

《中国酒业“十四五”发展指导意见》公开征求意见

“十四五”酒业利润将年均增长8.7%

本报讯 日前,中国酒业协会发布《中国酒业“十四五”发展指导意见(征求意见稿)》,提出“十四五”期间行业利润年均递增8.7%。

征求意见稿指出,“十三五”末的2020年,酒业完成酿酒总产量5810万千升,较“十二五”末下降19.0%;完成产品销售收入8590亿元,较“十二五”末下降6.7%;实现利润1716亿元,较“十二五”末增长68.1%。其中,完成白酒产量750万千升,较“十二五”末下降43.0%;

完成白酒产品销售收入5900亿元,较“十二五”末增长6.0%;实现利润1460亿元,较“十二五”末增长100.1%。

中国酒业协会理事长宋书玉表示,酒业将重新构建生态体系,缓解产业总量过剩与优质个性化不足之间的矛盾。宋书玉介绍,预计在“十四五”末的2025年,中国酒类产业实现酿酒总产量7010万千升,较“十三五”末增长20.7%,年均递增3.8%;实现销售收入12130亿元,较“十三五”末增长41.2%,

年均递增7.1%;实现利润2600亿元,较“十三五”末增长51.5%,年均递增8.7%。其中,白酒产量将稳定控制在800万千升,较“十三五”末增长6.7%,年均递增1.3%;销售收入8000亿元,较“十三五”末增长35.6%,年均递增6.3%;实现利润2000亿元,较“十三五”末增长37.0%,年均递增6.5%。

宋书玉指出,酒产业目标是打造世界级产业集群,合理布局,拉动和提升产业链。着力打造名酒产区,以产区作

为世界名酒品质和价值的表达方式,建设和优化产业品牌。提升产业水平,扶持个性多元、国际表达的酒庄、工坊等新兴商业模式。打造世界级酒村、酒镇、酒城、酒都,提升产业能级,实现价值提升。

中国酒业协会建议,推进葡萄酒种融融合;加大葡萄酒行业金融信贷扶持力度,建立完善信贷风险转移和补偿机制,加大对国产龙头企业葡萄酒企业的贷款支持,推进我国葡萄酒产业发展等。

行业瞭望

多名酒业人士获“全国劳模”荣誉称号

本报讯 11月24日,2020年全国劳动模范和先进工作者表彰大会在北京召开,会上公布并表彰了2020年全国劳动模范、全国先进工作者。

酒业人士获得“全国劳模”的名单如下:泸州老窖党委书记、董事长刘淼,青岛啤酒党委书记、董事长黄克兴,岩博酒业董事长余留芬,茅台酒股份有限公司生产管理部见习助理任金素,五粮液集团501车间班组长屈万聪,小角楼酒业灌装车间主任陈刚,古井贡酒技术中心主任刘国英,金种子

集团总工程师杨红文,衡水老白干酿酒工张桂良,燕京啤酒(通辽)公司设备科科长黄金峰,百威(锦州)啤酒动力车间主任乔广华,津酒集团酿酒车间设备管理员王晖,承德九醉酒业健康白酒研究院院长张春,张家口宣化区裕华贵宾酒店执行经理白小军,新怀德酒业勾调车间调酒组组长宋晓庆,老村长酒业技术总工程师梅景灿,百威雪津啤酒总裁何建平,皇尚酒业质量技术部部长范海报,宁夏红枸杞产业有限公司技术副总监董建方。

六位酿酒人入选贵州省非遗传承人名单

本报讯 11月23日,贵州省文化和旅游厅发布贵州省第五批省级非物质文化遗产代表性传承人公示名单,公示日期从11月20日起至12月4日。其中,钟方达(习酒酿造技艺)、阮

金素(茅台酒酿制技艺)、王刚(茅台酒酿制技艺)、严刚(茅台酒酿制技艺)、阮永利(金沙酱香型白酒酿造技艺)、肖若(岩博小锅酒制作技艺)入选名单。

中酒协启动全国理性饮酒宣传周

有望影响超3亿人

本报讯 以“适量饮酒 快乐生活”为主题的2020年全国理性饮酒宣传周于11月20日在全国范围启动。中国酒业协会携手1919打造了“5X”推行计划,在全国投放5万块电子屏开展公益宣传,宣传周活动前两周即已开始投放,并将持续一个月。

今年2020年全国理性饮酒宣传周“5X”推行计划,影响人群目标超过3亿人次。“5”是指5万块电子屏,“X”是指全国一、二线城市的4000多家中高档餐厅和酒类终端店投放电子屏海报,一次播放15秒,每天轮播150次,每天客流量6000万人次,按六分之一可见率的话,将达到1000万人



