

汾酒在田间地头开了一场特别的“发布会”



“汾酒用汾粮，汾粮酿汾酒。”这是汾酒的纯粮之心。5月7日，汾酒原粮基地，2024年汾酒高品质酿造专用高粱开播仪式举行。汾酒党委书记、董事长袁清茂，汾酒集团党委专职副书记、副董事长李振寰，汾阳市委书记李正奎，汾阳市委副书记、市长贾永祥及汾阳市、山西农业大学、汾酒集团相关负责人参加了开播仪式。

关键词一：播

众所周知，粮为酒之本，好酒之源在于好粮。每一粒好粮都来之不易，汾酒高品质酿造专用高粱更是如此。此次开播仪式上，农业部高粱产业技术体系育种研究室原主任、高粱育种专家张福耀介绍了状元红高粱品种，山西省现代农业杂粮产业技术体系首席专家柳青山介绍了高粱种植规程。汾酒高品质酿造专用高粱的背后，正是育种专家以及团队数十年如一日的奉献与钻研。山西高粱育种攻关始自上世纪六七十年代。当时，山西农业大学高粱所的牛天堂老师作为高粱所第一代领军人，提出了高粱“二矮型”育种模式，带领团队利用

高粱杂种优势选育高产优质品种，将中国杂交高粱育种工作推上了新高度。其中，晋杂5号、4号、1号在全国累计推广面积1.06亿亩，增加社会效益10亿元。酿造系列专用高粱品种——晋杂22号、晋杂23号、晋杂18号成为汾酒酿造专用种，分别命名为“汾酒1号”“汾酒2号”“汾酒3号”。

这些新品种突破了专用高粱品种和酿造产品脱节的瓶颈，为汾酒的提档升级起到了重要的支撑作用。此次亮相的状元红高粱品种无疑将为汾酒的高质量发展注入新动力。开播仪式上，汾阳市委市政府表示不仅与汾酒签订了共建高标准汾酒原粮种植基地建设战略合作协议，还将全力抓好高粱种植环节，确保高粱种足、种好、收好，为汾酒集团提供优质酿酒高粱，打造地企携手发展新路径，共创互利共赢新局面。

关键词二：心

此次开播仪式也让外界见证了汾酒的“粮”心。为什么这样说呢？此次开播仪式设在汾酒原粮基地，这里被汾酒人亲切地称为“第一车间”。汾酒是国内最早一批开始建设原粮基地的酒企。为了酿出一杯好酒，汾酒从2009年便将原粮基地纳入企业战略规划，并由自己开始了“第一车间”的全国化布局。

从品种上看，汾酒不仅有高粱原粮基地，还有大麦种植基地、豌豆种植基地，实现了高粱、豌豆等粮食的绿色生产，并成功选育“汾粮30”“汾麦30”良种，提高粮食利用率。

从空间上看，汾酒以北纬36度-45度的“黄金种植地理带”为基准，跨越数万公里，根据三大原粮农作物生长与轮作特点与区域环境优势，选择在国内原粮主产区、核心区、优势区进行空间布局，涉及山西、河北、吉林、内蒙古、甘肃等多个省份。如今，汾酒“第一车间”的布局已成效显著，原粮种植总规模达到了130万亩以上，形成了“土地一备案+五统一”的原粮基地种植管理模式。这也为汾酒的纯粮酿造提供了坚实的基础，正所谓“手中有粮，心里不慌”，汾酒的发展也将倍添信心和动力，成为推动汾酒高质量发展的起点。

汾酒将原粮基地作为“第一车间”，不仅表达了汾酒人从源头把好生产关的决心，更将汾酒的“粮”心表露无遗。汾酒始终坚持传统的纯粮酿造工艺，以优质小麦、大米等优质粮食为原料，经过精细的糖化、发酵、蒸馏等工艺，呈现出独特的风味和丰富的层次感，这种纯粮酿造工艺不仅提高了汾酒的品质，而且使其口感更好，香味更纯正、挺拔。

