

白酒行业:解决好消费者关心的问题

“白酒行业要是一直不说清楚勾兑、年份酒等问题,行业潜在的危险会一直存在,这不是某一个企业的事情,而是全行业必须要求解决的问题……”

面对新一年的经济发展形势,酒企到底该如何出牌?中国社会科学院食品药品产业发展与监管研究中心将确定“中国白酒产业发展研究课题”项目,并在未来发布《中国白酒产业发展报告(蓝皮书)》为中国白酒行业出具一份客观的行业研究报告。

勇于承担社会责任

“首先,从我个人来讲非常期待这样一个专业的研究报告,因为在制定白酒行业‘十二五’规划时,我有幸参与其中,当时就提出了白酒行业发展自身存在的一些问题,也有一些对各个白酒企业以及整个行业发展的指导意见。”山西杏花村汾酒集团酒业发展股份有限公司副总经理杨波说。

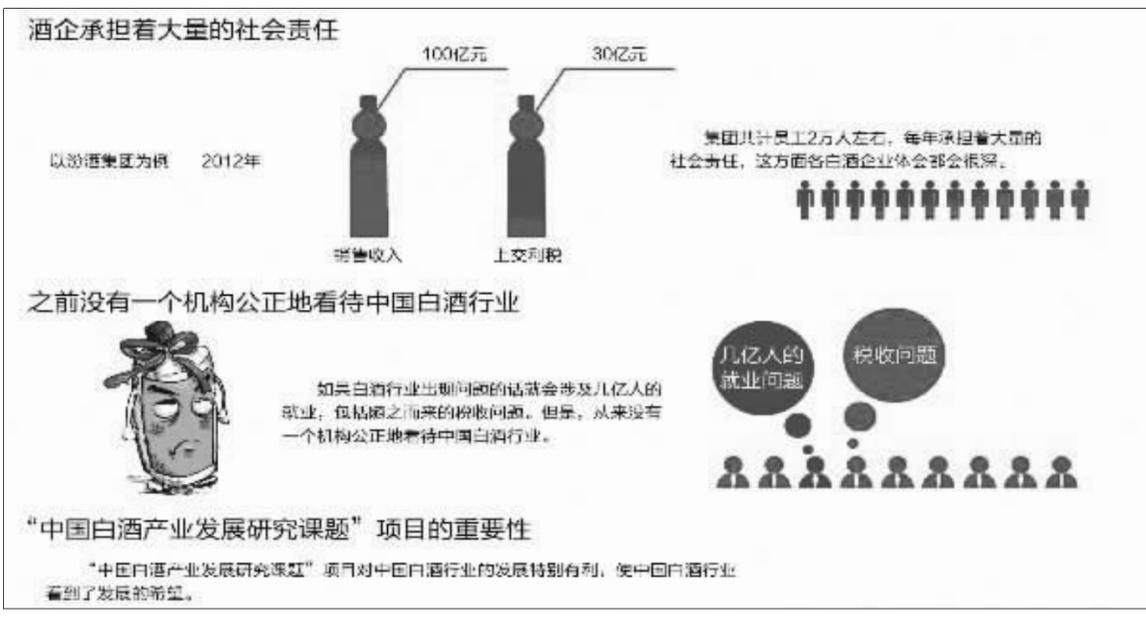
杨波对于这次中国社会科学院组织的《2014年中国白酒产业发展研究》课题讨论非常重视。因为中国社会科学院是从业界外、学术角度来研究整个白酒产业发展的问题,这是白酒行业内部一直呼吁的事情。

“现在,社会各界都对白酒企业有种种不同的看法,提到白酒企业就说我们是‘土豪’,给我们贴上种种标签,对我们的认识是有误区的。这么多年来其实从政府、研究机构,到媒体,包括院校等等没有一个机构认真地坐下来,研究白酒产业到底是怎么回事,承载了哪些责任,包括从经济结构上看,白酒行业是什么行业。”杨波说。