次,那么推行计划一个月将达到3亿人次影响人群。

宣传周活动除了北京主会场外,还联合会员企业、经销商以及各省市

酒协,在上海、成都、重庆等多地举办分会场活动,并通过市场活动、门店活动、线上线下多渠道开展公益宣传。

今年的宣传周活动中,1919公司共有800家门店参与活动,活动范围涉及北京、上海、广州、江苏、重庆、湖南、湖北、江西、河北等九个省市,活动期间门店为顾客发放理性饮酒宣传页,门店张贴理性饮酒海报,店员身着理性饮酒宣传服,传达理性饮酒理念。通过最贴近精准喝酒人群的高频高效宣传方式,向消费者深入普及“适量饮酒 快乐生活”的饮酒理念,让理性饮酒蔚然成风,为行业树立良好的社会形象,为行业品牌作出正确倡议,与社会各界构建和谐关系。

第四批国家工业遗产拟认定名单公示 涉及六处酿酒工业遗产

本报讯 11月19日,工业和信息化部产业政策与法规司对第四批国家工业遗产拟认定名单进行公示,张家口沙城酒厂、刘伶醉古烧锅、杏花村汾酒老作坊及

传统酿造区、老龙口酒厂、双沟老窖池群及酿酒作坊、扳倒井窑池群及酿酒作坊等6家人选,公示期为2020年11月19日至2020年11月27日。

《2020中国老酒白皮书》发布

老酒由收藏为主转向消费为主

本报讯 11月6日,胡润研究院发布《2020中国老酒白皮书》(Aged Baijiu Report 2020)。这本48页的白皮书深入分析了中国白酒行业的现状、中国高净值人群白酒消费特征与老酒消费趋势、老酒定义与价值内涵,以及老酒市场的展望。

“老酒”一般指的是“存放时间较长的酒”。胡润研究院调研数据显示,超半数受访的中国高净值酒人群认为,老酒不仅酒体酒龄要长,酒厂历史也要非常悠久,品牌要有知名度。

胡润研究院项目组一对一访问了白酒品牌经销商、资深白酒收藏家及行业专家,共14位;同时,在北京、上海、成都、郑州四个白酒消费代表区域分别开展了高净值白酒饮用者座谈会,合计58人;在此基础上,对白酒主要消费省区的600位中国高净值白酒饮人士展开问卷调研。

近年来老酒市场规模在不断扩大,预计到2021年,老酒的市场规模将突破千亿(根据中国酒业协会发布的《中国老酒市场指数》报告)。

胡润百富首席调研官胡润表示:“近

十年我感受很深刻,白酒在企业家饭局上替代了红酒,这两三年也明显看到白酒有了老酒和其他白酒的区分,老酒能讲述更多的故事。白酒作为中国传统文化的重要象征之一,大家再次关注到中国白酒,我认为这是一种文化自信的表现。”

“酒是陈的香”,无论是自己喝还是收藏投资,老酒的价值会随日俱增。希望这本白皮书让大家可以了解到目前市场上流通的老酒有哪些,依据什么可以去辨识和消费到真老酒、老酒的价值有哪些体现,哪些名酒厂的老酒受到高度关注等等。”

“中国老酒市场的发展非常迅速,业内曾预计在2021年突破千亿规模,老酒已由原来的收藏为主转向了消费为主。通过这次调研,我们发现无论白酒的贮存方式是“瓶储”还是“坛储”,只要是能满足消费者“真年份”核心诉求的好酒就是“老酒”,而且“坛储”老酒的品质价值更高,这对促进改变白酒行业年份酒乱象发挥着重要作用,引领着中国白酒品质升级”,胡润补充到。

前三季度贵州白酒产业发展态势良好

形成“一超多强”格局

日前,记者从贵州省工信厅获悉,前三季度,贵州省规模以上白酒企业完成增加值同比增长4.4%。茅台集团完成产值同比增长8.8%,完成销售收入同比增长11.5%;习酒完成销售收入同比增长120%;国台、金沙、珍酒、钓鱼台分别完成销售收入分别增长95.82%、50%、183%、81%。

“一超多强”百花齐放

近年来,在贵州省委、省政府的指导下,省工信厅各项相关文件相继出台,持续推进白酒产业高质量发展,打造世界酱酒产业基地核心区,呈现出“茅台引领”发展出“一超多强”的产业联动发展格局,以惊人的速度在全国白酒市场竞争绽放。

