
绍兴黄酒产业发展面临的问题及对策

丁丹妮 裘洁洁¹

(浙江海洋大学 东海科学技术学院, 浙江 舟山 316000)

【摘要】: 绍兴黄酒历史悠久,在市场上具有一定的知名度。但当前绍兴黄酒在发展中存在机械化程度低、产品竞争力弱、市场监管机制不完善等问题。做大做强绍兴黄酒产业,一方面,政府应该出台相关的政策,促进资源整合,弥补市场监管漏洞,帮助黄酒企业快速发展,加快黄酒企业的转型升级;另一方面,企业应该提高机械化程度、研发新产品、延长产业链、加大宣传力度、发展黄酒旅游业,以提高绍兴黄酒的知名度,增强市场竞争力。

【关键词】: 绍兴 黄酒经济 问题及对策

【中图分类号】 F713 **【文献标识码】** A

1 绍兴发展黄酒经济的概况

近年来,国民经济的稳定发展,为黄酒产业的发展提供了一个良好的经济环境和广阔的国内外市场。收入水平的快速提高促进了人民生活水平的提高,对物质文化的需求不断增长,对消费的需求不断扩大,黄酒的产量也因此不断增长。据《中国酒业协会黄酒分会 2017 年工作报告》及相关数据显示 2017 年黄酒销售额为 195.85 亿元,比 2016 年的 172.68 亿元增长了 13.4%,净利润达到 20.74 亿元,比 2016 年上涨了 13.04%。由此可见,黄酒经济具有良好的发展前景。绍兴作为著名的黄酒小镇,名优黄酒品牌企业在此集聚,为绍兴发展黄酒经济提供了有利条件。但是,在整个国内酒水市场占比较小,从整体上看,黄酒面临着来自红酒、白酒的市场竞争。由此可见,在社会物质空前丰富的今天,黄酒行业的发展面临着诸多的挑战。因此绍兴发展黄酒经济既要面对其他酒类的竞争,又要面对同行业之间的激烈竞争,可谓是“内忧外患”。

2 绍兴发展黄酒产业经济面临的问题

2.1 机械化程度不高

目前绍兴黄酒制作流程机械化程度低,不利于标准化生产。近年来,绍兴黄酒企业虽然积极改革,不断引进机械设施,但是对于煎酒、封坛、翻幢等仍需大量人工劳作。机械化程度低导致“用工荒”。年轻人大多不愿意从事此类工作,认为过于辛苦、工作机械枯燥。老一辈的人则因为体力衰退,难以适应如此高强度的劳作,所以此类岗位人员短缺现象严重,产量难以大幅度上涨,这对绍兴黄酒开拓市场十分不利。绍兴黄酒在过去千百年间皆采用作坊式生产,生产规模小,加上黄酒制作工艺复杂,耗时长,故而产量较低。时至今日企业占地大、成本高、生产周期长,消耗的人力资源较大,机械化程度较低等问题仍旧困扰着绍兴黄酒生产企业。面对日益增长的消费需求,企业的生产能力却无法大幅度的提高,机械化水平较低,导致无法适应规模化的生产,使得绍兴黄酒生产企业缺乏市场竞争力。

2.2 营销战略不完善

作者简介: 丁丹妮(1997-),女,浙江绍兴人,本科在读。裘洁洁(1979-),女,浙江定海人,讲师,硕士研究生,研究方向:大学生思想政治教育。

目前绍兴黄酒的销售主要以实体店销售为主,网络利用率不高。绍兴黄酒的营销费用投入少,广告投放地区以江浙沪为主,占到广告投放总量的60%。在宣传方面过于注重沿海发达城市,而忽略了周围的小型城镇和农村,不利于绍兴黄酒企业扩大销售市场。

2.3 产品缺乏竞争力

2.3.1 目前市面上的销售的绍兴黄酒以中低档黄酒为主,相较于白酒中的茅台、五粮液,红酒中的拉菲、拉图等高档酒来说价格低且缺乏知名度,在高档酒市场中缺乏竞争力;在中低档酒市场中同样面对着来自啤酒、米酒等平价酒的竞争。特别是改革开放以来,国内外贸易联系的进一步加强,经济特区、自由贸易区相继设立,大量外国洋酒涌入中国,利用人们的猎奇心理,迅速抢占市场份额。而绍兴黄酒在市场竞争中并不处于有利地位,严重缺乏市场竞争力。

