

2023.11.21

编辑:闫秀梅 读者热线:0535-6631047

# 中食协与多家省级协会+60家酒企齐聚淮北 他们商量了一件什么事?

在市场不断分化、供需矛盾突出、消费总量萎缩、效益增速趋缓的新的结构性调整周期下,举办这场盛会,不仅放大声量,凝聚行业共识,还为大兼香时代的到来,撕开了一个口子。

本报记者 张瑜宸 发自淮北

还有40天,我们就要和2023年说再见了。

回看这300多天的中国酒业发展,“分化”“收敛”成为行业的主旋律。一方面,规模以上白酒企业的整体数量以及产量不断下滑;而另一方面,20家A股上市公司的营收和净利润则连续走高。在行业马太效应加剧下,资源不断向头部企业和优质名牌酒企集中,中小型企业及区域性品牌面临更加艰难的竞争局面。

“在这样一个两极分化、冰火共处的新

周期、长周期、弱周期环境下,如何依靠科技进步和产品创新,实现传统产业高质量变革与发展,加快形成创新价值供给促进行业发展的激励机制,促进淘汰落后于时代发展和生产力先进水平的产能、技术和模式,以新发展理念构建新发展格局,实现新发展愿景,是我们需要认真筹划和积极实践的重要课题。”11月9日,中国食品工业协会副会长兼秘书长马勇在首届中国兼香型与创新香型白酒高质量发展大会上抛出如上问题,引发行业的深度思考。



## 一场“兼收并蓄、包融万香”的盛会

课题的背后,或与数据有关。

行业数据显示,今年1~9月,全国规模以上白酒企业比上月末减少20余家,白酒总产量同比减少9%,规模以上企业亏损面近30%,营收增幅约9%,利润增幅收窄至3%。

不容忽视的是,这样连续下滑的数据一直是近几年的常态,恐还将继续。

尽管白酒行业的高质量发展,中小企业也是不可或缺的重要部分,但是在规模以上企业都如此艰难,且产业又是处于从增量到减量的趋势下,中小企业和区域品牌的生存空间将被进一步挤压也是不争的事实。

“在我看来,兼香可能是区域酒企、中小企业的一次‘自救’。”《华夏酒报》、中国酒业新闻网总编辑吴贤国在参加高峰对话环节时分析指出,除了传统做兼香的,如白云边、口子窖等企业以外,现在做兼香的企业,各有各的特色,共性就是以区域性酒企和中小型企业为主。面对头部酒企和名优企业的“围攻”,想要在夹缝中求生存,就要走出一条特色化、差异化的发展路径。

“举办首届中国兼香型与创新香型白酒高质量发展大会,就是希望在供给侧结构性改革的国家战略指引下,鼓励白酒行业通过技术进步和产品创新,以市场需求为导向,不断丰富和完善产品品类,实现新供给,创造新需求,更好地服务于人民日益增长的美好生活向往,构建白酒产业高质量发展新格局。”马勇如是说。

的确,当前白酒行业要适应消费需求的多元化特点,就要让消费者了解到除了传统的浓香、酱香、清香这些主流风格以外,还有更好的兼香型白酒,它们兼收并蓄,包融万香,更容易获得消费者的喜爱。

因此,举办这样一场盛会,恰逢其时。《华夏酒报》记者在现场看到,中国食

品工业协会副会长兼秘书长马勇,著名酿酒专家、中食协白酒专家委员会主任委员高景炎,淮北市委副书记、市长汪华东,江南大学教授、博士生导师徐岩,国家食品质量监督检验中心副主任、教授级高级工程师程劲松,《华夏酒报》、中国酒业新闻网总编辑吴贤国,安徽省食品行业协会会长杨士友,安徽口子酒业股份有限公司董事长、总经理徐进等嘉宾以及来自全国13大食品工业/行业协会和60家从事兼香型与创新香型白酒企业共160余人参加了本次活动。

