

宋书玉:未来3到5年产业结构性调整势在必行

当前,白酒产业由“品类”向“产区”过渡发展的路径已经非常明确,在产业集中度不断提高的当下,产区的价值正在日益凸显,产区化的浪潮正在将白酒产业发展推向新阶段与新高度。

本报记者 刘雪霞 发自北京

“虽然白酒产业高质量发展的劲头和趋势明显,但必须要认识到,未来3到5年产业结构性调整势在必行,在经济复苏期和产业调整期交织的节点,如何把握机遇,应对挑战?是我们每个名酒产区都需要重点关注和研究的课题。”

2023年12月19日,2023首届世界优质白酒产区高质量发展大会在四川宜宾举办。中国酒业协会理事长宋书玉出席,并以《聚势 启新 共赢》为题致辞,对当前中国酒业现状进行总结,并围绕白酒产业高质量发展提出十条建议。

名酒展示出穿越周期的强大定力

2023年是中国酒业发展史上极不平凡的一年,酒业的周期性、结构性矛盾交织,总需求不足的矛盾凸显,呈现出市场份额集中化、品牌竞争白热化、价格竞争激烈化、产区发展规模化等特征。

宋书玉认为,2023年是中国酒业新周期的转折之年、分化之年,但同样也是在波折中奋力前进的一年。纵观全年,名酒企业显示出了穿越周期的强大定力,名酒产区的价值逐渐绽放,产业集群化发展日益凸显。白酒产业仍处于长周期韧性发展阶段的判断毫不动摇,白酒产业仍处于高质量发展主航道的认知未曾改变。同时,市场份额向优质产区、名酒企业和名酒品牌不断集中,产业集中度进一步向头部聚集的趋势愈发明显。

据中国酒业协会发布的《2023中

国白酒产业发展年度报告》提供的数据显示:从2017年到2022年,我国规模以上白酒企业数量减少39.5%,产量下降约44%;与此同时,规模以上企业的资产总额连年升高,从6897亿元增长至11747亿元,涨幅超过70%。2023年,白酒企业的总资产数据再次被刷新,仅1~7月,资产总额就超过了1.2万亿元。2023年,预计全年白酒总产量仍会呈现小幅收缩态势,一方面是消费层面对健康饮酒需求的上升,理性消费观念持续深入;另一方面,来自消费者饮酒需求多元化形成的横向竞争加剧。

总体来看,预计全年销售收人和利润继续保持增长,并呈现结构性变化。两极分化和产业集中度上升是产业发展中的一个必然过程,它对应着企业规模效应的溢出和龙头企业品牌溢价的形成,同时区域名酒压力增大。



产区要补齐短板,需要厘清十线

如何补齐短板,实现白酒产区的高质量发展?宋书玉从十个方面进行了分析。

转型升级的“创新线”

要更加强调自主创新,以提升产业创新能力为目标,坚持企业主导与政府、产业引导相结合,坚持补短板与锻长板相结合,坚持行业内自立自强与跨行业开放合作相结合,加快建设产学研、协深度融合的技术创新体系,实现上下游企业协同发展的良好产业创新生态。

绿色发展的“生态线”

产区是自然环境与人文环境相融合的生态循环系统,为白酒酿造提供了得天独厚的条件。正是这些自然和人文因素,决定了白酒的品质和独特性。实现绿色生态低碳转型和可持续发展,是产区建设的根本生命力,要将可持续发展、绿色生态酿造当作生命线。

数智赋能的“科技线”

白酒酿造既是传统产业,也离不开科技赋能,从白酒产业的发展来看,科技一直是推动白酒产业发展的根本力量。白酒产区作为产业的排头兵,要抢抓新一轮科技革命和产业变革机遇,积极以新一代信息技术、人工智能、生物技术、智能酿造赋能产业发展,促进产业持续优化升级。

消费融通的“市场线”

在中国酒业呈现出高质量发展的背景下,酒类基础消费出现了群体转移和结构性变化,产区在这方面具有得天独厚的优势。作为世界公认名酒价值表达方式,也是消费者定义名酒价值、判断酒类品质高低的重要标准,各大产区也得到了消费者的广泛认可,要进一步挖掘产区文化特色,通过集体行动,形成了强大的品牌效应,不断扩大市场份额。不断创造多元

化、立体化、深层次的消费体验。

美酒底蕴的“文化线”

文化已成为产业最高层级的竞争力量,去年中国酒业协会提出“文化自觉、文化自省、文化自尊、文化自新”的新文化体系;今年将倡导“传承有序、传说有依、历史有证、传播有节”的新文化原则。何为产区文化?产区文化并非把产区内企业个性文化做简单的加法,应是通过挖掘产区历史文化底蕴的综合共性文化,勾勒出产区文化力的主线。以文化主线发掘产区的文化禀赋、以产区之名形成品牌之势,打造品牌矩阵,这也是推动产区进入更高发展阶段,构建世界消费者认同的必由之路。

协同发展的“价值线”