今年1至9月,茅台营收672.15亿,

同比增长10.31%;上半年,习酒营收过半,销售同比增长超过30%,省外市场占比超过70%;前三季度,国台继续保持高速增长;金沙酒业上半年实现10.47亿元销售收入,同比增长69.2%;钓鱼台、珍酒、董酒、君丰等知名企业前三季度亦是成绩显著。

随着“酱酒热”的不断推动,贵州白酒三季度呈现出百花齐放、业绩上扬态势。

业内人士分析,亮眼数字的背后,得益于贵州充分发挥酱香型白酒原产地和主产区核心优势,全力把赤水河流域产业带打造成为世界酱香型白酒产业基地核心区,把茅台集团打造成为千亿级世界一流企业集团,打出白酒产业“产区牌”,实现贵州白酒“一超多强”发展格局。

带动周边产业协同发展

贵州省白酒产业发展趋势向好,也带动了高粱种植和包装配套产业的快速发展。

2020年,贵州省规划建设标准化、规模化高粱基地200万亩,将带动40万农户增收致富。据贵州省工信厅相关负责人介绍,截至前三季度,全省酒用高粱田间收获进度完成86.33%,喜获丰收。

2019年,贵州提出,提高省内白酒包装配套率,促进产业链协同发展。今年底,贵州全省白酒省内配套率将达50%,到2022年冲刺80%。贵州省包装联合会秘书长周昱介绍,2019年,全省规模以上白酒企业所需包装成本约为110亿元,占全省规模以上白酒销售收入的9.72%。

截至目前,贵州省内白酒包装配套率已达47.8%,包装产业呈现积极向上、稳步发展的态势。贵州省工信厅相关负责人告诉记者:“今年已召开4次包装专题工作会,大力助推茅台与今年新增进入供应链备选的6家省内包装企业对接合作,国台、金沙、珍酒、君丰、鸭溪包装配套率均超过50%。部分包材省内配套率大幅提升,如提袋、彩盒、纸箱、标贴等省内配套率已达到90%左右。”

业内人士分析,“上促一产,下带三产”,白酒产业作为贵州飘香世界的亮丽“名片”,支柱作用明显,带动效益巨大。依托白酒产业这一重要支柱,有力带动贵州原料种植等配套产业的发展,实现从高粱种植到酿酒加工,再到包装配套的产业链涵盖,各产业“日月同辉”,全产业链发展格局稳中有新。(何涛)

探索“一种香型、一个龙头、一座酒城、多个品牌”发展思路

湘酒提出“百亿目标” 加强区域竞争力



据《湘酒发展蓝皮书》显示,湖南地处全国少数黄金酿酒带,酿酒历史悠久,拥有常德酒厂、白沙液酒厂、邵阳酒厂等五朵金花,还拥有酒鬼酒、内参、武陵等一批知名产品。

“湖南白酒整体竞争力比较弱,产销规模与消费大省的地位极不相称,是湘酒目前发展的主要现状。”湖南省工业和信息化行业事务中心党委书记、主任倪东海表示。

对此,湘西州政府下发了《关于促进白酒产业高质量发展的意见》,《意见》提出“百亿”目标,构建了一种香型、一个龙头、一座酒城多个品牌的发展思路,加快白酒产能扩建,规划建设酒鬼酒文化生态产业园,促进酒鬼酒+旅游

融合发展,打造湘西中国馥郁香型白酒核心产区地标。

2019年,常德市下发《关于支持“两酒”快速发展扶持办法的通知》,《通知》提出2019-2021力争实现“312”发展目标:即三年内“两酒”销售收入分别过10亿元;支持企业做大做强,对销售分别首次突破5亿元的奖励200万元,首次突破10亿元的奖励300万元。

近两年,湖南三大白酒龙头企业——酒鬼酒、湘窖酒业、武陵酒等龙头企业年销售额均以高于行业多数企业水平,以20%—40%速度快速增长,湘酒振兴曙光已现。

以酒鬼酒为例,2019年实现营收15.12亿元,同比增长27.38%;2020年1—9月,实现营收11.27亿元,同比增长16.45%,第四季度为白酒消费旺季,参照去年数据,今年酒鬼酒营收大概率接近20亿。

从2019年起,内参酒开启深度全国化进程,持续进军东北、广州、河北邯郸、西安、深圳、北京等重点市场,成为引领湘酒走向全国的重要品牌。本次峰会

上,酒鬼酒作为主办方,以湘酒“老大哥”的身份扛起振兴湘酒大旗,带领兄弟企业打造湖南制造业新高地的决心。

作为湖南酱酒代表,武陵酒自2015年来,打破固有销售模式,每年实现40%的复合增长,第一个五年规划基本实现5个亿规模。2020年,武陵酒上半年增长17%,第三季度预估增长56%,2020年全年将继续实现40%增长,2021年年销售额有望突破10亿元,成为行业瞩目的“武陵现象”。

