

四川中国白酒金三角酒业协会到贵州茅台考察

5月23、24日,四川中国白酒金三角酒业协会常务副理事长李成云、会长王国春、秘书长张玉山及泸州纪委书记、泸州酒业领导小组组长田亚东一行到贵州茅台集团考察,受到贵州茅台集团公司和贵州茅台集团公司名誉董事长季克良的热烈欢迎。

在季克良先生陪同下,考察团先后来到茅台集团公司新增5.2万吨工地、茅台集团公司生产、存储车间及茅台酒文化馆参观,并品尝了茅台集团公司50年窖藏佳品。

随后,考察团一行与季克良先生、茅台集团公司高层、贵州省经信委、贵州酒业遵义、仁怀市相关人士举行座谈,茅台股份分公司副总经理杨代永向与会者介绍了茅台集团公司的历史及现状。据介绍,今年1-4月,茅台集团公司所在行业遭遇整体调整的

大背景下,实现销售收入119.27亿元,同比增长14%;利润总额65.39亿元,同比增长18.1%;实现税金38.84亿元,同比增长0.7%;上交税金52.85亿元,同比增长30.9%。预计2013年,茅台酒产量将达到37500吨,集团公司其他白酒产量60000吨,集团公司实现销售收入436亿元,实现利润240亿元以上。茅台集团未来的发展目标是:茅台酒基酒每年增长3000吨以上,到2017年实现5万吨,销售收入800亿元,2018年销售收入实现1000亿元。

会上,茅台酒股份分公司副总经理杨代永还就当前白酒行业形势提出副总建议,认为本次白酒行业的调整是在产能过剩的大背景下产生的,可能会经历一年半到两年,未来白酒发展将会向名优名牌、向科技领先的企业

聚集,向拥有原产地保护等稀缺资源的名酒聚集,未来白酒的消费趋势将向酱香型、芝麻型和淡雅型的优秀品牌聚集,对这些企业来说,当前的调整是机遇大于挑战,仍然将保持增长态势。

季克良先生在会上谈了他对中国白酒金三角的认识,希望和四川携手打造中国白酒金三角区域品牌,对当前白酒市场的调整,他认为需要正确处理和经销商、特别是消费者之间的关系,也希望茅台酒的市场价格不要太高,同时,他判断茅台、五粮液未来的发展空间还很大,一定能克服困难渡过当前难关。

会上,四川中国白酒金三角酒业协会会长王国春着重就川黔两家如何在赤水河环境保护、交通、旅游等方面合作,共同打造中

国白酒金三角区域品牌提出了建议。

最后,四川中国白酒金三角酒业协会常务副理事长李成云做了讲话,他表示今天是对茅台、对季克良先生慕名而来,看了之后觉得茅台公司有历史、有文化,是百闻不如一见;其次,茅台集团公司在当前白酒调整的大环境下,仍然大手笔扩大产能,体现出龙头企业的魄力;再次,希望川黔两家合作,共同打造中国白酒金三角区域品牌,实现双方战略共赢,同时邀请季克良先生、茅台集团公司高层及贵州相关人士在方便的时候回访四川。

四川白酒金三角酒业协会副秘书长杨荣生等及泸州古蔺相关同志参加了考察。

(中国白酒金三角协会秘书处供稿)

“2012年度中国企业文化十大竞争力品牌”五粮液榜上有名

2013年5月25-26日,第十届中国企业文化暨党建文化创新论坛在春城昆明召开,五粮液集团、海尔集团、中铁一院、中铁二院、中国水利水电集团、中建五局等知名企业主管企业文化和党建工作者参加了论坛。其中,五粮液在此次参评的100多家企业中,荣获“2012年度中国企业文化建设十大杰出贡献单位”、“2012年度中国企业文化十大竞争力品牌”。五粮液股份分公司副总经理唐伯超获“中国企业文化建设十大杰出贡献人物”荣誉称号。

中国企业文化暨党建文化创新论坛由中国工业合作协会、中国现代文化学会企业文化专业委员会主办,中国文化研究会协办,世界经济文化交流协会等单位联合

主办。国家工商总局贾玉斌司长、中国工业合作协会副秘书长李笑天、世界经济文化交流协会海外顾问冯杰等嘉宾出席了论坛。

本次论坛的主题是“发挥党建引领作用、创新企业文化管理、提升文化竞争力”。论坛主要内容是如何实现企业文化与党建文化工作的有机结合。与会专家和企业文化工作者就中国社会主义企业文化建设的特色,新时期中国企业文化与党建文化的特征、党建文化与当代中国主流文化、党建文化与企业文化建设结合案例等诸多问题进行深入的探讨和分析。

