

2013 中国酒业怎么走？ 全国糖酒会告诉你

作为酒业人士，每年春天去成都参加全国糖酒会，俨然已成为一种习惯，逛逛会场、看看产品、见见朋友、聊聊生意，是一次很不错的糖酒会之旅。

可今年，形势有变。

受种种外部因素影响，酒类市场骤然降温，产品滞销，价格疲软，众多酒商身处重重压力之下而举步维艰。明天究竟该怎么办？已成为困扰众多厂商发展的首要问题，甚至事关其酒业经营的“生死”命运。

这个答案唯有从全国糖酒会上寻找。作为“天下第一会”、“酒业晴雨表”，糖酒会绝不仅是一个产品、商家和信息的汇集平台，更传递出行业趋势，预示着行业动向。经销商若能在糖酒会上有所领悟，对于后期市场经营必将产生至关重要的指导作用。或者说，谁能从今年的春季糖酒会上有所发现，谁就顺势占有了下一阶段市场竞争的领先优势。

那么，今年春季全国糖酒会上究竟该看些什么呢？

2012“预言”成真

2012年3月，成都糖酒会期间，在“2012华夏论坛暨《华夏酒报》改版招待酒会”上，著名经济学家郎咸平曾谈到，白酒行业在经历了一个快速发展周期后，将陆续暴露出种种问题，比如产能过剩导致企业负担加剧，业外资金大量进入将导致“渠道”堵塞，而价格持续高攀的后果将使市场消费活力下降，白酒市场萎缩。

其时，很多人对郎咸平的这一番“预警”不以为然。但在接下来的一年里，郎咸平的“预言”却一一应验了。在与一些酒业人士的交流中，记者时常听到类似的感叹：本应该早作调整，以防患于未然。

8月，往往是酒类旺季的开端，但在2012年却变成一系列市场问题的导火索：白酒库存压力被踢爆，关于白酒行业新增产能的去向终于揭开谜底，大量存货严重挤压经销商资金，并阻塞了正常销售渠道，使白酒行业深陷泥沼，无力向前。

随后，受严控“三公消费”、军队和地方“禁酒令”等影响，酒类团购渠道遭遇空前压力。特别是一些由业外资金支撑的所谓“新型酒商”，通过将既有社会人脉资源“变现”以维持日常的销售经营，几乎立刻陷入无人问津的窘境。

年底，塑化剂等事件又在市场上引发轩然大波，进一步加深了公众对白酒产品的质疑。尤其令高端白酒备受煎熬，面临前所未有的市

场压力，此前一直表现坚挺的茅台、五粮液也不得不为价格问题而低下了“高贵的头”，很多名酒经销商都深受“价格倒挂”之苦却无力回天。

在疲软的市场消费环境下，酒类企业及经销商如何寻找应对之道？面对新的消费形势，传统白酒的文化诉求与定位又该如何创新？放眼将来，酒类价值路径指向何方？在危机四伏下，多一刻迷雾中的徘徊，就平添几分致命危险——如果你因为错过2012年成都糖酒会的预警讯号而身陷危机，那岂能再次重演同样的遗憾？2013年的成都糖酒会，必须找到希望和方法。

糖酒会上看“经济讲坛”

如果你还认为糖酒会开幕式就是会展中心外的一场大型仪式，那很可能错过一场重量级的名家经济讲坛。

2013年成都春季糖酒会的一个重大创新，就是将开幕仪式搬入室内，与糖酒会主题论坛结合在一起举行，就疲软的市场消费环境下如何应对发展等问题，为广大酒类厂商指点迷津、解惑答疑。这场头脑风暴和智慧盛宴，必将是2013成都春季糖酒会的核心亮点。

据全国糖酒商品交易会办公室主任古平介绍，2013年成都春季糖酒会开幕式暨糖酒会主题论坛将于3月28日上午举行，由全国糖酒商品交易会办公室联合《华夏酒报》共同主办，拟邀请第十届全国人大常委会副委员长、经济学家成思危，国务院发展研究中心主任张玉台，国务院发展研究中心研究员、经济学家吴敬琏等专家学者参会，并结合当前国内经济形势特点，针对酒业发展等问题进行主题发言和研讨。“相比于以往，今年成都春季糖酒会开幕式无疑有了很大的改变，这也是糖酒会不断转变创新，切实服务酒业的具体表现，希望能对广大厂商接下来的平稳健康发展有所帮助。”古平如是说。

无疑，这将是糖酒会几十年发展历程中最有实效性的一次开幕典礼，这样一场高规格、高层次的经济讲坛，正是身处迷茫状态的酒商们所迫切需要的。成思危曾表示：“我们要挤水分，首先要挤掉破坏性和无效的GDP，一定要对长远和长效的GDP项目进行慎重审查。”在他看来，过度追求投资拉动GDP，有可能产生极大的潜在风险。而具体到酒行业，比如一年实现了30%的增长幅度，其中有5%是以库存压货等形式实现的，没有直接作用于市场产生消