杨波表示,以汾酒集团为例,汾酒集团2012年实现销售100亿元,上交利税30亿元,集团共计员工2万人左右,每年承担着大量的社会责任,这方面各白酒企业体会都会很深。现在白酒行业经常讲产能过剩的问题,产能过剩以后,会带来什么负面作用?包括带来什么社会影响?如果白酒行业出现问题的话就会涉及几亿人的就业,包括随之而来的税收问题。但是,从来没有一个机构公正地看待中国白酒行业。

中国社科院是一个学术性的公正的研究机构,它的报告非常客观,影响力非常大,能够为国家高层在对这个行业做决策的时候提供必要的支持,包括税收问题。

“以前白酒行业发展形势好,税负大,现在行业发展处于减速过程中,包括整个产业结构、产业链都在发生变化的时候,税负问题是否也可以进行调整?因为现在确实有这个需求。整个白酒行业,包括从生产消费到最后各个环节的税负,相对来说比较高。这包括对白酒产业布局,对行政化的产能过剩的规范,希望社科院能够将白酒行业现阶段真实存在的问题进行研究,为白酒行业的健康发展提供有利的建议。”



解决好消费者关心的问题

“研究白酒,从另一个方面讲,现在对于酒文化也存在很多误区。白酒整个结构侧重于一定要认识白酒的本质是什么,除了单纯的物质层面之外,更多是精神层面的载体。”杨波说。

很多人把中国酒文化误认为是酿酒历史,现在纵观整个白酒行业,企业还存在一些不正确的,或者片面的宣传,使公众对酒文化基本认知固化成了企业的酿酒历史。

白酒包含着深厚的酒文化,应该包括哪些方面,在中国酒文化和中国传统文化紧密相关的发展中,白酒酿造工艺、储存、老熟的过程都是酿造文化的一部分,还有包括比较丰富的酒道文化,包括饮酒的器具、饮酒的方法,这些都是中国的酒文化,这是最核心的财富,中国酒要像体现价值,就一定要正确梳理中国酒文化的发展和演变。

“饮酒的礼仪中其实有大量的饮酒文化,中国白酒、中国传统文化和哲学联系非常紧密。酒是什么东西?酒是水的形态,是火的性格,是世界上唯一能够将水火相容的物质,还包括中国传统文化上的内涵,是不是酒龄越长越好喝,是不是刚出来的酒好喝,这和中国传统哲学有很大的联系,包括什么年份什么比例搭配在一起最好。”杨波说。

“研究中国白酒的发展不可避免地要谈到白酒存在的问题。我认为从消费层面来讲,现在有一种标签化的看法认为,白酒等于官酒。其实,这不是白酒的问题,是受整个社会的影响,受中国由来已久的官本位文化的影响。”杨波说。

其实,中国官员在白酒消费层面示范效

应比较明显,现在整个白酒消费的逻辑是先看什么人喝什么,先看官员喝什么品牌,随之商人们就跟着喝什么,包括很多企业也跟着喝,官员怎么喝商人们就怎么学,然后社会公众就跟着喝,这是不可否认的现实,这种逻辑性饮酒曾经帮助白酒行业进入了黄金时代。

“因为中国文化影响形成了这样的白酒消费逻辑,这样就形成官商民的消费逻辑,就导致了现在整个白酒销售中形成的逻辑。白酒营销找到自己的意见领袖,谁对这个社会影响力大就找谁,找当地的官员,要扶持当地的酒企,招待一定级别的人不会拿出当地低价位的商品,招待某一个层面必须指定一个当地企业,这样就形成一个官型消费逻辑。只要拿下当地的政府官员,就拿下了当地酒水市场,这样政府和相关资源就成为争夺的资源。正是这样一个消费逻辑催生了官酒问题,使整个白酒圈里形成一个怪圈,这是消费逻辑的问题。”杨波说。

还有关于行业标准的问题、勾兑的问题、年份酒的问题,包括什么酒最好喝的问题,还有整个工艺透明度的问题,这都是消费者比较关心的问题,亟需有关部门、组织为行业解决。

加大白酒行业的透明度

与汾酒集团不同的是,位于唐山迁安的贯头山酒业公司是一家中型民营企业,在环境污染严重的唐山地区基本没有领导会重视当地酿酒业的发展,但是,贯头山酒业公司董事长杜宝海从接手后到现在,用14年时间把这个企业经营得有声有色。

