

企业家是推动行业高质量发展的生力军



梁金辉

古井集团党委书记、董事长

企业家是推动高质量发展的生力军,企业家精神是重要的、无形的生产要素。

聚焦“三品工程”,赋能高质量发展。夯实品质求真。“做真人,酿美酒”,我们的核心业务和专长是酿酒,我们的根本在于做人。我们建立了“135精益质量”管理模式并获工信部表彰;我们发布古井贡酒“四梁八柱”的品质建设体系,实现了“从一粒粮到一滴酒”的闭环管理;我们携手顶尖科研院所,成功举办第五届国际蒸馏酒技术高峰论坛,并把会议地址永久的固定在亳州在古井,不断借助国内外先进技术力量,为企业发展注入科技动能,夯实品质根基。

践行品行求善。一直以来,市场和客户检验的不仅仅是产品,更重要的还是检验做产品的人。我们坚信“人好酒自香”,把践行社会责任作为

古井发展的应有之义,也是践行国之大者。我们聚焦“粮头食尾”“农头工尾”大文章,大力发展“订单种植”,助力乡村振兴、农民增收;我们发挥白酒产业链“链主”作用,通过延链、强链、补链带动上下游企业价值共创,助力“华夏酒城”建设,为地方经济发展贡献古井力量。

追求品牌求美。“贡献美酒 乐享生活”,是我们坚持为人民酿造高质量美酒的使命,打造“四品五香”的名酒大家庭,满足更加多元化的消费需求;坚持“高举高打,举外打内,内外并举”的品牌策略,聚焦春晚IP,冠名高铁,特约“中国诗词大会”,服务新浪财经中国经济新闻人物盛典,开启战略合作;牵头发起“三贡节”,开启“全民共创”,与社会各界共创酒业未来,共享美酒之美、时代之美、中华文化之美。

落地“三化路径”,再造一个新古

井。2019年,我们提出建设“数字化、国际化、法治化”的新古井。五年来聚力成势,初具规模。

“数字化”驱动强劲。我们探索白酒酿造的“新质生产力”,加快推进酿酒生产智能化技术改造项目和“白酒+互联网”建设,形成古井“1+2+6+N”数字化体系,近期获得国家5G工厂认定。

“国际化”成功拓圈。我们主动布局“一带一路”沿线等国家和地区,借势RCEP,五次联手世博会,持续推进中国酒文化全球巡礼,古井贡酒·年份原浆文化研究院落地英、法、德等许多国家和地区。

“法治化”强化保障。我们坚持依法治企、合规管理,致力于创建现代企业制度,实现风险闭环管理,确保古井贡酒在法治轨道上行稳致远、顺利前行。

立足新时代,如何弘扬企业家精神?我认为重点是发挥“三个力量”。

一是要相信相信的力量。我一直坚信,白酒永远是朝阳产业,人民对高品质美酒的需求一直未变,我们坚持产业自信、产区自信、品质自信、品牌自信,持续发力,做大做优做强白酒主业,努力为行业发展树立典范;二是要坚持坚守的力量。细数历年“十大经济年度人物”,他们在行业火爆时“不发烧”,在市场遇冷时“不哆嗦”,所以,才能成为一个个领域中的“定海神针”、模范和力量;三是要激发奋进的力量。回顾古井转制建厂六十年之路,跌宕起伏,但我们始终保持奋进的斗志、勇于突破困境的力量和精神,所以才有年份原浆的崛起,才有了一个老名酒的涅槃新生,才有20亿、30亿、50亿、100亿、200亿和即将300亿的成功跨越!下一步,我们面临的挑战更大,正是此时,才是我们发挥“三个力量”,弘扬企业家精神的最好时候。

美食是当前酒业调整期的创新赛道之一



吴向东

珍酒李渡集团董事长
华致酒行董事长

当前,酒业正处于穿越周期的关键时期,这也恰恰是酒业最好的创新机会期。两年前,我曾呼吁酒行业不要“内卷”,要想办法创造更多需求,后来发现,美食是一条很好的创新赛道。

我是一个被美食耽误的企业家,我出差的动力源自对全国美食的热爱。如果不是美食的牵绊,珍酒李渡的市值可能还要更高一点。我们在长沙精心打造的“1912珍酒美食研究所”,已经成为长沙美食新地标。

在1912珍酒美食研究所,人均消费一般在200元-500元。我希望顾客是奔着美食来的,而不是奔着贵或者奢华来的。美食餐厅经营者只要热爱美食,了解客人喜好,能引导厨师,无论是小夫妻店还是大餐厅,都能形成小生态环境,凭借独特美味做得生意兴隆。

对于美食和美酒,我有几点思考:食材第一。食材是美食的核心根基。一名厨师即便厨艺精湛,但若对中国广袤大地上丰富多样的食材缺乏深入理解,也难以长久烹制出美味佳肴。我们深知全国各地都蕴藏着独具特色的食材资源,比如湖南的黑山羊,是当地极为纯正的特色食材。1912珍酒美食研究所的研究方向与米其林有所不同,米其林侧重于评判,而美食研究所更关注于食材的精心挑选。

