

开启“茅习珍”时代 珍酒凭何成为贵州白酒前三?



有人的地方就有江湖,大到行业,小到区域,竞争无处不在。究其原因,行业发展已迈入新阶段,挑战与机遇并存,不进则退。且不说全国层面,“茅五洋”“茅五泸”“茅五汾”之争从未停止,单是贵州白酒板块内部,茅台、习酒之后,谁是“第三把交椅”,也是众说纷纭。

谁是贵州白酒第三,在近期有了定论。7月2日,《贵州日报》文章《跻身贵州白酒TOP3 珍酒实干赢市场》明确指出,在中国酱酒版图,茅台和习酒之后,珍酒坐稳了贵州白酒“第三把交椅”,贵州白酒进入“茅习珍”时代。

业内人士认为,官方媒体定调是一个极其重要的信号,代表贵州酱酒格局已发生实质性变化。在消费疲软、库存、价格等问题持续困扰行业的当下,后来者往往可以成为“破局者”和“引领者”。

营收逆势增长,跻身贵州前三

营收是行业排名最权威的“指标”。“茅五洋”“茅五泸”“茅五汾”中的“探花”位次时有变化,但“茅五”始终不可撼动,就在于两者在营收上始终保持领先。

2023年,珍酒继续高质、高速增长,营收达45.83亿元。而在2020年,珍酒营收为13.46亿元,三年增长了240%。根据国际知名咨询机构弗若斯特沙利文数据,以2023年营收计,珍酒是中国第四大、贵州第二大酱酒企业。也许有人存在疑问,仅凭营收45.83亿元就能跻身贵州白酒前三?这其实与白酒行业的统计口径有关。

白酒行业有销售额和营业收入两套统计口径。销售额即合同收入,营业收入还需从合同收入中扣除厂家返点。以习酒2024年披露数据为例,其2023年销售额为224.47亿元,营业收入为198.64亿元,即营业收入小于销售额。

作为上市企业,珍酒的营收数据经专业机构审计,获港交所认可,具有法律效力,真实可靠。按照习酒的算法,珍酒2023年销售额也将远超营业收入。也就

是说,经过十多年的夯基垒台,2023年起,无论是从销售额还是营业收入口径,珍酒正式跻身贵州白酒企业前三。

产能持续扩充,稳居贵州前三

行业有一个共识,这一轮行业调整比以往任何一次都要残酷。某资深业内人士表示,白酒行业看似复杂,其实也很简单,简单到可以用“卖好酒”三个字总结:一方面,卖的必须是“好酒”;另一方面,要“卖得好”。以酱酒行业的逻辑来看,所谓“好酒”,就要求企业有足够的产能支撑;要想“卖得好”,则必须有品牌加持。

酱酒作为长周期、重资产、慢回报的行业,素有“吨位决定地位”的说法,可见产能的重要性。2009年,珍酒改制重组后,没有大肆扩产,而是以“十年磨一剑”的耐力,持续固本培元。2019年起,先后投入超120亿元增产扩能,持续推进六大生产基地建设。2020年,珍酒产能突破万吨;2022年突破3.5万吨,规模跻身贵州酱酒前三;2023年,年产能4万吨,产能地位进一步巩固;2024年5月,珍酒优质酱酒年产能已突破4.1万吨,储量9万吨,产能规模稳居贵州酱酒前三。

贵州茅台集团原董事长、贵州省白酒产业发展促进会会长李保芳曾表示,

珍酒的产能是其他酒企短期内难以达到的优势。

雄厚的产能储备,让珍酒坐稳了贵州酱酒产能前三位次,也为企业未来发展预留了充足的上升空间。

品牌有厚度有热度,保持贵州前三

对于品牌的认知,千人千面,关于品牌排位的榜单更是层出不穷,标准千差万别,让人眼花缭乱。目前,行业内最认可的榜单,出自第五届全国酒评比赛,也是大众熟知的“17大名酒”和“53国优”。

