

贵州遵义白酒行业的发展之路

廖从莲 杨永彦

(遵义市统计局；贵州省统计局)

自 2012 年年底以来，我国白酒行业步入新一轮调整期，产销回归市场，价格趋于合理，消费趋向理性，呈现出白酒行业发展新常态。受新常态大环境的影响，遵义白酒行业自 2013 年起告别黄金十年，步入调整期。目前，遵义白酒行业整体虽处于深度调整期，但是行业间高端与中低端的分化已较为明显，高档酒价格企稳回升，中小酒企艰难运营。

黄金十年

“中国好酒在贵州，贵州好酒出遵义”。遵义是著名酒乡，产酒历史悠久，酿酒工艺独特，茅台、董酒、习酒、珍酒、鸭溪窖、湄窖和长寿长乐等酒企曾一度门庭若市、一瓶难求。但是，在上世纪 90 年代中后期的全国白酒行业调整中，遵义酒业也遭遇了巨大的阵痛……有的企业甚至直接被市场淘汰出局。进入新世纪，经历了市场洗礼后，以茅台为代表的遵义酱香白酒走出低谷，冲出突围，强势崛起。从 2003 年到 2012 年，遵义白酒进入“黄金十年”的快速发展期并呈现出如下发展特征：

1. 投资旺盛

10 年间，从茅台镇沿赤水河谷而下，一栋栋依山而建的白酒厂房拔地而起。仁怀名酒工业园区、坛厂酒类配套产业园和习水白酒工业园区建设如火如荼，一派欣欣向荣景象。国台、钓鱼台、百年糊涂、酒中酒和镇酒等一批新兴名酒品牌声名鹊起。白酒行业的巨额利润还引来了资本的角逐。如天士力、海航集团、中粮集团和娃哈哈等相继进驻仁怀。酱香白酒炙手可热，民间酒坑也趋之若鹜。

2. 总量剧增

2012 年，遵义全市规模酒企白酒产量 24.58 万千升，实现主营业务收入近 360 亿元。与 2003 年相比，遵义全市白酒产量增长 1.9 倍，营收增长 10.4 倍。10 年间，遵义白酒产量和营业收入分别保持了 11.2% 和 27.6% 的年平均增长率。特别是营业收入，10 年间年平均增长率快于同一时期全国白酒行业 4.6 个百分点；2011 年，营业收入增速达到最高峰，为 63.6%。

3. 效益显著

2012 年，遵义白酒行业实现利税总额 285.83 亿元，占当年全市规模工业利税总额的 67.2%，比重较 10 年前提高了 15 个百分点。其中，2011 年、2012 年行业实现利润总额增速分别为 53.4% 和 47.6%。

4. 份额增大

“黄金十年”间，遵义白酒产量占全国的比重从 2003 年的 1.3% 提升到 2012 年的 2.1%；主营业务收入占全国的比重则从 2003 年的 5.8% 提升到 2012 年的 11.2%；2012 年实现利润占全国的 26.3%。从这些数据可以看出，遵义白酒在全国白酒市场占有十分重要的地位，在贵州省内更是起着举足轻重、主导白酒产业发展的作用。长期以来，遵义白酒产量、营业收入和利税等主要经济指标均占全省 80% 以上，其中利税达到 90% 以上。

5. 贡献巨大

独特的资源优势、独具一格的酿酒工艺、源远流长的美酒文化和一批品牌集群的打造，使得遵义白酒产业逐渐形成了“一带”（即遵义-仁怀-习水-赤水段）、“两点”（即汇川区董公寺镇、湄潭县湄江镇）的格局。白酒成为了遵义市的第一支柱产业。可以说，遵义白酒行业的“黄金十年”，也是遵义工业经济迅猛发展的十年。

