

破局与转型:酒业“十五五”规划的务实之道

规划酒业“十五五”,应以认真贯彻新发展理念为引领,以推动高质量发展为主题,以培育新质生产力为支撑,以智能化、绿色化、融合化为方向。

本报特约撰稿人 吴佩海 发自北京

2025年是酒业承前启后之年,既要搞好“第十四个五年规划”(以下简称

“十四五”)的收官,又要做好“第十五个五年规划”(以下简称“十五五”)的

编制。完成好这两件事的关键,在于“求真”总结过往和“务实”谋划未来。

坚持“规划治酒”很必要

新中国建立后所取得的辉煌成就说明:通过制定系统性、前瞻性的中长期计划或规划以指导发展的“规划治国”,是我国治国理政的一大特色,是社会主义制度优越性的重要体现。例如,《中国制造2025》作为国家战略规划,引领我国在高铁、造船、无人机、新能源汽车等领域实现全球领先。

特别是自1953年开始至今,我国制定和实施了14个“国民经济和社会发展的五年规划”(前期称“五年计

划”),出现了“神舟”飞天、“嫦娥”揽月、“北斗”组网、“蛟龙”潜海的壮观景象,使中国一跃成为世界第二大经济体,凸显了规划引领的治国优势和治理效能。

五年规划的实施,也使酒业受益匪浅。14个五年规划的实施,使我国酒业发生了翻天覆地的巨变。仅从规模上讲,1949年全国饮料酒总产量为15.62万吨,其中,白酒10.8万吨、啤酒0.7万吨、黄酒2.5万吨、葡萄酒0.02万吨、果露酒1.6万吨;1952年饮

料酒总产量为23万吨,1953年饮料酒总产量为34.47万吨。

实践证明,科学的规划会使一个国家、一个地区、一个产业、一个企业发展有纲领、行动有目标,一张蓝图绘到底,一茬接着一茬干。

酒业的发展同样离不开科学规划的指引,它让酒企增加自觉性、目的性,减少盲目性、随意性。规划是纲,纲举才能目张。为保障酒业持续健康发展,规避短视、无序发展,“规划治酒”势在必行。



总结“十四五”要“求真”

总结好“十四五”是规划好“十五五”的前提,可使我们见问题、找差距、补短板、强弱项,有的放矢绘制新蓝图。

总结“十四五”首先要“求真”,讲真话、道真情、求真谛,从正反两个方面的经验中寻找和把握自身发展规律,推动酒业在“十五五”更上一层楼。

近五年来,酒企面对我国经济发展的新格局、消费市场更迭的新趋势、行业周期调整的新特点,守正创新、知难而进,坚持高质量发展,推进新质生产力落地,爬坡过坎再攀新高峰。

纵观酒业在“十四五”期间的发展,成绩是主要的。其一,行业效益提高,总体产量虽没有扩张,但销售收入和实现利润却有较大增长,经营良性;其二,产品质量提升,各品种的标准化建设日趋完善,渐成体系;其三,生产换代提速,技术革新赋能产业链,数智化、绿色化生产普及率提升,蔚然成风;其四,创新步伐提档,新思路、新举措、新产品大量涌现,领导标新;其五,科研成果丰硕,通过产学研结合,在酒类的基础研究、应用研究方面实现诸多突破,强基固本;其六,优胜劣汰加速,产能和市场向优势产区、优势企业、优势品牌集中,趋势明显;其七,文化赋能彰显,申遗和非遗建设突出,社会责任强化,以文载酒;其八,人力资源雄厚,创新人才、技能人才大量涌现,人才辈出。

在充分肯定酒业成绩的同时,也要清醒地看到存在的问题。从消费端看,酒类需求整体下降,预期减弱;从生产端看,酒类产能过剩,部分资源闲置;从供给端看,酒类供过于求态势突出,库存积压严重;从市场端看,酒类内卷激烈,分化加剧。

究其客观原因,大致有如下几项:国内经济增速趋缓,国外不确定因素增多,导致消费降级;公众理性消费已成风气,健康意识显著增强,导致购酒欲望降低;整治党政机关违规吃喝与商务活动的减少,使高端酒销售受阻,导致购酒档次降低;人口基数逐年减少,不婚不育现象增多,使婚宴、生日宴、升学宴等减少,导致用酒场景降维。但外因只有通过内因才能起作用,酒类近年来存在的问题需要寻根探源。例如,白酒为何大起大落?酒价跌跌不休,难道都是大环境造成的吗?葡萄酒作为国际畅销型酒,富含健康因子和文化价值,但为何走不出低谷?黄酒历史悠久,且营养价值高,但为何不温不火囿于江浙沪赣?