珍酒的品牌在历史上有厚度,当下有热度,其诞生拥有传奇历史,1988年的第五届全国酒评比赛上,荣获国家质量奖优质奖,成为“53国优”之一,与茅台、习酒并称为贵州三大酱香品牌。凭借优异的品质,还远销法国、德国等数十个国家和地区,被轻工部授予“出口创汇先进企业”称号。

2023年,珍酒在品牌方面频频出招:全新非遗点翠工艺视觉形象亮相全国,品牌片《何以珍》在央视播出,总结提炼的品牌“1234”歌广为人知。2023年4月27日,以珍酒为核心企业和旗舰品牌的珍酒李渡率先于港交所上市,打破了行业8年来无白酒品牌上市纪录,成为港

股白酒第一股、中国酱酒第二股,极大提升了贵州酱酒的关注度,是白酒行业2023年的标志性事件之一。此外,珍酒建立了绿色发展的长效机制,无论是打造绿色化原料种植基地、推出环保极简的高端光瓶酒系列产品,还是带动上下游产业链发展,都以企业高质量发展助推地方经济社会发展。2023年,珍酒获评国家级“绿色工厂”,是贵州入选的2家酒企之一,并获“第四届贵州省省长质量奖提名奖”和“2021-2023年贵州省促进新型工业化发展先进企业”。同年,珍酒李渡获万得(Wind)ESG“AA”评级,并成为唯一入选“Wind中国上市公司ESG最佳实践100强”的白酒企业。在2024年万得ESG评级中,珍酒李渡再获行业唯一“AA”评级,且评分位列饮料行业第一。

珍酒的高质量发展,还得到国家三大权威媒体关注,《人民日报》2023年以来5次点赞珍酒,新华社官方微信4次报道珍酒高质量发展,中央广播电视总台节目用8分钟聚焦报道珍酒。

2024年,世界品牌实验室发布的“中国500最具价值品牌”榜单中,珍酒再度与中国工商银行、中国人寿等中大型企业,华为、海尔、腾讯等知名企业同榜,成为中国最具价值的500个品牌之一,位列榜单中酱酒品牌第三名。

可以说,于史于今,珍酒作为贵州三大酱香品牌的地位均是无可撼动的。贵州酱酒格局的变化,也让不少行业人士好奇,珍酒何以从钓鱼台、金沙、国台等一批酱酒品牌中脱颖而出?

《贵州日报》文章指出,在竞争激烈的白酒行业,珍酒能够迅速成为贵州白酒TOP3,绝非偶然,其背后是对品质的坚持、市场策略的灵活调整、产能的前瞻性布局、品牌的传承创新以及产区的协同发展,这一切,共同铸就了珍酒今日的精彩与明日的无限可能。

业内人士指出,围绕营收、产能、品牌三个“硬”指标的解读,不仅证实了珍酒跻身贵州白酒前三的“含金量”十足,也力证了“茅习珍”格局的实至名归。

竞争是行业永恒的话题,头部企业位次的变动,是白酒产业高质量发展的必然结果。珍酒的崛起,不仅仅是一个企业的成功,更是整个贵州白酒产业格局的重塑。如今,随着破局者珍酒后来居上,“茅习珍”大幕已启,一个更加精彩的珍酒,一个更加精彩的时代,正在到来。



汾酒集团召开安全生产总结表彰大会



8月9日,汾酒集团安全生产总结表彰大会在会议中心召开。汾酒党委书记、董事长袁清茂,公司领导韩向宇、刘卫华、王怀及各单位部门负责人,先进单位、先进车间科室代表参加会议。汾酒集团党委委员、副总经理刘卫华主持会议。

针对下一步汾酒安全生产工作,袁清茂提出了三点要求:

一、坚持安全为本,切实增强抓好安全生产的责任感、使命感。要深刻理解和安全生产的重要性,深刻反思查找存在的问题和不足,要将安全生产摆在突出位置,压紧压实安全责任,以责任感