围绕大兼香之下的技术传承与创新、产品特色与升级、市场机遇与挑战等议题,行业协会领导、专家学者、企业代表以及媒体大咖们以独特的视角和见解,分享了他们关于兼香与创新香型在生产、销售、文化和品牌建设等方面的经验与思考。

除了多轮主题演讲与高峰对话环节外,活动现场还特设产品展示区,通过品鉴、交流等方式,让与会人员不仅感受到南北、东西不同地域的兼香型白酒的差异化、个性化和多元化,更将包容与融合的大兼香“精神内核”汇聚成一股力量,注入中国白酒行业高质量发展中。

此外,会上,中国食品工业协会还揭晓了首届中国兼香型与创新香型白酒典型风格产品获奖名单,对兼香型与创新香型白酒典型风格产品进行了鉴评,并颁发了首届中国兼香型与创新香型典型风格产品证书。

可以说,在市场不断分化、供需矛盾突出、消费总量萎缩、效益增速趋缓的新的结构性调整周期下,举办这样一场“兼收并蓄 包融万香”的盛会,又是首届,其意义不言而喻,不仅放大声量,凝聚行业共识,还为大兼香时代的到来,撕开了一个口子。

## 兼收并蓄 包融万香 首届中国兼香型与创新香型白酒高质量发展大会

主办单位:中国食品工业协会白酒专业委员会 安徽省食品行业协会 四川省酿酒工业协会 湖北省食品工业协会  
黑龙江省食品工业协会 河南省食品工业协会 江苏省食品行业协会(筹) 山东省食品工业协会

承办单位:安徽口子酒业股份有限公司

2023.11.9

或许有人会问,为什么骑在酒类消费新世界背上的会是兼香?

根据相关统计数据显示,目前兼香型市场容量约5%~7%,规模约为200亿~300亿元。和其他主流香型相比,一来算不上大众,二来尚缺乏百亿级的龙头企业。

但越是挑战,也越是机遇。

“中国白酒是典型的传统产业,但也绝不是一个只有传统和继承,没有发展和创新的产业。兼香型白酒的出现,就是20世纪60~70年代积极探索工艺变革,最终实现风格创新的典型案例。”马勇表示,在白酒生产实践中,以技术进步为基础的风格创新已经成为白酒行业树立新发展理念、构建新发展格局的关键突破。

事实上,从白云边、口子窖、劲牌等企业的成功中就可以窥见一斑。

所以我们看到,自2012年起,中食协白酒委员会在白酒国家评委年会上组织开展白酒感官质量鉴定,创新风格产品在报送参评全部酒样中占比逐年增加,从2012年的3%左右到2020年占比超过33%。

“今天,我们召开研究探讨兼香型与创新香型白酒发展的专题会议,源于近年来以传统兼香型风格为主导产品的绝大多数企业,如郎酒、白云边、口子窖、玉泉等保持了较为积极健康的发展趋势;同时以适应消费需求变化为导向,积极探索工艺变革、实现香型融合、促进风味提升的创新香型产品层出不穷,正在为企业创造新的市场增长点,如今世缘、毛铺苦荞酒、仰韶、金种子、皇沟、宣酒、国井、蒙古王等几十家骨干企业研发布局了创新风格产品,在不断提高市场占有率、支持企

业经营业绩显著提升的同时,极大满足了持续增长的个性化消费需求,为广大消费者提供了更加丰富的风味选择。”马勇说道。

显然,根据新消费群体的消费需求,基于他们对白酒香气、口感、味道等复杂度的追求,打造具有新内容、新口感、新消费场景的兼香型产品已经成为一种趋势。毕竟,无论是工艺改进还是风格创新,都是希望能以差异和优势在总体处于供大于求、竞争呈现此消彼长的态势下,寻求新的增量,并创造新的价值供给。而兼香本身就是创新与融合的集大成者,因此,才会吸引到越来越多的企业甚至头部企业也开始加码。

欲了解更多美酒资讯,  
请关注华夏酒报微信公众号。

