

中国酒

权威性·指导性·专业性·唯一性·信息性·服务性

企业家日报
ENTREPRENEURS' DAILY

热线电话:028-87369123 监督电话:028-87363110
中国企业家网:www.zgceo.cn

2017年1月14日 星期六 主编:王聪 责编:袁红兵 编辑:王红英 版式:吉学莉
投稿邮箱:3086645109@qq.com 电子邮箱:CJB490@SINA.COM

B1 Wine matter 酒事·酒业配套

包装印刷行业:采购从最滋润到最痛苦



点睛之作 | Packaging analysis

精酿啤酒新包装:包装上有乐谱、山羊和摩托

刘璐天

众所周知,精酿啤酒是个没什么硬性标准的行业。美国酿造者协会 BA 给出的一种界定方式是年产量不能超过每年 600 万桶(70.2 吨)、非精酿酿造者或公司机构的占比不能超过 25%、大部分啤酒的风味必须从传统或创新的原料与发酵工艺中获得,但这个标准也会随实际情况变化。

然而这个市场正在不断扩大。精酿啤酒行业已经连续 8 年保持了 2 位数增长,去年全球增量达 13%。根据 Brewers Association 的数据,全球 4296 个精酿厂商占到了整个啤酒行业 12% 的市场份额。到 2020 年,这个数字有望达到 20%。

对于啤酒制造商们来说,行业标准的的不确定性以及不断扩大的市场意味着,懂得如何包装、如何将其与生活方式关联,成了一件更加重要的事。这不仅是指一般意义上的“推广”(比如强调天然原料、产量稀少、传统工艺等),还包括外观。有趣的设计是精酿啤酒与大商业品牌以及彼此抗衡的重要方式。美国啤酒标签设计博客 Oh Beautiful Beer 博主 Harvey Shepard 说过:“如果一家酿酒商愿意花那么多精力和资源做外观设计,我相信他们对自己的啤酒工艺也一定同样用心。”

“Contromano”——是去年 5 月在罗马刚刚诞生的一个精酿啤酒品牌。根据官网介绍,这个新品牌的创始团队只有 4 个人,由一位大提琴家、一位酿酒师、一位啤酒深度爱好者及一位痴迷电子乐的罗马商人组成,目前只在意大利本土售卖。

Contromano 在意大利语中是个带有比喻义的词汇,指“开着车(或者小型摩托车)走错路”;它也是一支意大利摇滚乐队的名字。和品牌名称所表达的那样,他们想要做一个第一眼看上去就与众不同的品牌,于是找来白天在意大利一家报社担任视觉记者、晚上兼职给本土电子乐厂牌设计海报及唱片封面的设计师 Kero 来设计全套视觉系统。

在 Kero 提交的方案中,你可以看到这位设计师直白而鲜明的个人风格。品牌 Logo 直接手绘,只是把 O 换成了表示“禁止通行”的红色交通标牌,让顾客一眼就能明白“走错路”的意思。

而在啤酒包装中,所有设计均采用了手绘加拼贴的方式,强烈的色彩对比和细致的手绘带来一种奇妙的张力。珊瑚蛇、乐谱、小麦、啤酒花、灯塔、大海、摩托车、电子键盘、山羊,这些自然事物与人造物交替出现,在强调“天然原料”“手工制作”的同时,也突出了意大利本土特色,让顾客感到更加亲切。另外你也可以看到,这些元素已经把四位创始人的爱好(音乐、酿酒)融入其中。

Contromano 的第一个精酿系列共有 8 瓶酒,按度数及口味分类。但设计师并没有直接将这些分类作为酒瓶标签的视觉,而是加入了一些有趣的意大利俚语。

比如,度数比较低的 Lager 酒(4.5%)酒瓶上写的是音乐行业中常见的 Opera Prima(初次登台),配合的图案是五线谱和啤酒花;而烈性黑啤 Bock 酒(7%)酒瓶上的“Sopra la panca”则出自一句知名意大利语绕口令“Sopra la panca la capra campa, sotto la panca la capra crepa。”(意思是“板凳上的山羊能活,板凳下的山羊会死”),与这句话相配的手绘则是两只山羊站在条凳上相互争斗的样子。



上涨的过程也会进一步导致缺货,由于有人投机囤货的情况存在,使得市场供应更加紧张。

采购如何应对?“八字方针”