跳出酒业看酒业,可能更容易找到答案。以白酒为例,产能过剩、库存高企、价格倒挂、内卷激烈只是表象,其根本原因在于主观同客观相脱离。

多年来,我们过高地估计了消费升级和中产扩容,信奉的是“吨位决定地位”,头脑发热诱导了增产、扩产热,你建酒都我建酒城,你的规划目标50

亿、我的规划目标100亿,你追我赶、盲目跟风的大跃进催生了大量泡沫,遇有风吹草动,就会被刺破。如果认真考核,我们有多少产区和酒企能够全面完成自己制定的“十四五”规划?

近年来,我们讲的最多的是“高端化”,实则是“高价化”,引发高价酒遍地开花,造成白酒的价格没有最高只有更高,脱离了市场需求、脱离了广大群众。而我们讲的最少的是“供给侧结构性改革”,对“去产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板”重视不够、动作不大,终于酿成今日之问题。

“高端化”本无错,但不能把它仅理解为高价化。“高端化”首先是生产技术的的高端化,是经营管理的高端化。价格是价值的货币表现,若一个行业的产品价格普遍性地大幅虚高于产品价值,这个行业的价格体系就不可能长久维持。

反观啤酒,虽有厂家推出过500元1瓶的啤酒,但所幸,这样的高端化并未成风。从整个行业的角度看,10元、8元1瓶的啤酒只能算作“升级化”而非“高端化”,但正是这种精酿的产品、新鲜的口味、较低的酒度、适中的价格,推动了啤酒业的稳步发展,也值得白酒业学习借鉴。

主观思维要符合客观实际、经营决策要吻合经济规律,实事求是才能干大事、谋长远,这应该是“十四五”带给酒业的一个重要启示。

谋划“十五五”要务实

编制“十五五”规划,要做到“实”字为先,以务实的态度、实干的精神,谱写酒业发展的新篇章。

其一,工作方法要实。

谋划“十五五”,要一切从实际出发,深入调查研究,集思广益,博采众长,摸准实情,敢讲实话,办好实事,务求实效,真正做到科学决策、民主决策、系统决策。展望“十五五”,酒业必须靠实事求是吃饭。

其二,分析形势要实。

“识时务者为俊杰,通机变者为英豪”。谋划“十五五”,需全面认识形势,准确预判趋势。在逆境面前,切忌“一叶障目不见泰山”。

越是困难,越要看到成绩、看到光明、看到机遇,杜绝片面性。

当前,我国社会和谐安定、经济增速稳定、国内市场规模大的优势锚定,发展前景光明的趋势确定,酒业没有理由过度悲观。对现存的困难也要辩证分析,有些问题是结构性的可能会长期存在,如人口基数减少、婚育人数降低、理性消费提升等;有些问题是周期性的可能会有所改变,如消费降级、中产减少、预期减弱等。

因此,对待困难要战略上藐视、战术上重视。既要向往正非学习,“不去想困难,干就完了,一步一步向前走”;也不忘以问题为工作的导向,注重“细节决定成败”。

其三,制定目标要实。

目标像冲锋号,定调很重要。规划“十五五”,离不开规模、效益、增速、投资等主要经济指标,这也是行动的指挥棒,所以至关重要。

历史的经验说明,定计划要留有充分的余地,过高的指标超越发展阶段、

脱离酒业实际,只能导致发展过热、产能过剩、投资无效、资源浪费,甚至出现“拼下一个指标,带来十个问题”的窘境,但一味追求保险系数,把指标定得过低,只能使企业丧失奋斗和创新的动力,导致守株待兔、掉队落伍。

我们应该审时度势,把尽力而为与量力而行相结合,以可能达到的最高指标作为奋斗的目标,这才是务实的态度。

其四,发展方向要实。

酒业不是生活在真空中,不可能成为世外桃源,其生存发展必然受到外部环境的制约,受到国家和地方政策的影响。酒业“十五五”谋划的发展方向,必须适应环境的变化、响应国家的号召、顺应政策的要求。

规划酒业“十五五”,应以认真贯彻新发展理念为引领,以推动高质量发展为主题,以培育新质生产力为支撑,以智能化、绿色化、融合化为方向,以守正创新为动力,以优化产业生态为重点,努力构建结构优化、产销适配、文化赋能、技术先进、绿色低碳、安全高效的酒类现代化产业体系。

其五,保障措施要实。

酒业“十五五”规划能否落地,关键在措施,成败在行动。措施从哪里来?只能从实际中来,从实践中来。以问题为导向,调查研究、统筹兼顾、扬长避短、识变应变,做到黄、白、果、露、啤和酒精一业一策,做到大中小酒企一厂一策,使制定的措施具有针对性、科学性、可行性,切实保障规划的兑现,推动酒业持续健康发展。(作者系北京红星股份有限公司顾问、原副总经理)

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。