本届论坛共收到了来自全国各地的企业文化建设案例80多篇、企业文化遗产、

企业文化先进资料200多份,从中评选出了10家企业文化建设十佳单位和30多名先进个人。五粮液凭借2012年在文化创新上的优异表现获得“2012年度中国企业文化建设十大杰出贡献单位”、“2012年度中国企业文化十大竞争力品牌”。五粮液股份分公司副总经理唐伯超获“中国企业文化建设十大杰出贡献人物”荣誉称号。

多年来,五粮液在发展过程中,始终将学习、宣传、贯彻十七大精神与加强党建思想政治工作相结合。公司党委牢牢把握“围绕企业健康生存和发展抓党建,抓好党建促企业健康生存和发展”的党建工作总体思路,深入开展创先争优活动,紧紧抓住提升中层经营管理人员的能力和作

风建设,以及保持党组织和党员队伍先进性建设两个重点,进一步推进了干部队伍、基层党组织和党员队伍、人才队伍建设的创新与发展,为企业加快发展、科学发展、又好又快发展提供了坚实的组织保障。

中国企业文化论坛始创于2003年,每年举办一届,至今已经历时10年,总参加人数已经突破2000人,每期论坛主办方根据当年企业文化建设热点问题,拟定不同的论坛主题,在全国企业文化建设领域创立了“企业文化创新奖”荣誉表彰项目,目前共有500多个单位和个人荣获该项荣誉,该论坛已经得到了全国企业界的广泛认同。

(五粮液集团供稿)

“纸白酒”一路暴跌难“理财”

去年下半年以来,白酒利空消息接踵而至,使得白酒价格一路下挫,白酒股价更是“跌跌不休”,曾经疯狂的白酒理财产品盛况难再。

“纸白酒”“跌跌不休”

截至目前,上海国际酒业交易中心一共发行了12款酒类投资产品,其中9款为白酒产品,3款为红酒产品。2012年,虽然市场上炒作白酒的话题不少,但“纸白酒”受市场虚高难继的影响,交易出现了明显的下跌倾向。

2013年以来,尤其4月,这种下跌的趋势更为明显。古井贡酒跌幅为15.20%。西风·国典凤香更是出现了上市以来的新低,单月下跌32元,跌幅7.08%。“国窖1573”全月跌幅2.41%。相比之下,水晶舍得表现稍好,全月上涨5元,涨幅1.25%。

事实上,对于这4款酒品来说,现在的处境才更为糟糕。以5月29日的交易收盘价为基准,对于产品起初的发行价,水晶舍得、西风·国典凤香、古井贡酒等3款产品目前都出现超过了40%以上的浮亏。

当然,不只是上海国际酒业交易中心2012年发行的白酒产品普遍浮亏,其他酒业交易所的同期产品也没能幸免。

川酒利税首现负增长

林向

近日,工信部援引四川省经信委报告称,川酒利税、利润近10年来首次出现负增长。其中,位列川酒“六朵金花”的郎酒和剑南春首当其冲,郎酒集团总库存达到65.9亿元,其中成品库存超过57.7亿元,而剑南春集团的“剑南春”系列品牌酒销量更是同比下降52.49%。

川酒遭遇“滑铁卢”

四川历来在中国白酒业版图上具有举足轻重的地位,多家川酒企业年销售额突破百亿元。数据显示,2012年,四川省规模以上白酒企业达273户,实现工业总产值1522.67亿元。而且国家名酒对四川全省白酒产业增长贡献突出,2012年全省国家名酒销售收入占全省规模以上白酒企业总销售收入的63.21%,利税总额占80.77%,利润总额占83.60%。

但今年第一季度,川酒突然遭遇全省白酒产业利税、利润近10年来首次出现负增长的困境。如泸州白酒产业利税总额43.9亿元,同比下降18.8%,入库税金22.3亿元,同比下降25.9%。报告分析,主要原因是受高端酒实际销售量同比大幅下降影响。

报告还提到,白酒产销整体增速明显

下滑。与去年同期相比,一季度四川省白酒产量和销售收入增速大幅下降:产量增速下降20.56个百分点,销售收入增速下降31.49个百分点,主要原因是由于高端白酒销售受阻,宜宾、泸州等白酒重点产区及名酒企业销售收入出现大幅下降,直接导致全省白酒产业增速明显下滑。

历来被高端白酒看重的“价格标杆”也出现问题。报告提到,从去年下半年开始,高端白酒在销售受阻和库存增加的双重“重压”下,名酒价格已从高位下滑,虽有一系列的降价促销措施,但市场难以“挺住”。目前部分高端品牌出现价格“倒挂”现象,初步计算,高端白酒终端市场价格与去年同期相比下降在30%至50%,预计价格下调还将持续。

不过,在高端白酒的一片惨淡中,今年一季度川酒也有一些亮色。文件提及,一季度中低端白酒销售大幅增长,由于中低端产品价位适中,消费群体固定,受宏观消费环境影响较小,全省中低端白酒呈现较快增长势头,泸州老窖窖龄酒、特曲等中高端白酒销售收入同比增长22%,泸州老酒坊销售收入增长达220%,郎牌特曲增长84%。

