



贵州酱酒军团渴望提档升级

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 万家成 刘阿龙

延伸阅读

近年来,贵州白酒进入快速发展期,贵州白酒品质、价值的认知不断提升和深化。12月7日,齐鲁晚报·齐鲁壹点记者跟随采访团,走进世界酱香型白酒产业基地核心区——遵义市茅台镇开启五天采访,探寻酱酒品质密码。

白酒产业推动贵州经济跃升

酱酒王国里,不仅有茅台的一枝独秀,还有众多品牌百花齐放。在全长约150公里的赤水河核心产业带,2019年酱香型白酒产能约为47万千升,占全国酱酒产能的85%,实现营收约1250亿元,占全国酱酒市场的90%以上,已经初步形成了产业集群效应。

截至目前,遵义培育了千亿元级酱香白酒生产企业1家、50亿元级企业1家、10亿元级企业2家、亿元级企业17家。2019年,遵义白酒以全国3.1%的产量,创造了全国白酒42.4%利润的奇迹;同时,白酒产业推动贵州经济总量从全国第26位跃升至第22位,经济增速持续位列全国前列。

茅台集团党委副书记王焱认为,随着消费的不断升级,人们更加注重健康,“少喝酒、喝好酒”的理念更加深入人心。酱香型白酒以遵循时节的工艺、严谨苛刻的标准,越来越受到市场和消费者青睐。

当地环境原料得天独厚

提到贵州白酒,就绕不开遵义。作为著名的红色之城,赤水河从这里穿境而过,造就了独一无二的生态环境,孕育了以茅台为代表的众多名优酱酒品牌。资料显示,遵义是世界上最早生产酱香白酒的地方,自汉代起,“遵人善酿”便成为共识。

那么,究竟是什么赋予了贵州酱酒独特的价值呢?遵义市委常委、副市长刘晓杰为大家做了诠释。

遵义地处亚热带湿润季风性气候,森林覆盖率61.22%,北纬27度,是地球生态天然演绎场,赤水河谷微生物达2700多种,加之独特的低热气候、恒定适宜的酸碱度、丰富奇特的矿物质,形成了独一无二、不可复制的绝佳酿酒环境。

正宗茅台镇酱香型白酒生产工艺十分复杂,严格按照端午采曲、重阳投料、九次蒸煮、八次发酵、七次取酒,一年一个生产周期,简称“12987”。

如果说环境和原料是天赋所致,那么茅台镇传统的生产工艺便是人类上千年酿酒智慧的传承和发展,它被誉为我国白酒工艺的活化石。

思考如何擦亮金字招牌

近年来,酱酒热持续升温,已成为整个白酒行业无可争议的现象,酱酒已成为名副其实的“黄金产业”。虽然酱酒正热,为了可持续发展,贵州酱酒军团也在深刻思考如何擦亮这一金字招牌。

遵义市(仁怀市)酒业协会副秘书长杨必刚表示,酱香白酒必须从产区、生态、文化、品牌以及时代五个方面做文章,进一步助力仁怀白酒企业提升品质、扩大宣传、增强影响,推进酱酒产业向高质量发展。

北京正一堂战略咨询机构董事长杨光认为,酱酒是未来中国酒业调整最大获益板块,5年后将形成“一超少强多中众小”的行业新版图。未来10年,酱酒行业的发展特点依然是持续、稳定、趋好,而茅台镇将成为未来资本高地。

中国酒类流通协会秘书长秦书尧致辞表示,当地还需通过创新的方式,全新的视角,对贵州酱香型白酒产业基地核心区进行全方位、深层次的传播,让贵州酱酒的声量再扩大,知名度、美誉度和影响力得到进一步提高。



茅台酒厂生产线一片忙碌。

业内人士:地方品牌要保持定力,守好家门才能走出山东 酱酒冲击鲁酒市场,「北派酱香」前景几何

红太阳酒厂祥酒车间下沙环节正在进行测温。

山东是一个传统的白酒生产大省和消费大省,堪称白酒市场的晴雨表,向来是兵家必争之地。受国内白酒市场“酱酒热”风潮影响,当前,山东也成为酱香型白酒消费氛围非常浓厚的省份之一。据不完全统计,目前山东酱酒的市场份额已经突破百亿。在济南、青岛、潍坊、日照等诸多省内城市,酱酒已成为中高端餐桌上的“标配”,且“酱酒热”还在不断升温,许多消费者的饮酒习惯也随之发生变化。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 黄翔

酱香酒受捧 超市里促销的多是浓香酒

日前,齐鲁晚报·齐鲁壹点记者走进位于济南文化东路的历下大润发,在酒水区,摆在最显眼位置的是茅台酒展柜,标价1499元的飞天茅台也陈列在玻璃柜中,销售员介绍:目前飞天茅台没有现货,但可通过线上抢购,条件是上一季度凭大润发会员卡累计消费2000元或4000元以上方可参与,并且限购2瓶或4瓶。

该超市其他酒水展位,浓香型白酒和酱香型白酒各占半壁江山。目前正促销的几款白酒多为浓香型,唯一一款促销中的酱香型白酒是一家以生产浓香型白酒为主的品牌。“酱香型价格比较高,而且比较坚挺。”促销员表示。