“我认为,要研究白酒行业就一定要把事

情说明白。首先,把固态和液态说清楚。很多人说白酒是不是酒精勾兑的,一上饭桌就说这个问题。实际上,如果国家真正把这个问题挑明了,液态就是液态,就是食用酒精加香精香料勾兑而成,说清楚了,企业能卖就能生存,不行就倒闭。但是,现在国家把这个问题给硬卡起来了,这个其实才是一个比较大的问题。”杜宝海说。

国家行业标准不说清楚,没有统一的口径,于是,各地的企业就开始展开各种宣传,有的私下用勾兑来诋毁竞争对手。如果“统一口径”,那么,对企业的发展,对国家有关部门的监管,对消费者都会起到一定积极的作用,现在的行业有很多模棱两可的“秘密”,导致消费者对行业不了解,对白酒又误解。

“还有就是原酒的问题,有关部门早已规定白酒原酒及基酒流通技术规范。调香酒不够去贵州购买就不是新闻,但是这事还是没说清楚,就使企业的发展很为难。我认为这得澄清,澄清后这个行业才能够健康发展,不然还会出问题。”杜宝海表示。

杜宝海希望有关部门能够加大白酒行业的透明度,这样对行业的发展有利,对像贯头山酒业公司这样的中小企业来说也有利,行业规范了,受益的也还是大家。

最后,杜宝海表示,随着现代企业的不断发展,他也在考虑,像他们这样的中小酒厂未来会怎么发展,将来还有没有生存的空间。通过了解一些行业材料后,他发现,以后,这样的中小企业,国家会不断提高其门槛,最后可能会被卡死。他希望,在研究白酒行业的时候也多关注一些中小企业的现状和未来的发展。

(侯峰)

近百专家为云茶发展“把脉”

日前,云南省茶叶流通协会就云茶发展召开研讨会,云南省茶叶流通协会就云茶发展召开研讨会,近百名业内专家、企业家就云南茶产业的生产、经营、管理观念所存在的问题,以及云茶管控体系的提升、制约云茶市场发展因素、云茶在电商领域的开展等方面进行了探讨。

受中央八项规定和国际经济环境的影响,全国茶叶市场价格整体低迷。作为全国茶叶产量最大的省份,云南2013年茶产业综合产值约300亿元,仅为全国第三,产业发展亟待转型与升级。

“中国的茶叶商业模式多以政府礼品、名优特产和金融产品为主,基本上是‘忽悠’,此外,茶城里的茶商欺骗消费者的情况十分普遍。”中国华侨茶叶发展研究会高级顾问张心忠尖锐地指出,“现在的茶叶商业模式大多没能做到以消费者市场为出发点,送礼等人际传播方式并不能实现有效的市场开拓和提升影响力,也不能实现销售的良性循环。”

云南滇红集团董事长王天权也表示,云南有的茶企存在一种小富即安的心理,对于做大企业规模所需的品质管控和资金风险敬而远之,导致与市场的结合度不足;另一方面,许多茶企过分依赖高端市场,普及度与销量不高,因此云茶有必要脱离传统产业的牢笼,学习互联网思维。“要充分利用互联网的传播作用,而不是销售作用,为云茶‘造势’。”

2013年全省茶园面积达586万亩,毛茶总产量30.98万吨,增加3.63万吨,茶叶综合产值300.75亿元,其中毛茶产值84.59亿元,成品茶产值124.58亿元。

(蒋卓成)



云南省资深人士推广易武贡茶文化

云南省民族茶文化研究会常务副会长、秘书长、易武古镇茶厂创始人之一的陈正荣先生,早在2002年就深入易武茶山,探究易武贡茶的奥秘,曾经得到易武恢复古法制茶第一人——易武老乡张毅先生的教诲,向当地资深茶人以及前来做茶的港台茶商探讨与交流贡茶制作技艺与贡茶文化,并用脚丈量易武乡的每一片土地,对每一片茶园的茶性,对每一个寨子的风土人情了如指掌。他在易武古镇结交了许多朋友,拥有深厚的人脉资源,可谓是把易武当成家乡的人,十余年如一日大力推广易武茶文化。