汾酒之所以畅销不衰，并引领清香热，纯粮酿造带来的高品质即为保证。为此，汾酒股份总经理助理宋亚鹏在此次开播仪式上表示，汾酒高品质酿造专用高粱开播仪式，开辟了汾酒原粮基地纯高粱发展的新赛道，是汾酒践行新发展理念、因地制宜发展新质生产力的生动实践，也是汾酒推进高质量发展的起点，实现汾酒复兴的最前沿。

关键词三：绿

多年来，汾酒坚持生态优先、绿色发展的理念，严格质量标准和技术标准，打造高质量酿酒原粮产地。站在汾酒原粮基地上，人们能够切身体会到汾酒“生态优

先”的发展理念——汾酒从源头上确保“绿”，持续扩大原粮基地绿色认证范围，大麦基地全部实现绿色认证，从原粮基地采购优质高粱、大麦、豌豆等酿酒原材料。汾酒生产的产品也足够“绿”，不仅通过了绿色食品认证，2023年年底，汾酒、竹叶青酒等五款主线产品还获得了方圆产品碳足迹证书。

汾酒还从制度上、管理上保障“绿”。2023年6月，其正式启动碳达峰行动，并编制《汾酒碳达峰行动方案》《汾酒操作低碳化方案》，促进实现转型升级，走上可持续发展的必经之路，也因此荣获国家级“绿色工厂”称号。

汾酒还不吝投入保住“绿”。汾酒乡村振兴工作队以帮销、促产、稳岗为目标，通过集中采购助销、线上平台促销、工会采购、队员助销的方式来开展消费帮扶，带动村民就业。由此，汾酒的产业链建设进一步完善，带动供应链上下游发展，实现绿色高质量发展与社会责任并重。

“绿水青山就是金山银山。”白酒酿造讲究的是汇聚天时、地利、人和之势，尤其应当注重人与自然、生态的和谐统一。多年来，汾酒以“绿色酒都”为奋斗目标，推进原粮基地建设、深耕绿色产业布局，始终致力于为广大消费者精酿出“最干净、最纯正、最健康、最文化”的美酒。如今，绿色、健康已经成为全社会的普遍需求。“绿色汾酒”是汾酒对消费者的诺言，汾酒由此将备受消费者的支持，其核心竞争优势也将得以进一步巩固。从这个意义上来说，此次汾酒高品质酿造专用高粱开播，将为其高质量发展带来新的希望。



安然集团荣获中国消费市场高质量发展优秀案例

4月12日，由消费日报社、中国消费经济高层论坛组委会共同举办的第十八届中国消费经济高层论坛在北京举行。本届论坛以“聚焦数字经济时代消费者权益保护新形势”为主题，聚焦数字经济时代下，消费者权益保护的新特点、新难点、新亮点，旨在通过汇聚相关部门领导、行业专家、优秀企业代表等，共同探讨数字经济时代背景下，在完善消费者权益保护的同时，推动行业实现高质量发展。论坛开展包括政策解读与专题演讲、消费市场行业热点发布和解读等在内的多主题、多形式活动，相关部委领导、行业专家齐聚一堂，共话消费市场高质量发展。

会上，安然集团凭借在推动消费经济高质量发展方面的杰出表现和实践方面的不懈努力，荣获“消费市场高质量发展优秀案例”。

安然以纳米科技立世，以植物干细胞技术创世，在科技创新打造高质量发展的道路上笃行不辍。从成立以来，安然一直秉持着“科技造福社会，成就安然人生”的使命，坚持科技创新研究，在纳米技术和植物干细胞科技领域取得了长足的发展，拥有纳米材料的制备与应用技术、植物干细胞分离提取技术等上百项专利。植物干细胞技术更是屡获殊荣，曾获得山东省节能环保科学技术奖、2023年山东省科技创新奖（优秀项目）、2023中国山东新旧动能转换高价值专利培育大赛-第四届“新高赛”、中国食品工业协会科学技术奖、生产力促进奖等荣誉。

