

分化与变革,白酒业该如何应对?



范世凯

华润啤酒(控股)有限公司副总裁
金沙酒业总经理

从宏观来看,白酒行业近年来的发展呈现“X曲线”,2017年是关键节点。自2017年以后,白酒市场销量开始不断下降,但是,行业营收规模自2018年之后持续增长。

这意味着,消费人群的消费行为、习惯变化,也就是喝酒的人群在减少,喝的量在减少,但是喝酒的品质要求变了,档次在提高,所以销售额不断在提高。

当前,白酒市场处于存量竞争、存量博弈时代,而白酒行业的结构性分化越来越明显,有些企业快速增长,有些品牌快速增长,结构性分化呈现向品牌集中、向高品质产品集中。

当然,行业分化背后有一些推动力量:一是销量下降推动了行业变革;二是消费升级,消费者对产品品质的要求在提升;三是行业的政策、资本的推动带来了行业变革。因此,白酒企

业必须适应消费者需求的变化、行为的变化,不断提高品质、做好品牌。

而从微观来看,也出现了三个发展趋势,一是人群年轻化。有数据显示,20到30岁喝白酒的人群比例在增加,30岁以后的人群结构在下降。另外,女性白酒消费的比例在增加,到现在已经增加到23%,比较明显。

二是渠道电商化。现在,白酒销售的主要渠道在门店、商超,还有一些在连锁便利店。但同时,近年来电商化越来越明显,一些新零售也正大量出现,而且销售的比例在快速增长。

三是全产业链的数字化。目前,无论是在管理上还是在智能制造上,不少企业都在快速向数字化方向发展,呈现出白酒产业链的全链条数字化赋能趋势。

金沙酒业如何应对上述趋势变化呢?我们提出了“三大发展战略”:啤

白赋能战略、产区战略和品类战略。

近日,华润啤酒董事会主席、金沙酒业董事长侯孝海总结了“啤白双赋能”的“一二三四五”战略,即一个公司、两种模式、三轮驱动、四个基础、五大模块。

一个公司是指一个目标、一个战略、一个组织、一个文化,保持一个基本的逻辑统一。我们一方面是白酒,另一方面是啤酒,但是作为整体,要实现目标战略的统一、组织文化的统一。

两个模式是指啤酒、白酒协同加互补。两个业务板块的协同,加上能力资源的互补。

三轮驱动是指华润啤酒、华润雪花、华润酒业三者之间的关系。其中,华润啤酒是“顶层结构”,“华润雪花”是啤酒板块,“华润酒业”是白酒板块,两大业务板块进行三轮驱动。

四个基础是:华润啤酒发展30年

的经验;人才、渠道、网络等资源;管理机制;上市公司平台。

五大模块是指在五个方面赋能。第一,为组织和人才赋能;第二,为品牌和销售管理赋能;第三,在供应链和智能制造管理方面赋能;第四,在科技创新和数字化发展方面进行赋能;第五,在财税、法律和风险防控方面赋能,其中,知识产权保护是非常重点的事情。

金沙产区作为赤水河上游、贵州三大核心产区之一,生态环境和原料是最重要的优势。因此,金沙酒业的发展要充分发挥这两个优势,最终落脚点在品质上。同时,要想发展产区,就要靠头部品牌的发展。

在品类战略方面,金沙酒业研究开发了“醇柔酱香”的新世界。

2024年,我们要在产品、品牌、销售管理三个方面打造核心竞争力。

补短板扬优势,打造共生共荣的豫酒生态圈



王若飞

河南洁石实业集团董事长
宝丰酒业有限公司董事长

目前,豫酒发展普遍存在战略定位不清晰、经营战术不精准、商业模式与市场脱轨等问题,造成豫酒错失了白酒发展的黄金期,产值下滑,制约了整个产业的发展。

首先是豫酒产能储能地位下降。目前,豫酒优质产能与储能的短缺,特别是老酒与年份酒的储能,成为影响豫酒高质量发展的障碍。

其次是豫酒龙头企业首位度不高。目前,豫酒中的中国名酒企业和龙头酒企在整个河南白酒市场首位度不高,在豫酒版图中仅占约10%,与强势省份的中国名酒和龙头酒企相比较,中国名酒和豫酒龙头企业直接引领豫酒振兴还比较弱势,很难带动整个豫酒板块高速发展。

此外,豫酒品类符号化特征不明显。省级龙头酒企都有很强的品类符号化特征,但豫酒板块的品类符号化特征比较弱势,并未形成超级品类认知。同时,豫酒的品质、品类、品牌等专业话语权与专业塑造能力不强。

豫酒振兴的紧要任务是在强链、补链、固链、延链等方面补短板、做文章,唤醒豫酒发展的全方位助推力量,以政策激励发挥各种市场经营主体的积极性,并增强彼此间的链接度和黏合度。

