

黄酒复兴,向上之路如何走?

当前,“高端化、年轻化、时尚化”的产业发展方向已成为各界对于黄酒破局的共识。绍兴黄酒企业能否抓住机遇,合力扭转当前形势,将决定着黄酒产业未来的发展格局。

本报记者 刘雪霞 发自北京

这个秋冬,黄酒开始频频发力。9月26日,“2023代州黄酒文化节”盛大启幕;10月12日,绍兴黄酒精品展示馆开馆仪式在上海第十九届中国国际酒博会高调亮相;10月13日,“金波琼酥 魅力代州”代州黄酒专业镇招商推介会同样也在上海酒博会上举行;11月8日,第29届绍兴黄酒节在立冬时节举行。尤其是在第29届绍兴黄酒节上,

绍兴市委常委、副市长程炜博表示,2023年前三季度,绍兴规模以上黄酒企业实现营收总额22.55亿元,同比增长9.8%;利润总额达到3.73亿元,同比增长32.7%。绍兴作为中国黄酒之都,其风向标和压舱石作用明显,在当今黄酒产业发展落后于中国酒业整体发展速度的情况下,这份成绩单让人看到了“复苏”的希望。

黄酒行业式微,但依然是一座金矿

作为中国最古老的酒种之一,黄酒拥有深厚的文化底蕴和顽强的生命力。但近年来,黄酒产业一直发展比较缓慢。

据国家统计局数据显示,近年来,我国规模以上黄酒生产企业数量在逐步下降,2021年全年,我国规模以上黄酒生产企业为98家,较2020年减少4家,到2022年减少至90家。其中,国内上市的黄酒企业有古越龙山、会稽山、金枫酒业3家企业。

据中国酒业协会数据显示,2022年纳入国家统计局范畴的规模以上黄酒生产企业仅90家,其中亏损企业为13家,规模以上黄酒企业累计完成销售收入101.63亿元,累计实现利润总额12.66亿元,亏损企业累计亏损额达0.58亿元。

目前,根据A股上市公司三季报披露,前三季度古越龙山、会稽山、金枫酒业营收分别为11.6亿元、9.35亿元、3.6亿元,总营收不到30亿元,其中,古越龙山和会稽山同比分别增长3.43%和14.74%,金枫酒业同比下滑13.45%。

纵观近几年的统计数据不难发现,自2019年达到最高点后,黄酒产业就在不断探底,发展情况不容乐

观。今年以来,消费需求不足对整个酒类行业都造成了冲击,但导致黄酒发展受阻的原因实则是产业背后的痼疾。

虽然目前黄酒行业发展整体趋缓,但作为数千年传承的“国粹”,黄酒依然是一座金矿。古越龙山北上布局,会稽山一体两翼发展路径,塔牌聚焦手工酿造,金枫多元化渠道……黄酒自身的突破性动作和外界对黄酒的关注从来就没有消失。

在今天的黄酒T7峰会上,中国酒业协会理事长宋书玉就提出,黄酒首先要放大声量,让更多消费者知道黄酒是什么;其次,黄酒要直击痛点,走出竞争圈,共同拓展全国市场。

“短期内,黄酒产业发展的速度在中国酒类的整体发展梯队中仍有落后,但是消费市场全国化的趋势还需要进一步强化。”在第29届绍兴黄酒节上,中国酒业协会秘书长何勇也表达了相同看法。在他看来,古越龙山、会稽山等龙头企业稳健发展趋势明显,黄酒企业持续发力新媒体平台,积极布局电商渠道,在流量时代为黄酒卡位占座,业界对此充满了期待。何勇预判,努力突破临界点的黄酒产业,其春天就一定会来临。



《绍兴市人民政府办公室关于促进黄酒产业发展振兴的实施意见》(以下简称《意见》)指出:

- 到2027年,绍兴市全市黄酒产业年销售收入达到**100亿元** 全国市场占有率**超过50%**。
- 形成2~3家黄酒产业链主企业,绍兴成为黄酒产业最具活力主产区和黄酒文化传承发展引领区。

《意见》还明确指出,绍兴黄酒的总体布局为“一核三区一圈多点”:

- 一核**即为重组后新的黄酒集团;
- 三区**即以会稽山、塔牌、鉴湖等为代表的西路酒,以古越龙山为代表的中路酒,以女儿红为代表的东路酒;
- 一圈**即黄酒生态圈;
- 多点**即“专精特新”黄酒企业布点。

黄酒复兴有了新指引

黄酒如何复兴,“高端化、年轻化、时尚化”的产业发展方向,已经成为各界对于黄酒破局的共识,但具体要怎么做?