2.3.2 销量上,绍兴黄酒在夏季的销量与其他季节相比不尽人意。黄酒温热,炎炎夏日,人们更喜欢用啤酒或者其他饮料来代替黄酒,而在其他季节黄酒也无法独占酒水市场的鳌头,同样面临着来自红酒、白酒的竞争压力,缺乏稳定的销售市场。

2.4 市场影响力小

2.4.1 黄酒产品形式单一,缺乏创新,一直以来以酒水形式销售,商品主要面对成年人销售,受众少,影响力小。这对于想打开市场的绍兴黄酒企业来说是十分不利。

2.4.2 在追求创新和个性的当今社会,绍兴黄酒的生产 and 销售模式不能吸引年轻人的眼球,这不利于绍兴黄酒企业提高知名度,扩大市场。

2.4.3 与此同时,随着社会的发展,人们对物质文化的需求也在逐渐改变,对食品的要求越来越高。不仅要口感好,且在乎食品卫生,所用添加剂是否符合国家标准,对食品企业的清洁生产、安全监管方面越来越重视,使得绍兴黄酒生产企业生产方式的变革升级迫在眉睫。

2.5 市场监管机制的缺失

2.5.1 目前,绍兴黄酒交易市场缺乏系统的管制。众所周知,黄酒越醇越香浓,年份越久的黄酒价格越高。但是,顾客无法准确辨别黄酒的年份,这就容易导致市场混乱,优次产品掺杂交易,甚至以假乱真、鱼目混珠的现象也是屡见不鲜,若不加以监督管理,长此以往则会导致绍兴黄酒的品牌效益下降,不利于黄酒企业的长远发展。

2.5.2 黄酒协会没有充分发挥作用,对黄酒产业的发展所起的作用微乎其微,市场秩序的建设不完善,市场制度不合理,不利于黄酒行业的发展。

3 绍兴发展黄酒经济的对策

3.1 提升绍兴黄酒的机械化程度

针对绍兴黄酒企业现存的机械化程度低、“用工荒”等现象,企业应当利用快速发展的科技水平,提高绍兴黄酒产业的机械化程度,增加科研经费,改造和提升传统产业,改进现有工艺,提高生产效率,实现机械煎酒、翻幢。改进传统的封坛方式,设计出适合机械封坛的包装,减少人工工序,降低生产成本,使得生产线能够适应大规模、高效率的生产,实现信息化、数字化、智能化控制,努力实现全自动化生产。

3.2 制定完善的营销战略

3.2.1 线上线下双交易。

互联网媒体的发展为绍兴黄酒的宣传提供了一个新的平台,购物网站的兴起也为销售提供了新的渠道,大大促进了黄酒产业的快速发展。绍兴黄酒企业应当积极利用互联网等媒体输出黄酒文化,吸引海内外顾客前来购买。建立完善的物流体系,减少运输费用和时间,以此降低企业的生产成本。

3.2.2 依托旅游业推广黄酒文化,发展黄酒旅游业。

绍兴,素有“文物之邦,鱼米之乡”的说法,是著名的水乡、桥乡、酒乡。拥有许多著名的文化古迹,旅游资源丰富。交通便利,基础设施完善。近年来政府大力推行建设黄酒文化小镇,黄酒生产企业可以因地制宜建设黄酒文化园。在园内,通过模拟原始黄酒的制作工艺,让游客体验黄酒的制作过程,并制作特色黄酒美食,让游客在体验黄酒制作之余品味黄酒之味,推广黄酒文化,发展特色黄酒旅游业,扩大绍兴黄酒的影响力,促进绍兴黄酒经济的发展。

3.3 因地制宜、推陈出新,增加产品竞争力

3.3.1 采用优质原料,打造高品质绍兴黄酒。

黄酒作为酿造酒的一种,凭借其独特的酿造技艺——酒曲复式发酵法,酿造出独具东方特色的美酒,与啤酒、葡萄酒一起并称为世界三大古酒。绍兴黄酒之所以颇受好评除却独特的酿造技艺外还与其原料有很大的关系。俗话说得好,名酒出处,必有良泉。绍兴黄酒所用水取自水质优良的鉴湖,经现代科学检验,鉴湖水含有微量对人体有利的矿物质,以此水酿酒使得绍兴黄酒色香味更加出众,令人尝之难忘,深受消费者的喜爱。在此基础上,作为黄酒生产的另一重要原料小麦一直被黄酒生产企业所忽视,对此企业应当从源头上抓起,精选优质原材料,对所用小麦的质量进行严格把关,改进制作工艺,提高酒曲的活力,科学控制用量,夯实黄酒的质量,改善黄酒的口感,坚持酿造健康、安全、绿色的高品质黄酒,改变绍兴黄酒缺乏高档酒市场的尴尬局面,打造高端黄酒,使得绍兴黄酒更具市场竞争力。

