，白酒沉淀了中国的历史文化，它维系着中国的人情世故，满足了商务宴请及沟通情感需求，形成了独具特色的消费方式。再次，白酒不受国际形势影响，是中国商业少有一块净土，投资白酒行业，相对风险较小。

最后，中国白酒正处于行业洗牌、资源整合时期，随着五粮液等大品牌大厂渠道、价格下沉策略的持续推行，地方性、规模小的白酒业被淘汰出局，五粮液等大品牌则会强者越强，此时，投资白酒行业，与巨头联姻，将共享白酒未来的广阔市场。

为此，白酒方面的营销专家认为，白酒行业短期内不会萎缩，长期来看，经过资源整合必将更加有朝气。

价格下沉是理性回归

那么，在此轮白酒价格下沉之后会给市场带来哪些变化？蒋文说，其实，类似茅台五粮液，它们是白酒行业的价格标杆，

在此之前，价格可谓一路上涨，茅台的价格甚至一度达到2000元以上，但这种非理性的价格上扬并非是一种正常的市场，可以说这种价格上扬，带动的是整个白酒行业的价格上扬，最终为此买单的仍然是终端的消费者。那么现在，白酒价格下沉，特别是茅台五粮液回归到千元左右或者千元之下，在这种价格标杆的带动下，国内其他品牌的白酒价格也会下调。试想，茅台五粮液白酒价格达到一般消费者能够接受的价格之后，以其强大的品牌影响力，整个市场会是什么样子？

白酒行业知名人士李强在其《寻找白酒行业新动力》一书中说，如果五粮液选择降价，那么整个行业就会翻天覆地，一旦五粮液降到500元，以其强大的品牌力，几乎不做任何投入，便可以横扫次高端价位段的所有品牌，收获整个次高端市场，在普通家庭喜寿宴市场和商务消费形成竞争力。

所以，在选择投资行业的时候，白酒在价格理性回归之时可谓正是时候。

茶酒文化

白酒收藏——发现价值，传承文化的旅行(下)

(上接5月3日11版)

“白酒收藏领域分为时代层面和品种层面两个收藏导向。”成建林说道，“从时代层面来说，中国制酒历史悠久，时代跨度非常大，由于古代酒在器皿密封工艺和保存方面的难度，目前真正发现的古代酒几乎没有，几经被发掘的几例也是通过考古在一些古墓或老的制酒区域中发现的老酒器及窖池与窖泥；而近代中国战乱不断，加之文化的断层，因此实物酒收藏目前是以新中国成立以后至90年代初这个时代区间为收藏的主流；同时这个时期也是中国白酒酿造工艺最巅峰(未改制前的酒厂均采用传统的制酒工艺)；白酒品类划分最体系(以香型和地域流派)；地域风格最突出(历史风格与包装)；酿制酒质最好的时期(无污染的空气、粮食、水源)；从品种面来讲，与多数藏品一样，存世量在一定程度上决定了藏品的价值，并不是一味最有名的品牌老酒就绝对最珍贵，中国的名酒体系很大，1952年—1988年，历届全国品酒会上评选出的老‘4大’、‘8大’、‘13大’、‘17大’名酒组合；以及53种国家优质酒。存世极少，珍稀的优质名酒及地方名酒，相当一部分品种因藏品的稀缺，受到藏家们的追捧，能拥有这些体系化的名牌老酒是很多藏家的终极目标，能收藏并保藏好这些稀存的老酒事实上也是在保留了一段历史。”

老酒可以长期保存是较其它酒类收藏所具有的独特魅力。中国自古有“酒是陈年好”之说，众所周知，与其他酒类相比，大多数的中国白酒均系高度(50度以上)的乙醇度数能有效的抑制酒内微生物的生长防止变质)因此高度白酒的外包装上也完全没有



保质期概念，老酒具有越陈越香的特点，越陈越香，价值越高，正所谓“能喝的古董”。另外由于非窖藏酒，老瓶封装的白酒在灌装前已经过调制，因而酒质非常稳定。在储藏方面相对窖藏酒更为简单，仅在酒瓶封口处处理抗氧化，控制好光线、温度、湿度即可；无需地窖储存，过于潮湿反而不好，因为瓶封装的白酒瓶身附有印刷纸质标识，若过于潮湿反而会生霉腐蚀性影响品相。“如果你家中有藏酒，一定要避免强光直接照射，最好将老酒陈列或储藏在略微阴凉的区域，四季温度在零下5℃—26℃之间，房间里保持适量的湿度(摆放水植或盛有水的器皿)即可。与红酒收藏不同的是，白酒最忌讳‘躺着’放，