利用纳米技术和植物干细胞技术生产功能纺织系列、养颜护肤系列、营养保健系列、电子科技系列、家居生活系列5大类高科技产品，共计10大系列近300余款，为千家万户带去健康。未来，安然将进一步探索植物干细胞技术，推动产品的研发创新，打造企业的核心竞争力，与国内的院士、博士生导师、专家学者合作，不断加大纳米技术与植物干细胞技术的研发力度，持续笃行消费高质量发展道路，助力大健康事业发展。



青花20首破百亿 汾酒逆势增长

随着财报季进入尾声，2023年上市白酒企业的成绩单也依次交出。其中，山西汾酒2023年实现营业收入319.28亿元，同比增长21.8%；实现净利润104.38亿元，同比增长28.93%。这是汾酒首次进入300亿俱乐部，净利润首破百亿，创下了历史最佳战绩，这也标志着其在白酒行业站上一个新高度，名酒价值正加速回归。而在亮眼的数据中，暗含着一些增长细节，而这恰是汾酒近年得以逆势增长的关键。

青花销售占比近50%

对于2023年业绩实现增长的原因，汾酒在年报中表示，2023年其紧密围绕“推动汾酒高质量发展，又快又好地扎根中国酒业第一方阵”的复兴目标，持续夯实市场基础，深化调整产品结构，加速创新渠道拓展，加强渠道和终端掌控能力、优化盈利模式，科学制定政策、促进营销动作落地，做好延续与发展、传承与创新，实现了经营业绩与品牌价值的双升，圆满完成了稳中求进的阶段性目标，在汾酒复兴之路上行稳致远。

总结下来，汾酒的增长奥秘其实无外乎两点，即“清香复兴”战略的势能释放，和品牌高端化转型的成果验收。

据悉，2022年，汾酒的中高价酒类实现收入189.3亿元，占总收入的72.22%；2023年，汾酒的中高价酒类实

现营收232.03亿元，同比增长22.56%。这是汾酒产品结构持续优化的重要体现，这意味着以青花汾酒为代表的中高价产品在不断扩展市场覆盖面的同时，其品牌高端性也在更大的群体中得到更多认可。

作为中高端线的主力产品，青花系列2022年销售额成功突破百亿大关后，在2023年增长势头依旧。2023年，青花系列销售占比达到46%，以此计算，该系列的销售规模已经接近150亿元，几乎撑起汾酒的业绩“半边天”。而在2022年，这一数据为100亿元，青花汾酒增长速度明显。

在年报中，汾酒首次明确了青花20为百亿级大单品，2024年必须“又快又好”进行更大突破。

为什么是“青花”？

当下，青花汾酒的增长态势还在持续延续。据汾酒2024年一季度报告，报告期内其中高价酒类实现销售收入118.6亿元，其中青花汾酒系列是最大的贡献者。回顾青花汾酒的成长史，我们可以看到其战略地位正逐渐凸显，对汾酒的品牌价值提升和市场份额扩大起到了至关重要的作用。

从数据上看，青花汾酒系列的营收增长率持续保持在高位，2020年同比增长30%；2021年营收超60亿元，同比增长50%；2022年营收更是突破百亿大关，增速超过60%。到了2023年，

青花汾酒更是继续发力，营收达到146.87亿元，占到汾酒总营收的46%，这一成绩无疑证明其在市场上的强大号召力和广泛认可度。

青花汾酒在营收规模持续提升的同时，毛利率也在稳步增加。2016年，青花汾酒的毛利率为68.7%；而2023年，青花汾酒的毛利率提升到了84.09%，这一数据的变化不仅反映了青花汾酒产品品质的持续提升，也是其在市场上强大竞争力的体现。

此外，青花汾酒的产品线也在不断丰富和完善。其中，青花20主攻次高端市场，已成为百亿级大单品；青花30·复兴版和青花40·中国龙则冲击高端消费市场，作为价值标杆和品牌形象产品，不仅提升了汾酒的品牌形象，也进一步拓展了汾酒的价值空间。值得注意的是，作为汾酒的增长新动能，青花30一季度预期圆满实现，后续增长势能正在加速培育中。产品增长势能持续强化，青花汾酒2024年有望持续进一步增长。