既然人民币贬值和原材料成本的趋势在短时间之内无法改变。为了应对未来的挑战,采购应该做到“顺势而为,择善而供”这八字方针。

以往考核采购的 KPI 有几点,包括降低成本,满足交期。但是到了 2016 年,采购的任务最重要的就是保障供应和满足交期。有人提过一句话,只要价格到位,就不会缺货。即使在市场非常缺货的情况下,也可以用更高的价格拿到货。“这个时候不需要过多纠结价格,可以以价换量。”

对于采购来说,最主要的是保障供应,最重要的是满足交期。所以提出了以价换量。即使非常缺货的时候,用更高的价格也可以拿到货。所以这个时候不需要过多纠结价格。

除了以价换量,采购还应该做到对未来物料价格的预判。如果能够成功的预判未来物料涨价,汇率降低,那么就应该在物料低成本的情况下进行战略储备,甚至在物料缺货的情况下,做到以量换价。

除此之外,由于旺季和淡季公司的营销需求有很大变化,因此采购应该平衡淡季和旺季下的采购需求。比如市场好的时候,下很多订单。市场不好的时候就不下订单。对于供应商来说会加大他们的风险。桂萍表示,还有一种情况是由于物料涨价太快,不卖产品反而更赚。这个时候,公司营销部门应该主动降低需求,进行战略调整,减产减销。

“在最缺货的时候、在最困难的时候仍然支持我们的供应商才是真正的朋友。”所谓的择善而供,其实就是“患难见真情”。供应商和厂商之间在面临全行业危机的情况下,能够互相理解,抱团取暖。(中国纸业网)



“包装印刷在酒的销售中起着很大的作用(资料图片)”

费的上涨。交通运输部目前已经对货运载重车辆进行严格限制,物流成本上升将近 35%,运输的成本上升也会对采购成本造成影响。“PVC 涨价 60%、玻璃涨价 40%、塑料涨价 30%、铝材涨价 30%、铁涨价 30%、纸箱涨价 30%、不锈钢暴涨 40%、运费涨价 35%。”

与原材料大幅涨价相对应的是人民币贬值也在加剧,生产企业用美金进行采购的成本也在上升。“有专家预测 2016 年人民币汇率应该会破七,2017 年应该会进一步贬值。”2016 年 10 月人民币正式加入国际或被基金组织的 SDR(特别提款权),人民币快速贬值的情况下,导致通货膨胀,物价上涨,且市场对贬值的预期仍在,令国内大宗商品期货价格受到强劲支撑。此外,房地产市场由

于收到政策打压,使得投机资金转向大宗商品等期货市场,操纵抬高了大宗材料的价格。

2016 年对于采购来说第二个关键词是“缺货”。

春节停产检修进一步加剧下游供给矛盾。2016 年 11 月,以玖龙纸业为代表的造纸包装企业公布了一系列的春节停产计划,进一步加剧行业供给矛盾。9 月份市场集中提涨 3 轮,10 月份集中提涨 4 轮。11 月份更是一片混乱,每天都有不同纸厂宣布提价,已无法统计集中涨价频次。

从涨幅来看,从前期单次 50-150 元/吨到 2016 年 11 月份 300-700 元/吨,涨幅也越来越惊人。涨价落实情况 and 下游纸箱厂态度在第二阶段都发生明显改变。在市场涨价频频出的同时,纸厂限量接单的情况越来越多,市场上纸张供应趋紧。此外,原材料价格

作为制造业大国,近年来随着人工成本上升、经济增速放缓,中国制造业正面临一场行业危机。由于创新能力的缺失,生态圈的疲软、心有余而力不足的市场调研、完善供应链的缺失等原因,大部分的制造企业只能沦为靠硬件与价格成本驱动的拼装工厂或代工企业。2016 年,一场制造业全行业供应链涨价和缺货风暴来袭,也让中国制造业面临巨大压力。如何应对这一场产业危机,实现制造业的产业升级呢?

