

# “十三五”规划吹来酒业发展的春风

## 河南酒业“十三五”期间有望突围

2016 年是“十三五”规划的开局之年。那么酒类行业能从“十三五”规划中获得哪些利好消息呢? “十三五”期间, 河南酒业市场仍然会面对全国各地酒类品牌的强烈冲击, 那么河南本土酒类品牌又会有哪些作为? 能否在激烈的市场厮杀中突出重围, 迎来一个明媚的春天呢?

### 酒业有望正式立法

“十三五”规划中提出, “十三五”期间, 加强法治政府建设, 依法设定权力、行使权力、制约权力、监督权力, 依法调控和治理经济, 推行综合执法, 实现政府活动全面纳入法治轨道。

其实, 近年来, 行业人士对酒业立法的呼声日益高涨, 希望酒类行业有法可依, 以此促进酒类行业的科学健康持续发展。“既让白酒行业拥有专项法律, 又能够推动饮酒方式的科学化、产品质量品牌化、市场管理规范化、白酒产品结构国际化”。

### “一带一路”蕴含酒业机遇

“十三五”规划中提出, 中国将推进“一带一路”建设, 推进同有关国家和地区多领域互利共赢的务实合作, 推进国际产能和装备制造合作, 打造陆海内外联动、东西双向开放的全面开放新格局。

显然, 酒类行业在“一带一路”建设中蕴含重大机遇, 可以为中国酒类产品创造更好的环境, 提供更多的机会, 让中国酒类产品顺利走出国门, 逐步实现产品全国化, 甚至国际化。

### 名酒企业“十三五”规划纷纷出台

国家“十三五”规划已然开局, 不少知名酒类企业也编制了自己的“十三五”规划。

茅台的战略目标是, 计划到“十三五”末成为资产总额千亿级企业, 其中酒业收入占 65%~70%, 非酒类业务收入占 30%~35%, 在集团内培育 2~3 个上市公司,

形成产融结合、双轮驱动、全面发展的国际化企业。

汾酒在“十三五”期间将坚定地进行“聚焦战略”, 其营销规划纲要为: 两大战略——品牌大树战略, 市场航母战略, 营收和资产总额目标均超 200 亿元。

按照规划, 西凤集团将在未来 5 年, 以白酒为主业, 金融投资并购和酒城产业集群为两翼, 整合上下游产业链, 实现“百亿西凤”的战略目标。

剑南春的“十三五”规划是, 从 2016 年到 2020 年的 5 年期间, 销售规模将达到 100 亿元, 并在 300 元至 400 元的销售价格带上占据绝对的领导地位, 这是剑南春首次提出百亿目标。

### 豫酒可望在“十三五”期间突出重围

河南省酒业协会秘书长蒋辉认为, “十三五”期间, 豫酒前景不错。“要想赢得市场, 品牌、品质、营销、团队, 这四点缺一不可

的, 而河南几家大型酒企, 在这方面都非常成熟、完善, 在未来非常有竞争力。”

面对未来, 宋河、仰韶、杜康等豫酒企业都在积极布局, 深耕市场, 巩固消费人群。以优秀的品质去打动消费者、以深厚的文化去感染消费者。

“河南一些二线品牌, 也非常有希望, 比如百泉春、姚花春、卧龙酒业等, 在过去都有过亿元的销售, 他们是豫酒的中坚力量。”蒋辉说。

河南啤酒龙头企业金星啤酒集团也确定了企业“十三五”战略方向, 为年轻人提供有特色的中档啤酒产品, 坚持以市场开发为中心, 以组织能力为核心竞争力, 3 年内成为上市公司。

然而, 一个不争的事实是, 豫酒整体上企业规模还不够大, 品牌知名度还不够高, 产品质量也有待进一步提升, 而面对的市场竞争压力却是很大, 很大…… (据《大河报》)