陈正荣先生利用自己云南茶界资深茶人的身份,熟谙茶界人脉之优势,依托云南省民族茶文化研究会等机构为易武贡茶的推广做了很多实事,兹举三例:

带领大型考察团第一次走进易武。2004年普洱茶火起来了,在西双版纳勐仑召开纪念孔明诞辰1700年会议。组织到会成员300人,由陈正荣带领从勐仑经勐醒进入易武。四五十公里的路,开吉普车花了近三个小时。那时,易武街上只有两个小饭店,解决不了300人的吃饭问题。只好按10人一组,安排到老百姓家接待。这是外面成规模到易武考察的第一次。

易武民间斗茶大赛的策划、发起人之一。易武民间斗茶大赛从2010到2013年,共举办了三届,成为了易武茶产业的一张耀眼名片。第一届斗茶大赛的缘起是,云南省民族茶文化研究会李师程会长与陈正荣先生商量策划、举办一个易武茶文化节宣传一下易武茶,经政府有关部门批准举办了首届斗茶大赛,对复兴易武贡茶文化做出了极大贡献。

推广刮风寨茶第一人。刮风寨是麻栗村村委会靠近老挝边境的一个瑶族村民小组,是易武茶区最受市场追捧的一个寨子。这个地方当时很穷,路很难走,没有茶商进去收茶。多年来当地只出了一个女大学生,毕业后在易武乡政府工作。这位大学生姑娘2006年底拎了两公斤刮风寨的茶来找陈正荣说,十多元到20元一公斤能不能卖掉。陈正荣先生一开汤,香气很高,品质表现十分优异,于是收取刮风寨的原料,精心制作,并向茶界大力推介,结果非常受市场欢迎,刮风寨的名气就这样传开了。

(西湖龙井)

茶灰色膏药病

茶灰色膏药病是茶树枝干部病害之一。中国各产茶省均有分布,为害茶、油茶、桑、梨、杏、桃、板栗、苹果、柑桔等林木和果树。症状:主要发生在茶树枝干上的介壳虫残体上,先产生白色绵毛状物,中央呈暗色,四周不断的延伸丝状物,圆形,中央厚,周围薄,形似茶灰色膏药病是茶树枝干部病害之一。中国各产茶省均有分布,为害茶、油茶、桑、梨、杏、桃、板栗、苹果、柑桔等林木和果树。

病原:学名为Septobasidium pedicellatum (Schw Pat),属木耳目隔担子耳科隔担子耳属。初生菌丝无色,有分隔。老的菌丝褐色或栗褐色。分枝繁杂集成膜状菌丝层。基部有短柄,顶端长出突起,形成担子。担子圆筒形或棍棒形,初直,后来显著弯曲,有隔膜3个,无色,单胞,丝状,直或略弯曲。担孢子长圆筒形或长椭圆形,向一方弯曲成镰刀形,两端圆,无色,单胞,长宽为19-26x4-5微米。

侵染规律:冬季以菌丝在有病枝叶上越冬。翌年春、夏之交,温、湿度适宜时,菌丝继续生长形成子实层,担孢子借气流或随介壳虫传播,孢子萌发,以介壳虫分泌物为营养,形成新的菌膜,不侵入寄主体内。防治介壳虫是防治膏药病的根本办法。在孢子盛发期间,可喷施0.7%石灰等量式波尔多液,保护健康茶树免受侵染。

(中国茶文化)



男人与酒

二十岁的小伙子,刚成年,血气方刚,像啤酒。啤酒富含大量二氧化碳,泡沫丰富,一开瓶如生命般涌出。年轻人冲劲有余,沉稳不足,正是写照。除此之外,啤酒往往是“价格便宜,量又足”,似乎在映射小伙子们欲发财而胸无点墨,欲成材而囊无分文。

三十岁的男人,已成家立业,步入稳定,但实力还谈不上十分雄厚,喻之以红酒,也算恰当。进口红酒口感强,酸涩难当,追求的是强烈的感官刺激。三十岁的男人创业伊始,随时有一冲天或一蹶不振的可能,大喜大悲,如影相随,岂不刺激?国产红酒多是经过改良,口感温和纯正,但却也有了不偏不倚的中庸。此种品质,与身在政府机关,事业单位的三十岁男人何其相似!此种男人中规中矩,明哲保身,无创新之勇气,却也没有成事不足的尴尬。