产区经济价值是建立在产区名酒价值链基础之上的,成为产区经济社会高质量发展的核心支撑。酒历史、酒文化、酒农业、酒文创、酒旅游、酒商业、酒物流、酒包装、酒康养、酒乡村等三产联动,五业同兴。因此,在白酒产区的建设上,协会、政府、企业三方联动,将产业链价值上升到战略层面。通过不断强链、延链、补链,打造一、二、三产业协同发展的高价值产业链,为产区发展注入源源不断的活力。

产城融合的“循环线”

产区的倍增价值是产城融合形成的循环线。推进产城融合,以智能化、绿色化、融合化,建立起“酒+N”模式,搭建“美酒经济”的消费生态,将酒经济与产城融合、乡村振兴等社会经济发展目标相融合,助力城市就业和经济繁荣,形成产业与城市协同发展的良性循环,形成“城市提升、经济提升、文化提升、酒业提升”的产城融合循环线。

共美与个美的“差异线”

避免“低层次”内卷和“同质”化竞

争,是产业的共同命题,也是产区的共同使命。对于产区而言,个美之外还要有共美,共美之中亦能容个美。在把握共美与个美动态平衡的同时,我们也要共同培育新消费市场,共同维护产区声誉,共同彰显产区价值,自觉做到企业与产区的共同成长。

要素协同的“区域线”

白酒产区在区域协同发展方面具有独到优势,要持续优化生产力布局,根据本地区产业基础、要素禀赋和区域发展战略导向,推进资金、人才、数据等各类要素协同发展,实现创新链、产业链、资金链、人才链深度融合,打造创新驱动、智慧高效、绿色低碳的新型区域化标杆。

国际拓展的“东方线”

近年来,尽管经济全球化遭遇逆流,但其趋势不可逆转。对于白酒产业而言,走出去参与国际竞争势在必行。以产区政府和协会牵头,产区内品牌联合抱团出海,一定会比品牌单打独斗具有优势。

推进白酒产区高质量发展也要放在全球竞争合作的大逻辑中进行考虑,站在全球产业链、供应链、价值链重构的角度思考和谋划产业布局,始终坚持开放合作、共赢发展,才能打造更具国际化的白酒产区。

“世上没有一蹴而就的成功,更没有一劳永逸的成就。所有的道路都是一步一个脚印走出来的,这条路只有起点,没有终点。”宋书玉强调,对于产区而言,只有立足大势、优势、趋势,明确方向,补齐短板,十线进发,聚势、创新、共赢,合力打造世界级白酒产区,才能持续推进中国酒业高质量可持续健康发展!

欲了解更多美酒资讯,
请关注华夏酒报微信公众号。

“香型”即将落幕,“产区”冉冉升起

宋书玉还从国家层面的信息分析并指出,相比去年,在下一步工作中,现代化产业体系建设放在了第一位。现代化产业体系的建设,实现新型工业化是关键任务,这也为酒业发展指明了方向。与此同时,产业发展的趋势也显示,当前,白酒产业由“品类”向“产区”过渡发展的路径已经非常明确,“香型”即将落幕,“产区”冉冉升起。

据中国酒业协会发布的《2023中国白酒产业发展年度报告》显示,2023年1~7月,四川、湖北、贵州、安徽、山西、江苏六大产区总产能达158.43万千升。其中,四川省白酒产能90.49万千升,湖北省白酒产能11.7万千升,贵州省白酒产能16.56万千升,安徽省白酒产能11.93万千升,山西省白酒产能17.53万千升,江苏省白酒产能10.22万千升。

宋书玉表示,经过多年产区实践,中国酒业产区的轮廓日益清晰,产区是集地理优势、生态优势、品质优势、循环优势、集群优势和特色优势于一身的产业发展命脉。立足当前产区发展的实际,着眼中国白酒产业的未来,将厘清产区高质量发展的路径。

从目前各大产区的实践来看,白酒产区建设呈现出良好态势,总量规模不

断壮大,产业结构持续优化,科技水平大幅提高,龙头带动作用明显,梯队支撑作用增强,社会贡献日益显现,领跑了中国酒业的未来发展。

但不可否认的是,和波尔多、苏格兰、托斯卡纳、纳帕谷、干邑等具有世界影响的酒产区相比,中国优质白酒产区还存在一定差距,在发展的过程中也容易出现急功近利、忽视规律的状况。优质产能不足与总产能过剩的矛盾始终没有很好解决,只会做产能加法,而不会做价值加法;只注重酿酒产业,而忽略了农业原料、文化创意、文化旅游、城市消费、关联的物流包装等。

从地方经济看,大部分白酒产区经济单一性强,财政税收压力大,为了快速恢复经济,增加收入,政府助推产能提升在所难免。在产能方面,单个产区受资本富集驱动产生的大干快上的风险教训不少。

“产能不能只做加法,盘活存量产能,提升优质产能,淘汰低效产能,才是白酒产业可持续发展的关键之一。这方面,头部产区责无旁贷。”宋书玉认为,中国酒业的优质白酒产区在消费拉动、经济复苏、就业保障、社会责任、产城融合等方面,要贡献酒业力量。