强化公共基建体。一是要充分认识推动豫酒振兴的重要意义,努力营造河南酒业发展的良好环境,加强对酒业发展规划和政策措施的研究,强化产融产销对接;二是要发挥政府职

能部门和科研机构在白酒产业关于科技研发、质量提升、资本推动、人才引进等方面的基础数据库功能;三是给予豫酒企业高管充分的政治待遇,增强企业家的荣誉感、责任感,拓展河南酒企影响力。充分开展分行业渗透和分圈层推广,拓展企业发展、市场空间;四是各地要因因地制宜制定完善的支持政策,鼓励本地重点酒企在优势区域的良好发展,构建稳固的消费市场;五是在振兴豫酒中鼓励并加强酒企与专业科研院所、高校合作,在科技兴企中输送新鲜血液,培育后备人才。

提升政府外包体。通过豫酒振兴基金奖补政策,提升豫酒品质、重塑豫酒品牌,促进广大消费者对豫酒的内涵认知和整体价值认同。

壮大企业产业体。企业产业体是豫酒振兴的“腰部”,加大对豫酒中的中国名酒企业和品牌龙头企业的政策与资金扶持力度,加强豫酒风格的个性化品牌打造、品质提升、对标倍增、单品引领、品牌塑造、文化赋能等强化工作,打造质量过硬、美誉度高、融入中原元素的标杆性白酒产品。

加强大众流量体。引导重点豫酒企业建立科学精准的营销网络,完善以消费者为中心的新型营销体系。

激活大众消费体。豫酒企业要立足自身资源优势,在包装、酒体、口感、产品丰富程度等方面把握新的消费趋势和机遇,制定符合新时代年轻群体和老百姓的落地价格,提升豫酒企业核心竞争力。

2023,葡萄酒业充满“矛盾”的一年



杰西丝·罗宾逊

葡萄酒大师

我对2023年的主要印象是,主流葡萄酒的价格突然暴涨,当然,这要考虑到普遍的通货膨胀。世界各地的葡萄酒生产商在一段时间内承担了酒瓶和设备等成本的增加,似乎已经集体决定将这些成本转嫁给消费者。

在英国,自2023年8月1日起实施了一项与酒精含量相关的新的复杂税收制度,除20%的增值税外,大多数静止葡萄酒每瓶额外增加了44便士。不过,英国对香槟和其他起泡酒的关税实际上降低了,每瓶减少了19便士,但我没有看到任何迹象表明这会让消费者受益。然而,在价格上涨的同时,美国和英国等主要市场的葡萄酒消费量却出现暴跌。全球精品葡萄酒交易商Bordeaux Index的首席执行官Gary Boom说,人们的健康意识越来越强了。Liv-ex顶级葡萄酒价格指数约在一年前见顶,此后一直稳步下滑,其中,香槟和勃艮第的跌幅最大。

几十年来,欧洲主要葡萄酒生产国的葡萄酒消费量一直在稳步下降,但现在情况真的很严重。如今,法国人喝的桃红酒几乎与红葡萄酒一样多,这对罗纳河谷和波尔多等以红葡萄酒为主的产区造成了灾难性的影响,在这些地区,过剩的葡萄酒被蒸馏成工业酒精,法国政府被迫向准备拔掉葡萄藤的种植者提供补贴,这一问题在地中海中部和北部尤为严重。

欧洲大部分地区最近两年葡萄收成相对较好,但这并不是什么特别好的事情,尽管这似乎有助于抑制勃艮第葡萄酒近年异常的价格上涨现象。

世界各地的种植商正逐渐适应越来越热的夏季、越来越早的收成,越来越多的野火,以及对水资源供应的长期担忧,不仅是在加州,甚至在勃艮第,一些著名的葡萄酒生产商都在怀疑,他们在20年后是否还能酿造葡萄酒。但2023年的特点是降雨和洪水,

意大利的罗马涅(Romagna)和新西兰的霍克湾(Hawke's Bay)都发生了致命的洪水。在作物生长季节,欧洲大部分地区雨量充沛,导致霜霉病肆虐,以至于一些小心翼翼地采用有机方式、避免使用农用化学品的生产商,又想回归喷洒杀菌剂的便利方式。近日,欧盟委员会宣布将草甘膦(glyphosate)许可证有效期再延长10年,而加州葡萄酒种植认证机构Napa Green刚宣布,要求其成员在2026年1月1日之前逐步停止使用草甘膦。

但或许2023年美国葡萄酒业最大的冲击是3月份硅谷银行(Silicon Valley Bank,简称SVB)的倒闭。对于SVB来说,葡萄酒可能没有技术那么重要,但SVB对全国各地的葡萄酒商至关重要,尤其是在领先的葡萄酒产区加州。

在葡萄酒世界里,人们越来越意识到需要拯救我们的地球。现在越来越

多的葡萄酒装瓶商意识到,葡萄酒最大的碳足迹是玻璃瓶的生产和运输,几乎每周都有一些生产商给我发邮件,告诉我他们的酒瓶“轻量化”。

公示

根据《新闻记者证管理办法》的要求,我单位已对申领记者证人员的资格进行严格审核,现将我单位拟通过年度检验人员名单进行公示。举报电话:0531-51775927,邮箱:sdxcbxwsc@163.com

拟通过年度检验人员名单:卞川泽、王玉秋、史玉、刘震东、孙文东、孙晓琳、吕俊奇、闫秀梅、张瑜宸、张琦、陈振翔、李德美、杨孟涵、苗倩、徐菲远、徐慧、薛科、魏斌。

华夏酒报
2024年2月5日