火锅西餐中餐样样全 两个机器人妹子跑堂

## 越秀零距离时尚机器人餐厅试营业

□记者 梁照曾 付永奇

**本报讯** 近日, 周口市区大庆路北段中汇小区的越秀零距离时尚机器人餐厅开始试营业。该餐厅不仅汇集了越秀餐饮的所有美食, 而且更吸引眼球的是, 有两个机器人妹子“越越”“秀秀”跑堂送菜。该餐厅是周口首家开展机器人跑堂服务的餐厅。

作为周口越秀集团管理有限公司旗下的又一特色店, 越秀零距离时尚机器人餐厅, 从装修布置的简约、时尚、高雅的风

格, 到开放透明的后厨操作、顾客就餐环境, 完美地展示了该餐厅零距离的服务理念。顾客在零距离感受美食及其制作状况中, 有一种未食已醉、欣欣然逛美食国度的感觉。

越秀餐饮集团, 作为周口餐饮的“大哥大”, 旗下的这一特色店再次塑造了新的美食风貌, 是餐饮行业的集大成者。该餐厅有菜、烩面、包子、面食、西餐等。菜为其精心改良的农家菜, 汇集了越秀烩面馆、东海渔村的所有优秀美食及其形式。客户可以根据自己的爱

好享受美食。

该餐厅最吸引眼球的当然是机器人妹子“越越”和“秀秀”了。二楼的火锅餐厅类似自助餐厅, 两个萌态逗人的机器人妹子“越越”“秀秀”, 在大厅里跑来了跑去, 端菜送水果, 遇到客人挡路, 她们会自动停下来, 提醒让路, 逗得顾客一波一波与她们合影。孩子们更是跟着她们跑堂, 俨然成了她们的粉丝。

该餐厅的定位是大众消费, 物美价廉, 市民吃着很实惠。

逛周口微信公众平台



扫“逛周口”微信平台, 获取最新活动资讯。

## 酒业巨头押宝健康白酒市场

据悉, 泸州老窖旗下养生酒业即将推出“绿豆大曲”的健康白酒, 先期将推出银豆和金豆两款 41.8 度的产品, 瞄准商务宴请和聚餐市场。

据了解, 泸州老窖养生酒业是泸州老窖集团实施“双品牌塑造、多品牌运作”的战略规划下独立运营的子公司, 产品主要包括泸州老窖·玛咖、泸州老窖·红曲、泸州老窖·玫瑰、泸州老窖·滋补大曲等产品。泸州老窖方面对于养生酒业未来发展寄予厚望。泸州老窖董事长刘淼在会议中指出, 新兴消费群体兴起, 为公司发展养生酒、预调酒以及其他酒精饮料提供了广阔的发展前景。

此外, 五粮液、洋河也将相继推出健康白酒产品。洋河在官方微博上透露, 今年将推出主打健康牌的新产品“双沟葆

清”, 并为此提出“养心护肝降三高”的宣传口号。另外, 五粮液旗下的保健酒公司也将于今年 3 月推出新产品“贵泓国养酒”, 并将通过不同的度数和包装规格细分市场。

据了解, 一向以保健酒为核心的劲酒近年发展势头迅猛, 去年劲酒销售额达 84.99 亿元, 其中, 以保健白酒为卖点的毛铺苦荞酒更是实现了快速增长, 2015 年上半年销售额为 3.92 亿元, 同比增长 167%。健康白酒以异军突起之势, 涌现在了消费者面前, 巨大的发展空间也引得多家白酒企业相继推出新产品意图掘金。

值得注意的是, 根据国家卫计委统计预估, 到本世纪 20 年代, 中国 65 岁以上的老年人口将达到 2.42 亿人, 占总人口比重 12%。由此看来, 养生白酒的市场发

展空间巨大。

中国品牌研究院食品饮料行业研究员朱丹蓬指出, 上世纪六七十年代出生的人群是白酒的主力消费群体, 随着他们年龄逐步增长, 对于健康养生的白酒产品需求量将逐步提升。在酒业深度调整期, 白酒企业试图通过产品的功能化和差异化抢占市场, 将是未来行业的一个发展方向, 也符合未来的消费趋势。

白酒营销专家晋育峰则表示, 健康白酒的确是行业发展的一个趋势, 但从目前的情况来看, 多数酒企还处于盲目跟风, 推出的健康酒产品仍处于“换汤不换药”的情况, 没有在根本上研究消费者的需求, 推广模式没有本质变化, 市场认可度也不高, 很难在该品类迅速获得突破。

(据《中国食品报》)

新闻 热线

13839412578 13592221006

就餐时不给发票;菜品中有异物;  
被迫接受最低消费;油烟扰民;  
假冒伪劣酒水;服务态度恶劣;  
强制使用一次性消毒餐具……

发现以上情况, 请拨打监督  
热线电话, 我们将在第一时间关  
注您的呼声, 通过记者的调查与  
呼吁, 引起有关部门的重视, 让  
您的合法权益得到维护。