分化调整

随着全国白酒产业迈入常态化，遵义白酒行业开始告别黄金十年，呈现出调整和艰难运行的态势。2013 年，全市白酒行业实现主营业务收入增速从 2012 年的 41% 回落至 13.8%，2014 年继续回落至个位数，仅略微增长 4.5%。行业实现利润总额增速也从 2012 年的 47.6% 下滑至 2014 年的基本持平。近年来，遵义白酒行业间的高端与中低端酒品的分化已较为明显，高档酒价格企稳回升，中小酒企艰难运营。

1. 茅台对遵义白酒业的引领作用十分突出

遵义白酒行业快速扩张的 10 年间，茅台产量稳步增长，实现营收 11 倍增长、利润 20 倍增长。即便是白酒行业深度调整的 2014 年，茅台集团仍实现营收 343 亿元，占全市规模工业营业收入的 1/4；实现利润 223 亿元，占全市规模工业利润的近八成；上缴税金 83 亿元，占全市规模工业上缴税金的六成。其中上市公司实现营收 315.74 亿元、利润 221.03 亿元，分别比上年增长 2.1% 和 1.4%。在白酒行业艰难调整的阵痛期，国内知名酒企效益无不跌落，唯茅台逆势增长独领风骚。可以说，茅台凭借此前积累的酒业品牌和人气抵御了经济下滑，以及消费萎缩带来的冲击，引领贵州酒业逆势发展。

2. 茅台酒市场已经企稳，整体生产销售趋势明显好于前两年

截至 5 月末，贵州茅台已完成今年全年销售目标的 60%，主营业务收入和利润总额两项指标均实现了两位数增长。眼下虽处于酒业淡季，但贵州茅台高档酒价格企稳回升，本轮调整基本到位。

3. 中低端中小酒企和茅台镇基酒企业仍处于深度调整中

由于市场销售不畅、投资战线过长等原因，部分企业效益下降，甚至亏损和资金链断裂，

前几年涌现的民间酒坑更是难以为继。在此大背景下，有的酒企已经转行，有的关起门来等待市场复苏。截至 5 月末，遵义除贵州茅台外的其余规模酒企实现主营业务收入和利润总额比 2014 年同期分别下降 1.8%和 20.5%。

出现如此明显的分化，主要原因在于：白酒行业快速发展的十年间，在行业高额利润的鼓舞之下，一些企业大肆扩张产能，投资新建窖坑、厂房等基础设施占用了大量资金。面对突如其来的调整，这些企业始料未及、难以应对。更为严峻的是，过去 10 年，“三公”消费占据了白酒产品市场销售的较大比重，酒企在销售渠道、经销商服务和市场营销等方面欠债较多，处境十分被动。

发展之路

面对酒业新常态，遵义白酒业凭借得天独厚的自然资源秉赋，主动转变观念，加快转型发展，正朝着可持续健康发展的方向努力。

1. 继续打造赤水河谷生态环境，倾力服务好国酒茅台

进一步巩固茅台的国酒地位，为其走向世界创造条件。始终坚守生态环保底线，严格执行《贵州省赤水河流域保护条例》，以最严格的手段加强环境监管。

2. 大力发展中低端产品，形成梯度发展

针对消费者的不同层次和群体，发展中低端产品，满足大众消费；进一步扩大酱香白酒市场容量，整体提升“中国酱香·赤水河谷”的品牌影响力。

3. 整合资源，完善营销体系网络建设

茅台集团将已有的传统渠道与电商渠道有机结合起来，拓展消费市场。

4. 充分发挥政府职能作用，助力酱香白酒健康有序发展

一是重点打造“中国酱香·赤水河谷”200 里经典酱香白酒走廊。二是严格酒类生产流通监管，确保产品质量安全，维护遵义酱香白酒的质量声誉。三是加大打造“中国酱香·赤水河谷”地域品牌的工作力度，加大酱香白酒绿色、有机、健康等科普宣传工作。四是在政策支持及服务上，开展好“一企一策”及“双服务”工作，出台相关政策措施。

5. 采取切实措施，帮助企业解决资金瓶颈问题

中国白酒承载着源远流长的中华文化，几千年生生不息。假以时日，遵义酒业必然会做强做大，继续支撑遵义发展，造福遵义人民和广大消费者。