简单料理。简单的料理方式更能凸显原料的本味与品质。我并不认为厨师的最高境界在于掌握多少秘方诀窍,相反,对食材本身的深刻理解才是关键所在。

全国选材。1912珍酒美食研究所将目光聚焦于国内丰富的食材资源,充分挖掘各地的宝藏食材,为中华美

食料理注入多样且独特的风味。目前,1912珍酒美食研究所正深入开展对全国300多个地区各类优质食材的研究工作。

科学健康。所有美食都应与健康息息相关,倘若菜品设计不合理,可能会给食用者带来不适,甚至影响身体健康。当前,美食与大量使用辣椒和花椒存在冲突,适量使用可增添风味,但过量则会破坏美食的平衡与和谐。

而美食与调味品的使用同样需要谨慎考量,过多的调味品可能会对肠胃健康产生不良影响。

此外,美食与发酵、温度等也有着紧密联系,未来,1912珍酒美食研究所将探索如何通过发酵处理食材,以达到美食的更高境界。

今后,我们将继续加大对美食的研究,也期待能够跟行业更多力量携

手,通过推动中华美食的升级,创造更多需求,推动白酒产业发展。

近两年,在中国白酒出海的过程中,“美食+美酒”频频成为热词。但具体怎么搭配,这个课题我还要好好研究。当前,对于餐酒搭配的科学性研究还不算多,但是我想,未来可以联合中国头部酒企,建立中华美食标准,定期发布美食研究报告,把全中国最好的食材、产地,整理形成美食数据库,向公众推荐,打造具有中国特色的“酒食搭配”。

中华美食的灵魂是博大精深。中华美食历经数千年的发展,融合了各地的地域特色、民族文化和传统技艺,形成了丰富多元的风格。我反对将美食标准化,强调美食应保持丰富性和独特性,这与中华美食的传统价值观相符。

投资波尔多酒庄需要“长期主义”



Rafael Tonon

The Drinks Business撰稿人

十多年来,中国投资者一直在抢购波尔多葡萄酒庄。他们梦想着在法国过着优雅的生活,向中国卖酒赚大钱。随着亚洲对葡萄酒需求的减弱,以及对经营法国酒庄成本的低估,这些因素加在一起,促使曾经热情高涨的中国买家退出。

2009年,拉图拉甘酒庄(Chateau Latour Laguens)成为首批被中国企业收购的波尔多酒庄之一。该公司相信,酒庄的葡萄酒将在中国国内市场带来可观的红利。如今,拉图拉甘酒庄将被拍卖,因为它的湿度越来越高,已经变成了蝙蝠的栖息地;不含葡萄树的起价仅为15万欧元。其他多家中国人拥有的酒庄最近也纷纷易主。

2022年,被冠以“金兔”“御兔”“大羚羊”和“藏羚羊”等名称的酒庄从波尔多地图上消失了。这4家酒庄之前

由酒庄所有者香港SGV Wines掌门人唐志强(Chi Keung Tong)命名,这让波尔多人非常愤怒。在卖回给法国投资者后,又恢复了它们原来的法语名称。

佳士得酒庄部(Vineyards-Bordeaux)葡萄酒专家、中国区负责人李莉娟解释说,许多其他酒庄也在低价出售,目前约有50座波尔多酒庄待售。她表示,中国对政府实施严格管控,对已经因波尔多葡萄酒生产过剩而受损的市场造成了打击。

香港投资者郭炎(Peter Kwok)是少数的坚守者之一。贝勒丰酒庄(Chateau Bellefont-Belcier)是他购买的7个波尔多酒庄之一,在其他中国投资者放弃之际,他仍在坚持投资。

其他失望的业主正在等待市场回暖,这样他们就可以抛售自己的酒庄。买家如此稀少,以至于一些酒庄

的售价还不到购买价的一半。

据一家帮助买家购买法国农村房产的公司Safer Locale称,一些中国投资者更习惯于国内的家庭式经营,他们低估了经营一家大型法国酒庄的成本,并高估了在中国国内市场销售成本高昂的葡萄酒的可能性。

法国BNP Paribas银行农业综合企业部的总负责人Benoit Lechenault表示,这些投资者的经营模式是购买低端酒庄,希望以低于5欧元的价格生产葡萄酒,并通过自己的分销网络以每瓶20欧元、40欧元甚至100欧元的价格销售,从而获得立竿见影的回报。虽然这种策略在过去可能对一些人有用,但现在已经行不通了。

根据国际葡萄酒与葡萄酒组织(OIV)的数据,自新冠疫情以来,中国国内葡萄酒消费量大幅下降,仅在

2023年就下降了1/4。

“欧洲人世代继承,中国投资者考虑的是5年的周期,之后卖出是很正常的。”香港金融家Hugo Tian说。李莉娟指出,“不同的商业文化”和“永无止境的管理变化”带来了更大的复杂性。

然而,一些主要的中国投资者将留在这里。中国电子商务集团阿里巴巴的创始人马云在2016年购买并斥资数百万美元改造了萨尔斯城堡酒庄(Chateau de Sours)。

香港商人郭炎的眼光更长远,他重组了七个曾经闲置的酒庄的葡萄园和建筑,其中包括一家圣埃美隆级酒庄。

福栖酒庄(Chateau Fauchey)庄主田宏表示,从中长期看,中国年轻消费者的口味将更加精致,寻找天然或有机葡萄酒,而不是追随名牌葡萄酒。