“2016 年整个采购群体都在承受一种焦虑,一个是供应商都在涨价,另一个是拿不到货。”通常行业内都认为采购是甲方,应该过得最滋润,其实 2016 年采购们非常痛苦。2016 年采购行业的一个关键词就是“涨价”。对于大型企业而言,以前公司采购每年的 KPI 考核都是降低成本。但是 2016 年没有人提降低成本了,供应商几乎每个月都在涨价,有的甚至每十天就涨一次价。

全行业涨价和缺货背后的深层原因

2016 年对于采购来说第一个关键词是“涨价”。

卓创资讯分析师唐中正说,造成纸箱价格上涨的原因有很多。第一,北方多地开工率下降,包装原纸供应紧张;第二是受天气影响,大宗原料废纸回收量下滑,废纸价格持续保持高位;第三是煤炭价格上涨、运费上涨等因素仍在消化中;第四是 2016 年 10 月到 11 月下游需求旺盛,电商等行业助力包装用纸需求暴增。归纳起来,就是成本上涨、供需失衡局面夸大,且原纸企业为保证客户订单大幅提价采购废纸,致使废纸价格持续上扬,反作用于包装原纸价格。

除了原材料成本的上涨,另外一个因素是运

“2016 年整个采购群体都在承受一种焦虑,一个是供应商都在涨价,另一个是拿不到货。”通常行业内都认为采购是甲方,应该过得最滋润,其实 2016 年采购们非常痛苦。

郎酒集团投资建设的 高档陶瓷酒瓶生产线预计 4 月投产

杨池能

位于四川省合江县园区,由四川郎酒集团投资建设的华艺陶瓷项目一期工程正在加快建设,目前已完成工程量的 75%,预计今年 4 月份投产,届时,合江县将正式建成第一条年产 2000 万只高档陶瓷酒瓶生产线。

据悉,华艺陶瓷项目总投资 10 亿元,占地 395 亩,项目分 3 期建设,建成投产后,将成为国内现代化程度最高、规模最大的高档陶瓷酒瓶生产基地,预计年产值 12 亿元,提供就业岗位 2000 余个,目前正在紧张进行一期工程建设,来到正在地面和墙面施工的 A1 厂房,记者发现大型器械已安装完毕,浆池也已完成开挖。

华艺陶瓷项目一期工程主要分为 A1、B1、C1 三部分,A 厂房用于原料制作及瓶坯成形,B 厂房用于陶瓷瓶素烧、釉烧和上色,C 厂房用于贴花、烤花及包装,生产车间均采用流水线自动化操作方法。

据华艺陶瓷有限公司副总经理周文军介绍,整个陶瓷瓶的生产流程是从 A1 到 B1 到



C1,原料成型再到烧成,是通过输送线的传送,其中 A1 到 B1 到 C1 是通过空中连续悬挂输送线的转运模式,实现了整个线的自动化生产流程。

记者从项目方获悉,该项目从去年 6 月份全面复工、计划投资 4.5 亿元的华艺陶瓷项目一期工程,将建 8.3 万平方米生产车间,年产 2000 万只高档陶瓷酒瓶生产线。

周文军说:“我们已经完成了一期工程 70% 以上的工程量,其中 B1 车间只剩下贴外墙砖,A1 车间在去年 12 月 14 日就已经封顶,现在正在抓紧进行墙面和地面的施工,C1 车间现在也进行了 80% 的工程量,现在正在抓紧进行封顶和地面工程,预计 4 月份能够全部实现工程竣工。”

蓬莱获批筹建 “全国海岸葡萄酒产业品牌示范区”

韩玉斌

记者从山东省蓬莱市市场监督管理局获悉,日前,国家质检总局正式批准蓬莱市在现有区域的基础上筹建“全国海岸葡萄酒产业知名品牌创建示范区”。这是蓬莱市继去年荣获“全国海滨度假旅游产业知名品牌示范区”称号后获准筹建的第二个全国知名品牌创建示范区。

据了解,蓬莱市作为“世界七大葡萄酒海岸之一”、“中国葡萄酒名城”,具备得天独厚的优质海岸葡萄生长优势。葡萄及葡萄酒产业是该市确立的百年立市产业,已建标准化酿酒葡萄基地 20 万亩,葡萄酒生产企业 70 家,已建和在建精品酒庄 28 个,葡萄酒产量达 20 多万吨,占全国总产量的 1/6。先后荣获“国家农业(葡萄栽培)标准化示范区”、“全国优质葡萄生产基地”、“中国酿酒葡萄之乡”、“中国葡萄酒名城”等国字