抓实抓细安全生产工作。

二、坚持系统思维,切实提升安全管理水平。要落实三年行动实施方案及政治监督专项检查反馈意见,将物通系统运行机制、规范系统管理标准作为关键,推动安全生产向各领域联动治理转变;要践行“管业务就是管安全”理念,全面检视问题,及时优化整改,确保系统运行安全有效;生产单位要落实安全生产全过程控制要求,谨慎规范操作;要持续开展安全教育培训和警示教育,提升教育培训效果。

三、坚持靶向发力,切实做到四个毫不松懈。要毫不松懈抓好政治监督专项检查整改,确保问题彻底解决;要毫不松懈抓好治本攻坚三年行动,提出治本之策,全力以赴推动任务措施落地;要毫不松懈抓好风险隐患排查工作,完善常态排查机制,聚焦薄弱环节,深挖问题本质,确保隐患动态清零;要毫不松懈抓好季节性安全风险防范工作,针对雨季、汛期,细化完善应急预案,做好物资储备,强化监测预警,做到有备无患。

会上,安全保卫中心相关负责人对2023年度安全生产工作总体情况进行

了汇报。

汾酒股份副总经理、总会计师王怀宣读了《汾酒集团关于表彰2023年度安全生产先进单位、先进车间(科室)和先进工作者的决定》。

与会领导分别为先进单位、先进车间(科室)颁发了奖牌。先进单位、先进车间(科室)、先进工作者代表在表态发言中表示,在新的一年里将继续把安全生产放在工作首位,增强红线意识,强化管理,健全安全管理制度,狠抓隐患排查,创新创效,为公司安全生产形势稳定做出更大努力。

会议指出,安全生产不仅是公司稳定发展的前提保障,更是公司对社会责任的庄严承诺,要以“人民至上、生命至上”为根本遵循,将安全理念内化于心、外化于行,学会用系统思维和战略视角,全面审视和强化安全生产工作,不断探索和实践安全生产的新理念、新方法、新路径,以更坚定的信念和更扎实的行动,确保公司的生产环境和工作流程更加安全、高效、可持续,让职工能够安心工作、快乐生活、自由发展。

(汾酒集团)



8月16日,由中国酒业协会主办的2024年中国酒业协会名酒收藏专业委员会年会在山西太原召开。本次大会以“凝聚力·谋创新·共发展”为主题,得到了承办单位山西杏花村汾酒集团有限责任公司的大力支持。

中国酒业协会党支部书记、执行理事长王琦在致辞中表示,中国白酒作为承载中华优秀传统文化的重要载体,是中华文明赓续不绝的有力见证。2010年以来,陈年酒行业成为白酒细分市场中发展最快、最具潜力的行业,在推动名优白酒价值和品牌高度上升的同时,也成为消费升级的重要体现。2023年以来,整个消费市场均出现了高预期、冷现实的态势,这给包括陈年酒行业在内的所有行业都提出了新的挑战。本次大会的主题是“凝聚力·谋创新·共发展”,正好契合当下行业形势。他指出,要站在产业的高度,秉承“形成合力、同频共振、共促发展”的宗旨,在把握有利条件、应对风险挑战的同时,保持战略定力、谋求创新突破,从而穿越周期、赢得发展。

名酒收藏专业委员会当值理事长,汾酒集团党委书记、董事长袁清茂在致辞中表示,今年是中国酒业协会名酒收藏专业委员会成立10周年,很荣幸在这个新起点上由汾酒担任中国酒业协会名酒收藏专业委员会轮值主席单位。十年来,中国名酒收藏由小众到大众、由民间到官方、由自然生长到系统推动,走上了健康快速、蓬勃发展的道路。他指出,名酒收藏的本质是时间,名酒收藏的关键是文化,名酒收藏的动力是消费,名酒收藏的未来是格调,汾酒集团作为中国酒业协会收藏委员会的轮值主席单位,愿与广大行业同仁共同努力,在时间、文化、消费、格调上持续发力,将中国酒业名酒收藏工作继续推向前进,开创新的局面。