价格走低,库存增大

“这才是真实的情况。”一个业内人士

为直接的关联还是交易活跃度,只要交易越活跃,价格必然大涨。

因此,在酒业市场萎缩的情况下,如何保持纸白酒交易的活跃成为酒业交易机构自我解救的关键,而保底回购和定向配发就是他们的解救之法。

在上海国际酒业交易中心2012年发行的5款白酒产品中,有两款设有破发,分别是“景芝·国标芝香”和“国养国际金奖2012”,而这两款产品都是在原有的交易规则的背景下,增添了保底回购和定向配售两项规则。

“回购机制,有助于引导发行方和承销

商对酒品进行合理定价,完善了交易中心的定价机制。而定向配售机制则鼓励了更多的酒类经销商通过我们的交易平台进行酒品交易,从而进一步完善了交易中心的客户结构。”上海国际酒业交易中心的负责人曾表示。

而对于定向配售的对象,一般是酒厂的经销商和内部员工。在交易所看来,由于这些人对企业和酒产品的质量、价格都是相当了解的,他们认购产品的活跃程度,可以反映出这款产品的价值和前景,从而带动纸白酒交易的活跃度。

(羊城晚报)



茶酒文化

酒中有历史有文化

在人类历史发展长河中,酒和茶一样,已经不单纯地只是一种饮料,它已融入人们的精神生活。中国是酒的故乡,酒融诗词歌赋、绘画书法、歌舞戏剧等艺术于一炉,集政治、经济、哲学、民俗、礼仪、医学、食品、青铜器、陶瓷等为一体,综合体现了悠久、灿烂的东方文明。

酒文化是酒在生产、销售、消费过程中产生的物质文化和精神文化的总称。酒文化包括酒的制法、品法、作用、历史等文化现象,既有酒自身的物质特征,也有品酒所形成的精神内涵。

诗歌历来与酒有着不解之缘,古诗词中,有很多名句酒联系在一起——“李白斗酒诗百篇,长安市上酒家眠,天子呼来不上船,自称臣是酒中仙。”(杜甫《饮中八仙歌》)“醉里从为客,诗成觉有神。”(杜甫《独酌成诗》)“俯仰各有志,得酒诗自成。”(苏轼《和陶渊明〈饮酒〉》)“一杯未尽诗已成,涌诗向天天亦惊。”(杨万里《重九后二月登万花川谷月下传觞》)南宋政治诗人张元干说:“雨后飞花知底数,醉来赢得自由身。”

饮酒的意义,远不止生理性消费,远不止口腹之乐。在许多场合,它都是作为一个文化符号、一种文化消费,用来表达一种礼仪、一种气氛、一种情趣、一种心境。

中国拥有众多历史悠久的名酒,这些千年飘香的美酒,带着深厚的一方乡土文明,不仅给人以感官上的美妙享受,而且给人以力量的鼓舞和文化自豪感。

但如同世间万物一样,酒也具有双重性。酒既能造福于人,也能惹祸,既能给人们带来乐趣,也能给人们造成危害。饮酒过量,不仅会使人的知觉、思维、情感、智能、行为等失去控制,飘飘然忘乎所以,还会摧残人的身体,导致各种严重后果。

作为一种利弊参半的特殊商品,如文中所说,历史上,很多朝代,为了维护国家稳定、人民安全,常会实施禁酒令,就连本族人民极爱饮酒的清朝政府,也会为了减少粮食消耗,备战备荒,防止臣民沉湎于酒误事,而间或实施禁酒令。

几千年的酿酒史,沉积了深厚的酒文化,去其糟粕,取其精华,避开浮躁和无节制的盲目消费心理,认真品味酒中的历史和文化,应该是我们继承和享受酒文化的一种慎重态度。

(编者整理)

酒百科

无论喝什么酒都要控制量

有人认为喝白酒伤身,喝红酒有益健康,多喝点也没关系。长期以来,人们喝红酒有益健康的思维根深蒂固。近年来,随着西方红酒大量进入中国市场,人们也跟着忽悠红酒被夸大的种种好处,包括预防心脏病、老年痴呆、帕金森症等等。但是红酒也是酒,也含有酒精。红酒累积的酒精量带来的是对肝脏的伤害。所以无论酒精来自于白酒、啤酒还是红酒,其后果都是一样的。

专家指出,每周酒精的进食量男性为140克以下,女性为70克以下,超过这个数字就有患酒精性肝病的危险。140克酒精就相当于50度白酒的3-4两,也就是说,成年男性每周饮用50度的白酒不能超过3-4两,而红酒则要控制在每天一二两。当然,摄入酒精量对人体的伤害存在个体差异,但控制自己适度的量则对所有人都适用的。

(编者整理)