号招牌。

据介绍,全国知名品牌创建示范区工作是贯彻落实国务院《质量发展纲要(2011-2020)》,打造有利于品牌建设的良好环境,规范地方产业健康发展的一项重要举措。经专家文审论证、审核,充分肯定了蓬莱海岸葡萄酒产业在全国的优势和发展的领先地位,并对筹建工作作出了具体批示和要求。

蓬莱获批筹建“全国海岸葡萄酒产业知名品牌创建示范区”,标志着该市在打造全国知名品牌示范区工作上又迈上新台阶。蓬莱市市场监督管理局局长李宪堂表示,蓬莱将立足现有区域基础和优势,按照一流标准,精心谋划,抓紧抓好“全国海岸葡萄酒产业知名品牌创建示范区”的筹建工作,按时保质完成筹建任务,确保顺利通过国家质检总局的正式验收命名,进一步提升蓬莱海岸葡萄酒产业品牌影响力。

配套之星 | Matching star

以诚信得客户 以质量求市场 统计印刷 转型升级打开一片新天地

周伟达

一个普通的下午,浙江省海盐县统计印刷有限公司(以下简称“统计印刷”)内,工人们正忙着生产、打包纸箱,负责货运的大卡车已在院内准备就绪。“这个月 22 日之前,我们要赶制 30 万个纸箱送往江苏太仓一家大型企业,该企业是沃尔玛公司的供应商,需要大量纸箱存储货物。这两天我们在加紧生产,已经开始陆续送货了。”公司总经理张新祥告诉记者。

该企业前身是海盐县统计印刷厂,成立于 1995 年,是武原街道一家专业印刷企业。从当初的 3 名工人、两台机器、不到 50 平方米的两间传达室,到如今一线工人 50 人、厂房面积 4500 平方米、年产值 1400 多万元的本土知名印刷企业,张新祥奋斗了二十多年。他坚持以诚信得客户,以质量求市场,办

公室走廊墙壁上十余块诚信企业的荣誉牌匾,不断扩大的市场覆盖面证明了他的执行力。

发展之路并不都是一帆风顺的。该企业早年参加嘉兴市市政府组织的采购招标,因企业主体资格是非法人企业而被拒之门外,又有一次与上海一大型外资公司洽谈业务,被认定为“个体户”“小作坊”“无注册资金”而淘汰,加上当时没有“个转企”政策,转型升级无奈因土地、房产过户需三十余万元税费而搁置。

2013 年是“统计印刷”发展的一个转折点。2013 年新年一过,在政府部门的号召下,张新祥立即着手办理“个转企”的有关工作,各职能部门大力支持,只用两天就办妥一切手续,“统计印刷”成为海盐县首批办理“个转企”的企业。多年以来的实践证明,“个转企”后有利于企业做精做强,转型升级,有利

于开拓市场,增强企业竞争力,有利于拓展生存和发展空间,提高企业效益。“我们公司从小企业实际出发,找准市场定位,着力把企业做精做活,2012 年的产值是 787 万元,2016 年已经达到 1462 万元,嘉兴市有关部门、泰山核电公司以及江苏、上海、宁波等地的企业都成了我们的客户。”张新祥说。

以设备更新促进产品提质。近年来,“统计印刷”坚持把扩大投入和自主创新有机结合起来,采用高新技术、先进适用技术改造提升传统产业,推动传统产业由成本优势向创新优势转变。近三年共投入 200 多万元,淘汰落后设备,以“机器换人”提高企业效益,能耗大幅度下降,产能明显提高。与此同时,该企业深谙“人才是质量的保证”的道理,先后引进高素质人才两名,并同步加强对员工的培养,经常开展培训,强化员工技能,依靠人才深耕产品质量。

为了提升企业竞争力与软实力,“统计印刷”一方面把产品质量当作企业的“生命线”和产品走向市场的“通行证”,把好原材料、制版、加工每道工序关;另一方面,注重加强成本管理,从每一个环节入手,采取倒逼法,不断降低生产经营成本。同时营造良好的企业文化,坚持“带人要带心”的理念凝聚人心,从保险缴纳、工资待遇、福利分配、开展娱乐活动等方面出台了一系列温暖人心的措施,并将工资收入与岗位的难易程度、工作量和完成速度挂钩,极大地调动了员工的积极性。

谈及未来发展,张新祥说:“一年一小步,年年进步,三年一大步,我们将继续抓好产品质量、人才培养等方面工作,脚踏实地、稳扎稳打不断开拓市场,争取逐步发展成规模以上企业。”