费，那就可以视之为无效或破坏性增长，而行业若要在次年继续保持30%的增长幅度，就意味着首先要消化掉这5%的不良“记录”，如果想把增长速度再提高一点，就需要加大投入力度，随之可能埋下更大的危机伏笔，这种恶性循环对行业的危害性不言而喻。

如何摆脱这种困境，使行业重新步入发展正轨？成思危对此有较为系统的观点，包括调整结构、淘汰过剩产能、去除库存等，并借助提高居民收入、加强社保体系等有利条件，强化现代服务业和战略新兴产业。对于酒业厂商，这无疑极具现实指导意义，而其具体的实践解决办法，将在2013成都糖酒会开幕式论坛上揭晓谜底。

解读新文化，释放新活力

而在3月27日下午，成都香格里拉大酒店将迎来一场由《华夏酒报》牵头组织的文化盛会。当白酒市场消费活力下降，传统白酒与年轻一代消费者渐行渐远的关头，酒业厂商又该何去何从？且听中国作协名誉副主席、当代著名作家王蒙畅谈酒文化如何焕发“青春万岁”的激情与活力。

如果说产品滞销、价格回落是当前白酒消费陷入低迷的外在表现，那传统白酒文化与市场需求特别是年轻一代消费群体的欣赏取向格格不入，则是影响白酒行业持续发展的深层次危机。片面追求高端奢华、居于庙堂之上的白酒文化诉求，导致白酒产品与大众日常消费渐行渐远；因循守旧不思进取、困于故纸堆里的白酒文化内涵，使白酒饮用与现代消费理念大相径庭，至于那些虚无缥缈、凭空杜撰的伪文化，更伤害了人们对白酒作为民族优秀传统的深厚感情。

从另一个角度来看，在目前的市场低谷期，积极有效的酒文化创新可以令厂商激活销售、摆脱困境，而在行业发展进入下一个上升期，文化创新能力与成果必将对品牌竞争格局产生深刻影响。

解近忧，消远虑，酒类厂商究竟该如何把握传统与现代、文化与市场之间的平衡关系？这正是王蒙带给成都春季糖酒会的精彩“作品”。正如王蒙所言：“完全没有市场的文化产品是无从收效的，但市场化的文化思维对于文化本身来说，其深度或许有待进一步努力。”在他看来，文化能力即精神能力，首先是它提高人们生活质量的能力、发展生产力、推动社会进步与人民福祉的能力，它包括了创造力、想

象力、组织能力、竞争能力、抗逆能力、反省与自我更新能力以及管理的先进性与有效性等，体现了中华民族的精神品质和人文性格。

如何将这种博大而深邃的文化能力与酒业厂商当下的实际需求紧密结合起来，发挥更大作用。成都糖酒会，王蒙将与酒业精英们共同探讨喷薄而出的内生力量。

探索酒业价值路径

当前酒业的市场环境的确艰难，但这丝毫不会影响到中国白酒的核心价值，近期以来的“纸白酒”热潮便是有力佐证之一。特别是在一些价值投资者眼中，目前恰是涉足白酒行业的大好机会。

但更加值得我们关注和思考的是：如何真正实现酒业价值？如何将白酒的品质、品牌、文化乃至工艺、生态等元素整合起来，成为能够影响市场和行业格局的新兴力量。无论对于生产者、经营者，还是投资者，都能在2013年成都糖酒会期间由《华夏酒报》主办的“中国酒业价值论坛”上找到答案，找到这条指向收获的价值路径。

谈及白酒产品的投资价值，上海国际酒业交易中心总裁李雯峰认为，白酒中只有不到1%的酒品具有投资价值，“度数一般要高于50度，贮藏时间越长，价值越高，现存数量越少的藏酒越珍贵，并且还要出身名门，历史悠久，具有较高的专业美誉度和市场口碑等等。”在此基础上，还要将投资类产品与市场流通产品进行严格区隔，确保其差异性，同时对产量进行严格控制，通过这一系列的专业化运作维护，才能使酒品的投资价值稳中有升。

用价值的眼光选择一瓶酒尚且如此艰难，如果是选择一个品牌、一个企业呢？在白酒行业的上一个迅速发展周期中，其强大的溢价能力及抗风险性都已被业内外广为认可，引得众多业外资本竞相追逐。但是，随着酒类市场环境的变化，资本力量该如何发挥既有优势和创新思维，充分实现其预期价值呢？酒类生产企业又该做出怎样的价值呈现？

当华泽集团已然完成宏大壮观的酒业布局，当联想控股不断扩张酒业版图，当国际资本之手开始搅动白酒行业，关于酒业价值路径的思考应该有所收获了——就在2013成都糖酒会上。

(据《华夏酒报》)

广告