一定要立起来”，成建林说道。酒也是易挥发的，在藏酒过程中最需要注意、最重要的一点是要谨防“跑酒”。成建林说自己的藏酒的酒瓶口处都缠绕有保鲜膜，而这“缠膜”也是极有讲究的，不能太紧也不能太松，一般用保鲜膜在瓶盖上缠绕三层，第一层要松，第二层略紧，第三层更紧。“有些人认为蜡可以防止挥发，这可是藏酒的大忌”，成建林说：“封蜡过程中，溶化的蜡因热胀原理会爆裂老瓶口的塑质封膜，开蜡后极可能影响白酒的品相。加上封蜡后不能清晰地观察实际瓶口特征，会影响白酒真伪及细节和鉴别，这些对白酒的收藏来说有时甚至是致命的。”

短期来看，近期部分地区高端白酒的终端价有所回落，但价格并未出现大规模大幅下降，公司经营或将承受一定压力。但长期来看，高端白酒的行业地位和品牌竞争力能保证其稳定增长，市场供需趋于平衡，终端价格起稳是大概率事件。未来受益于消费升级，茅台、五粮液最重要的消费群体将是商务需求和大众宴请。

抑制三公消费有利于促进销量与股价根据胡润报告，茅台已经跻身“2012全球十大最值钱的奢侈品牌”行列，品牌价值超过奔驰。

限制公款消费高档白酒影响短期销售，但无碍长期总体需求

收入增长使得更多人能喝得起高端白酒。从上世纪70年代末中国实行改革开放以来，经济高速增长30多年，中国的综合国力得到大幅提升，民众的收入水平得到极大提高，茅台、五粮液等高端白酒已经成为数以千万计的中产、白领们能喝得起的酒。据高盛统计，2012年中国奢侈品全年消费460亿美元，其中国外消费271亿美元，国内消费189亿美元。2012年茅台和五粮液等高端白酒的总销售额不到1000亿元，如果能够保证产品质量，消费者能够方便地买到真正的高端白酒，未来市场空间广阔。

在消费升级的时代背景下，持续限制三公消费将使政务和军队消费萎缩，与此同时商务消费和居民消费比例将会持续增加，未来高端白酒的销量总体仍能保持平稳增长，这也有利于高端白酒企业的利润和股价。

(编者整理)

九州国酒行独特营销

据介绍，河南九州国酒行有限公司是一家集酒水连锁、物流配送、酒水存储、电子商务四维一体的酒水经营机构。配合电话酒水快递的功能补充，借助国内顶尖白酒核心营销团队的成功经验，致力于打造中国第一家直销式高端酒水品牌连锁企业。

九州国酒行——作为中国高端国酒运营平台、高端酒水连锁机构，目前是五粮液多个核心品牌的河南省独家总经销，同时涵盖茅台、国窖1573、国窖金牌等国内高端白酒系列，并携手世界顶级酒庄——拉菲酒庄、木桶酒庄等知名红酒品牌共筑酒的王朝。

九州国酒行——独创“股东加盟商”营销盈利分配机制与“信用担保加盟”机制。利用创新科学的分配机制，实现股东经销商创利最大化，使加盟连锁店在盈利基础上实现经营产品的统一，从根本上维护九州国酒行连锁系统的品牌忠诚度。

(中国酒文化)

传承有道

建林谈到：“老酒收藏具备独特的收藏属性，会逐渐形成独特的文化氛围，因为名贵的老酒是被美誉为‘可以喝的古董’，既可收藏把玩，又可饮用，并且可参加还可进行理财投资；并且可参加陈列鉴赏、品鉴酒会、拍卖流通……目前部分一线城市的高端顶级私人会所和艺术酒店已经对古董酒进行主题鉴赏及饮用相结合的尝试，且比较成功。”

积攒了这么多的好酒，让成建林愈享受着藏酒的乐趣，“我和父亲对老酒怀有深厚的感情，每一瓶老酒都烙上了一个时代的印迹，记录着地域文化以及往日的一段回忆，如何将它们用最好的环境和恰当的保存措施将其传承下去是我对酒文化传承矢志不渝的追求。”

建林有自己的个人藏酒网站，还经常在博客中写一些关于藏酒的知识 and 技巧。他筹建的“武汉楚天老酒博物馆”下半年便开始启动实施。同时建林的新书《建林说老酒》也将于明年在全国范围出版发行。

“太白斗酒诗百篇”千年酒文化是中国的传统文化之一，中国白酒更是世界上最古老的三大酒种之一，而这“一樽醇”可以喝的“古董”在文化全球化的当下，早就已经悄悄且快速地渗透到全球文化艺术品的世界中，“各大艺术品拍卖会、全国收藏家协会、酒文化博物馆、藏书书刊及各类名酒主题的高端艺术会所……我们越来越频繁地看到中国名牌老酒的身影。”建林说白酒收藏是一场发现价值、传承文化的旅行，一场他将用一生来完成的旅行。

(当代艺术)