“酱酒要求高一些,喝着喝着就三五百起步了。”位于济南历山路上的家烟酒销售店店主表示,去年下半年开始兴起酱酒热,酱香型白酒受到高端酒局的追捧,目前折扣力度也不如浓香型的。

“现在请客,酒成了最大的成本。”市民仇先生对记者说,他从2000年左右开始,看着茅台从260元左右涨到了如今1499元,其他白酒也都涨价不少,以前习惯存点酒的他,已经两年没有购进新酒了,“现在的白酒价格让那些‘酒鬼’增加很多财务成本。”

换包装追酱香 500—1000元价位成争夺阵地

在消费端火热的背后,今年的白酒行业也出现了“抱团酱香型”的现象。

当前,酱香型白酒“处在风口期”已在业内达成共识,“酱香热”现象引来多方投资。目前看来,贵州茅台、五粮液确立的“头部”价位难以撼动,大多数企业瞄准的是“腰部”价位。业内人士预计,白酒行业未来规模持续扩张的动力将逐步向中小酒企转移,500—1000元的价位,成为各家争夺的阵地。业内都在观望谁会成为“第二个茅台”,不少投资机构前往贵州考察酱香型酒企,希望能参股或并购。

另一方面,在酱酒热的带动下,也催生出大量贴牌产品,贵州仁怀的中小酒厂受到热捧,其中也吸引了不少跨界玩家。一位贵州当地酒企负责人表示,今年以来很多酱酒生产企业都开放了贴牌条码数量,“在公司的代工业务中存在着两种运营商,一种是传统的酒类经销商,一种是拥有跨界圈层资源的团购型经销商,今年以来后者来酒厂贴牌的数量大大增长。”据记者了解,目前要在茅台镇贴牌一款酱酒产品并不难,500箱(甚至更低)就可起盘,而且成熟的厂家还可以提供酒体设计、品牌设计、文案传播等全套解决方案。

分析人士指出,贴牌产品会增强整个品

类和市场的热度,但是因为贴牌产品良莠不齐,且在消费者对酱酒鉴别能力相对较弱的时候,低端的贴牌产品会扰乱市场。

“‘酱香热’对山东酱香型白酒的生产和销售带来了一定的影响和冲击,尤其是除茅台酒以外的一些‘茅台镇酒’,那些质量比较差的酱香酒对山东酒的影响非常大。”山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐对齐鲁晚报·齐鲁壹点记者说,“大家都知道,酱香型白酒工艺复杂,生产成本比较高,定位也高,因此它的价格也比较高,而外来的低质酱香酒打着‘茅台镇’的旗号卖几十块钱一箱,冲击了山东酱香型白酒的市场。”

本地酒企要坚持主业 守好家门才能走出山东

据不完全统计,2019年,酱香型白酒以全国白酒行业7%的产能,实现了21.3%的销售收入和42.7%的利润。在山东,据估计山东酱酒的市场份额也已经突破百亿。在“酱酒热”的带动下,本土“北派酱香”逐渐登上高端、次高端饭局,因此也被解读为是白酒消费升级的表现。

“山东目前能生产酱香型白酒并且酒历史在三四十年以上的有十几家。”薛剑锐说,山东大部分酱香型白酒的酿酒工艺是根据国家标准酿造,跟茅台酒的工艺大致是一样的,“但地区、气候、环境不一样,它出来的风格就不一样了。”

在今年举办的第83届山东省糖酒会上,山东本土的酱酒企业布展氛围热烈,古贝春、云门春、景阳冈赖茆……知名鲁酒酱香企业也赚足了消费者和媒体的眼球。在此次山东省糖酒会主题论坛上,更是颁发了“鲁派六大酱香标杆企业”奖牌——云门陈酿、古贝元、赖茆、祥酒、龙碗重酿、金贵酱酒。“山东省白酒市场的竞争,很大程度上是取决于高端、次高端产品。”在采访中,薛剑锐也说出了他对于当前“酱香热”下,生产端与消费端表现出新变化的一些思考。

“喝酒,各投所好,各取所需,更重要的是追求品质,还有性价比。”薛剑锐说,白酒面对的竞争不来自各种香型之间,还要面对洋酒、葡萄酒以及啤酒的竞争,所以地方品牌要保持一定的定力。

“通过多年的努力,鲁酒已经形成了两大优势白酒。一是低度浓香型白酒,目前,山东的低度浓香酒无论从质量还是性价比方面都具有很大的优势,创造了三个全国第一,分别为质量第一、销量第一、产量第一。二是山东特色香型芝麻香和鲁派酱香型白酒以及各企业的特色香型白酒的发展非常迅猛。”薛剑锐分析,“无论面临‘酱香热’或是其他的风潮,各大鲁酒企业一定要坚持主业。在任何情况下,都要将发展主业放在第一位。尤其是在扩产能、企业投资方面一定要谨慎,避免大的决策失误,让鲁酒发展不再走弯路,稳扎稳打,这样企业才会得以长远发展。”

“守好家门,才能走出山东。”薛剑锐说。