利好消息是,黄酒产业发展有了新指引。

日前,绍兴市政府发布了《绍兴市人民政府办公室关于促进黄酒产业发展振兴的实施意见》(以下简称《意见》),从龙头引领、梯队搭建、营销、技术、创新等多维度,全方位为黄酒产业发展提供了清晰的目标与“方法论”。

《意见》指出,到2027年,“绍兴黄酒”品牌在全国乃至全球黄酒市场影响力和美誉度进一步提升,基本实现“1522”阶段性目标,即全市黄酒产业年销售收入达到100亿元,在全国市场占有率超过50%,形成2~3家黄酒行业链主企业,绍兴成为黄酒产业最具活力主产区和黄酒文化传承发展引领区。

其主要任务是大力改革强企,提升产业集群竞争力。其中,培育龙头企业更是一马当先。

《意见》指出,推动黄酒企业兼并重组、黄酒产业集聚集群。支持优质黄酒企业做强做大,更好发挥“链主企业”对产业链生态伙伴的带动作用,提升绍兴黄酒产业的市场竞争力。

一是,深化国有企业体制改革,省、市、县三级联动,推动酒企整合重

组,形成新的黄酒集团;

二是,加大黄酒集团内部资源整合,促使品牌谱系更加清晰、业务板块更加多元、发展格局更加明朗,提升市场拓展力,发展成为黄酒产业“领航型”企业;

三是,支持黄酒集团对管理层和业务骨干实行员工持股或中长期股权激励改革,激发管理层和员工积极性,增强公司活力、创造力。

从此次《意见》的提出来看,绍兴已经意识到,黄酒振兴,龙头企业的带动作用必不可少,因而新的黄酒集团必须承担起这一历史使命。

同时,《意见》还强调强化营销能力,支持“链主企业”勇担使命,联合生态伙伴丰富营销手段、创新营销模式、拓展营销渠道,力推“越酒行天下”。支持探索组建专门的销售公司,成立一级销售管理公司和下级分品类(分品牌)销售公司,建立与资本深度捆绑的厂商一体化长效协同发展独立运作模式,增强市场拓展力和渠道控制力。

业内人士认为,建立资本深度捆绑的厂商一体化长效协同发展独立运作模式,将大力提振经销商的市场信心,为长期经营带来利好。一方面,销售公司有了更多的话语权,可以根据经销商反馈来调整市场动作;另一方面,资本深度捆绑的厂商一体化,也让经销商深度地参与到了品牌

的共建中,酒商拓展市场的动力更强劲了。

此外,《意见》明确指出,绍兴黄酒的总体布局为“一核三区一圈多点”。一核即为重组后新的黄酒集团;三区即以会稽山、塔牌、鉴湖等为代表的西路酒,以古越龙山为代表的中路酒,以女儿红为代表的东路酒;一圈即黄酒生态圈;多点即“专精特新”黄酒企业布点。

这样的结构布局,明确了绍兴黄酒区域品牌梯队,实现了“龙头引领、骨干支撑、多点协同”的绍兴黄酒集群化、差异化、有序发展总体思路。

绍兴黄酒企业能否抓住机遇,合力扭转黄酒当前形势,将决定着绍兴黄酒区域品牌在行业中的地位,也决定着黄酒产业未来的发展格局。

正如绍兴市委书记温暖在黄酒产业博览会开幕式上所言,绍兴黄酒要聚焦“世界经典”目标,强力推进创新深化、改革攻坚、开放提升,全力打造黄酒产业“最具活力主产区”、黄酒文化“传承发展引领区”,大力优化黄酒产业生态,大力推进黄酒文化传承,大力激发黄酒创新活力,加快向百亿级产业集群迈进,全力推动“国粹”“国酿”焕发新的生命力。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