四十岁是男人的一个分界点,有的事业有成,春风得意;有的为养家糊口疲于奔命;也有平平淡淡,波澜不惊。此时的男人最为复杂,品质上也是最参差不齐,与白酒甚为相似。成功男士可比之茅台五粮液,品质卓越,身价不凡。或在商场搏击富甲一方,或在宦海沉浮手握大权,或在学海遨游权威泰山。此等男人追求的是一个“品”字,有道是“醉翁之意不在酒”,意在把酒临风时,那种卓然不群的自信与傲视群雄的豪情。

(中国酒文化网)

四十岁时仍四处碰壁的男人,正如传统烈酒红星二锅头。二锅头性极烈,入口如吞火,让人想起革命烈士喝辣椒水。喝这种酒的人,有主动麻醉借酒浇愁的嫌疑。男人四十,仍无甚建树,且不如意事十有八九,在家受妻子数落儿子白眼,出门遭朋友嘲笑同事排挤。挤着二三十方的阁楼,领着五六百块的工资,生活的压力,足以使其性如二锅头,不醉不肯休。

至于平平淡淡活到四十岁的男人,则如普通的大众白酒——种类繁多,但能说得上来的,却一个也没有。宁静致远,淡泊明志,那是一种从黄山下山后的感觉,而不是从未到过山顶,而在半山腰上的故弄玄虚。此种男人貌似平淡,却未必没有“会当凌绝顶”的抱负——这或许可以用来解释央视广告招标,某白酒品牌折桂的故事。

所谓老而弥坚,到了知天命逾规矩的年纪,男人锐气早已被岁月消磨殆尽,剩下的,只是平和纯正的反骨。须是秋雨绵绵的季节,三两知己,“一壶浊酒喜相逢”。最好来一局围棋,就着灯光,在黑白世界里尽显毕生经历,一室无语,只听得院子里梧桐叶子唰唰落下的声音,不知不觉,已至深夜。及至翌日醒来,见满院梧桐叶子,喟叹逝者如斯,空余回忆。此时此刻的男人,淳到极点,慧到极点,正如埋藏了十八年的绍兴女儿红。

(中国酒文化网)

推行“中国白酒3C计划” 准确鉴定白酒年份

中国酒业协会副秘书长、白酒分会秘书长宋书玉日前表示,6家科研单位和38家白酒骨干企业正在开展科研攻关和技术创新,力争通过科技手段区分传统白酒与配制酒,准确鉴定白酒年份,提高生产准入门槛,提升传统白酒品质,健全白酒标准体系。

宋书玉是在2014年中国国际酒业博览会新闻发布会上作出上述表述的。他说,这是中国酒业协会正在推行的“中国白酒3C计划”,围绕白酒品质鉴别技术、品质提升技术、品质安全技术三大课题,集产业、政府之力解决行业当前面临的重大问题,确保白酒产业健康、安全、持续发展。

近年来,白酒市场“年份酒”鱼目混珠,不少企业在年份标注上玩“数字游戏”。宋书玉表示,“中国白酒3C计划”正是希望通过科研手段,对年份酒的生产准入和标

注规范提出一系列规范标准,同时通过相关配套技术研究,杜绝不诚信的生产经营行为。

“中国白酒产业已经进入了深度调整期,无论是主动还是被动,有关产业结构、消费市场、产品需求的变化都是一种必然。”宋书玉说,除了科技的力量规范白酒产业的生产、流通和消费外,中国酒业协会还倡导白酒企业注重服务创新、科技创新、体制创新和消费创新,为消费者提供“诚心服务”。

记者从新闻发布会上了解到,2014中国国际酒业博览会将于今年3月23日至27日在四川泸州举行。这一国家级国际酒类专业展会前六届均在北京举行,今年首次移师地处中国白酒金三角核心腹地的“中国酒城”泸州,与当地连续举办了六年的酒博会合二为一。

(新华网)