青花汾酒的下一程

占位次高端的青花20已经成为行业又一支百亿大单品。而未来，汾酒将通过不断提升青花30的势能，进一步提升产品结构。青花20升为百亿大单品，这也是继飞天茅台、普五、水晶剑、国窖1573之后，白酒行业再度兴起的又一颗百亿新星。

百亿大单品的背后，意味着一款产品、一个品牌、一家酒企在全国市场站稳脚跟，这也是近几年来关于百亿大单品的角逐越发激烈的原因所在。青花20率先跨过百亿门槛，意味着其率先把握住了市场先机。

当下，品牌力与营收规模呈现出越来越紧密的强相关性，在强大品牌力的加持下，汾酒越发“叫好又叫座”。除品牌力外，汾酒高度重视品质升级，显然已经得到了市场和消费者的正向反馈，这也将有利于其持续地结构升级。

总的来看，未来青花汾酒至少具备了三点增长优势，一是持续稳定的增长曲线；二是领先行业同类产品的竞争力；三是在“产品、品牌”的系统化关系中，产品力越强的产品对品牌发展的作用越大。在青花汾酒全国化加速下，汾酒复兴征程有望再提速，进一步实现高质量发展。

深化合作又有新举措

5月8日，汾酒与华润深化合作，分别与华润集团旗下华润创业、华润科学技术研究院签署了深化战略合作协议与科技创新战略合作框架协议；5月9日，与华为技术有限公司签署数字化深化合作协议。

据悉，双方的结缘要追溯到2018年2月，彼时，华润以11.45%的持股比例成为山西汾酒第二大股东。此后，汾酒步入高速发展期，华润也因此收益颇丰。在此过程中，华润以自身优势为汾酒赋能，极大促进了汾酒管理的提升、市场的拓展与公司治理的优化，汾酒经营业绩加速攀升，创造了令业内惊叹的“汾酒速度”。2023年，汾酒营收正式迈过300亿门槛，开启了发展新质生产力的新征程。而汾酒业绩的持续增长，也带动了吕梁产区、清香型白酒的发展，“大清香时代”加速来临。华润也伴随着汾酒的发展，走上了探索“白酒新世界”的道路。

华润集团董事长王祥明表示，汾酒在内部管理、品质提升等方面的跨越式增长，在资本市场强劲的增长势头，充分证明了双方合作的深远影响



和价值所在。汾酒党委书记、董事长袁清茂强调，双方在公司治理等多个领域展开紧密合作，共同谱写了企业合作与发展的辉煌篇章。无独有偶，汾酒与华为技术有限公司的签约同样是合作的持续与深化。华为公司常务董事、ICT基础设施业务管理委员会主任汪涛表态，是携手汾酒集团，在智能时代奋进前行。对合作前景，袁清茂也表达了希冀。他表示，希望双方能拓展更具深度和广度的合作领域，构建更加完善的合作机制，进一步赋能汾酒高质量发展。

汾酒向来重视创新。对此，汾酒集团党委专职副书记、副董事长李振寰曾强调，创新是名酒之所向，是清香之所长，是汾酒之所为。近年来，汾酒一直致力于加快推动数智一体化建设，让“数智”赋能汾酒发展。袁清茂多次强调，要加快推进“数智化汾酒”建设，要加大科技赋能，高度重视数智

化转型，用数智化手段赋能汾酒，全方位推动汾酒高质量发展做贡献。此次与华润创业、华润科学技术研究院、华为技术有限公司的深化合作，将推动汾酒在科技创新的道路奋勇向前、再攀高峰。

据了解，汾酒与华润创业、华润科学技术研究院，将以续写“1+1>2”的高质量发展新篇章为目标，深度挖掘技术和资源优势，在管理提升、市场营销、产品研发、数智赋能等方面纵深合作，实现战略共进、业务互惠、品牌共赢。

而华为技术有限公司将以5G+云+人工智能等技术，助力“智慧汾酒”和“智慧酒都”的建设。此后，还将在云、联接、计算、人工智能产业持续投入，从技术架构与工程实现上为汾酒创新赋能助力。

可以预见，科技创新将进一步提升汾酒的核心竞争力，为汾酒的高质量发展注入源源不断的活力。