湘窖酒业不仅打造了获得布鲁塞尔大金奖的大单品“红钻”,4800吨酱酒生产基地已经投产,成为湘酒企业中唯一的一个“一树三花”型企业,湘窖工匠也备受消费者喜爱。

此外,以酒鬼酒为核心的湘西馥郁香白酒产区,以武陵酒为核心的常德酱酒产区,以湘窖酒业为核心的邵阳白酒产区等三大优势产区正在规划和建设中,湘酒区域竞争力在增强。

湖南省酒业协会会长刘维平表示:“在省委省政府的重视、地方政府政策支持下,近三年来,湘酒企业积极练内功,龙头企业示范引领作用凸显,下一步要积极向优秀省份学习,比如贵州、四川等,积极建设产业集群,营造湖南人喝湘酒、湖南酒商卖湘酒的氛围,多方助力,湘酒振兴则指日可待。”(观潮)

11月26日,在四川省消费品精品展上川酒齐亮相。“川酒十朵小金花”丰谷、文君、三溪、古川、小角楼、叙府、江口醇、潭酒、金雁和玉蝉酒厂众品牌合力为广大消费者呈上“醉美盛宴”。在四川省经信厅的组织和支持下,“十朵小金花”首次集结与合作直播带货,不仅将为消费者带来实打实的让利,更将助推川酒搭乘线上消费和直播经济快车,为川酒产业高质量发展提供新动能。

四川省经信厅副厅长冯锦花表示:“培育川酒‘十朵小金花’等川酒‘腰部品

牌”力量是实施川酒振兴计划的重要举措,数字化创新是川酒行业发展的必经之路。借助直播带货以相对较低的成本快速达到白酒品牌的精准传播,用户培育与市场销售,旨在有效帮助川酒企业突破目前销售模式,创新推广营销手段,为企业带来切实的营收提升,真正的实现川酒全国行。”

四川省经信厅副厅长冯锦花表示:“培育川酒‘十朵小金花’等川酒‘腰部品

川酒实施振兴战略 培养“腰部品牌”

“十朵小金花”亮相四川首届消费品精品展

牌”力量是实施川酒振兴计划的重要举措,数字化创新是川酒行业发展的必经之路。借助直播带货以相对较低的成本快速达到白酒品牌的精准传播,用户培育与市场销售,旨在有效帮助川酒企业突破目前销售模式,创新推广营销手段,为企业带来切实的营收提升,真正的实现川酒全国行。”

逆势步入发展快车道

2019年,四川省委、省政府提出“川酒振兴计划”,凭借四川坐拥长江、岷江和赤水河流域的“中国白酒金三角”的优

势,川酒产区顺势成为中国最大的优质白酒原产地。数据显示,2019年,四川省白酒产量366.7万千升,增长3.6%,占中国白酒产量的46.67%,规上企业收入2650亿元,增长12.7%,实现营收、产能的双增长,规模优势明显。即便在受到疫情影响的2020年上半年,川酒仍然逆势增长占领了酒业半壁江山,省内白酒产量和营收在全国的占比进一步提升至52.1%和51.4%。

10月19日,四川省经信厅、省发改委等七部门联合发布关于印发《四川白

将有望进一步提升。

拥抱创新 释放发展新动能

以本次四川省消费品精品展川酒十朵金花直播带货为试点,四川省经信厅与行业一起积极探索新零售业态,通过与线上酒类流通企业合作,线上线下联合打造“川酒十朵小金花”品牌IP效应,利用“两平台一融合”传播川酒文化;同时四川省经信厅以互联网思维赋能川酒销售,培育川酒营收增长新模式,推动川酒线上线下联动销售,利用打破传统的

直播带货模式,为酒类产品带来新动能。四川省委省政府高度重视,从政策、资金、品牌及市场多方发力,实施“川酒振兴”发展战略。利用不同渠道、不同形式,全方位、多层次整体宣传推广川酒,讲好川酒故事,加强川酒对行业话语权的掌控。曾牵头“走进浓香帝国”“川酒文化论坛”“川酒全国行”等宣传推广活动,不断创新“十朵小金花”的宣传推广工作,提升二线品牌的知名度和辨识度。本次“川酒十朵小金花”直播带货试水,也是省经信厅引领川酒发展数字化创新的重要举措。(王丽霞)