在主题演讲环节,原文化部副部长、国家图书馆名誉馆长周和平以“崇尚收藏文化 搞好名酒收藏”为主题进行了精彩演讲。周和平部长在分享中表示,我国收藏文化的起源可追溯至远古时期,对历史遗存物品的珍视和保存由来已久,收藏这一行为承载着深厚的文化底蕴和广泛的民众基础。酒历来是重要的收藏品,名酒作为特殊的收藏品具有重要的历史文化价值,一瓶酒包括酒瓶、商标、封盖、封盒等都有独特的故事,藏品承载着岁月的洗礼、历史的变迁,是酒业发展的实证,蕴含着人们美好的记忆和乡愁。他表示,搞好名酒收藏,一是要坚持文化自信,二是要努力学习酒的历史和文化,学习识酒的专业知识和技能,三是要加强行业管理和指导,制定相关规定,规范收藏市场,用先进的技术建立名酒企业、名酒收藏者、名酒消费群体“三方平台”,通过博览会等形式,为广大收藏者“亮宝”、交易,交流提供市场和机会。

名酒收藏专业委员会秘书长刘海波代表中国酒业协会名酒收藏专业委员会做了《2023-2024年度中国酒业协会名酒收藏专业委员会工作报告》。他从“2023-2024上半年陈年白酒市场基本情况、2023-2024上半年名酒收藏专业委员会工作总结、当前中国陈年白酒行业存在的主要问题、2024年名酒收藏专业委员会计划开展的工作”四方面向大会进行了报告。报告内容丰富、信息量大、数据详实,对当前陈年酒行业现状和问题分析透彻,并围绕如何解决行业痛点、创新引领行业发展介绍了2023年以来的委员会开展的工作情况和2024年委员会计划开展的重点工作,得到广大参会代表的一致认可。

为进一步寻求陈年酒破圈之道与高质量发展之法,本次年会特别邀请到名酒企业、名酒收藏家、新酒经销商、陈年酒电商新渠道等多方代表共同登台,开启主题对话,旨在从多维度出发,共探当下陈年酒市场增加繁荣的切实发展路径。在这一环节,知酒传媒创始人、董事长宁向宁作为主持人,邀请汾酒股份公司副总经理、汾酒营销中心主任、汾酒销售公司党委书记、执行董事长、总经理张永涌,五粮液股份公司总经理助理、五粮液品牌事业部总经理黄太国,泸州老窖销售有限公司副总经理李光杰,金得酒业副总裁、营销运营管理中心总经理王维龙,中国酒业协会名酒收藏专业委员会常务理事张继斌,浙江省酒类流通协会资深会长、商源集团董事长朱跃明,歌德盈香股份有限公司副总裁刘剑锋等七位嘉宾,围绕陈年酒如何破圈与创新进行了精彩交流。

为进一步完善陈年酒流通领域信息采集和征信体系,及时掌握市场动态,提升陈年酒行业数字化程度,中国酒业协会牵头在全国各一线城市、准一线城市、二线城市以及酒类重点城市,设立“中国陈年酒市场信息采集点”,负责陈年酒信息的收集。本次大会对首批入选中国陈年酒市场信息采集点系统的12家企业代表颁发了牌匾。

“中国汾酒收藏酒研究院”成立仪式也在本次年会上隆重举行。该研究院由山西汾酒集团携手中国酒业协会共同成立,旨在借势行业专家、学者合力,全面推动中国汾酒收藏酒高质量发展,更好的迎战名酒收藏“新周期”。中国酒业协会党支部书记、执行理事长王琦,汾酒集团党委书记、董事长袁清茂共同为研究院揭幕,“中国汾酒收藏酒研究院”院长李昊旻先生与全体参会代表共同见证了研究院成立的这一盛大时刻。最后,随着汾酒集团“黄河之魂龙礼”汾酒、“黄河之魂龙汾”青花汾酒两款系列产品的盛大发布,本次大会圆满落幕。



『凝聚力·谋创新·共发展』中国酒业协会名酒收藏专业委员会年会在太原召开