3.3.2 加强校企合作。

绍兴黄酒企业可以与中医药学院合作研发出具有不同功效的药酒。与绍兴本地的黄酒学院合作,研发新产品。利用药酒祛病养身之法古已有之,东方药学巨典《本草纲目》详细记载了多种利用绍兴黄酒制作药酒的方法及其功效。中药经过黄酒的长时间浸泡使得药效发挥的更好、更有效,既可以作为饮用酒食用也可以作为外敷酒治疗一些跌打损伤。现代科学亦指出绍兴黄酒富含丰富的氨基酸和硒、锌、铁等10多种人体所必需的微量元素,有舒经活血、美容抗衰老、保护心脏、促进食欲助消化的功效,非常有益于人体健康,即便在夏日黄酒销售淡季的时候也可以通过销售外敷的药酒来增加销量,增加企业收益。

3.4 另辟蹊径,开拓市场

3.4.1 黄酒作为一种深受人们喜爱的饮品,因其独特的酒香味,日常生活中常常被用来腌制、烹饪食物,绍兴黄酒企业可以利用这一有利条件,与高档酒店合作,利用黄酒本身所富含的营养价值,研制出黄酒味的糕点、糖果。延长黄酒制作的产业链,挖掘黄酒的附加价值,扩大黄酒产品的覆盖范围,促进黄酒产品的销售。从而增加企业所占的市场份额,增强绍兴黄酒品牌的影响力。

3.4.2 针对不同的消费人群,绍兴黄酒生产企业可以在现有基础上,根据消费群体的结构不同,进行设计创新。可以利用消费者求新、求异的心理,采用“私人订制”的销售模式。客户根据自身对黄酒的年份和酒精度数的要求,向黄酒生产企业进行“私

人订制”。以此来扩大黄酒的消费人群,增加绍兴黄酒的销量。

3.4.3 积极改进生产工艺、根据国家标准制定相关的生产标准,严格控制添加剂的用量,合理使用,保证品质,努力做到无添加,酿造绿色健康,符合国家标准的优质黄酒。

3.5 整合市场资源,建立完善的市场监管机制

3.5.1 黄酒产业作为绍兴传统的经济产业,政府应当增加扶持力度。

积极出台相关法律法规,建立公平、公正、透明的市场秩序。相关部门可以根据近年来黄酒行业的整体发展趋势,与绍兴黄酒生产企业一起制定合理的竞争战略和发展方向。及时公示市场信息,以便生产企业及时评估风险作出相应调整。政府在不断完善市场制度的同时,应当进一步整合市场资源,促进企业之间的协调与合作。政府在帮助企业稳定本地黄酒市场的同时也应当积极开拓国际市场,扩大销售渠道,继续建设黄酒小镇,利用互联网等媒体积极宣传黄酒文化,扩大绍兴黄酒的影响力,以此促进行业规模的扩大。

3.5.2 发挥黄酒协会的作用,大力宣传黄酒文化,打造具有绍兴特色的黄酒品牌。

目前黄酒生产企业主要集中在江浙沪地区尤其是绍兴地区更为集中,几大著名黄酒品牌的厂址皆位于绍兴。生产企业的集中一方面有利于基础设施的共享,减少企业的经营成本,增加企业利润,促进黄酒生产企业的进一步发展;另一方面企业的集聚有利于人力资源的引进,企业应当利用产业集聚的优势,积极招贤纳士,引进专业人才,对现有问题进行改革与创新。针对市场中现有的问题进行打击和整改。制定黄酒销售标准,对不同年份的黄酒售价制定明确的价格标准,以规范黄酒市场的交易。督促企业严格遵守国家相应的法律法规,配合工商部门对制假、售假企业进行查处。促进产业集聚,资源共享,将品牌做大做强,实现规模经济,以此来增强整体的竞争力。

参考文献:

- [1]杨国军. 实施精细化管理提升综合效能——百年会稽山引领黄酒产业创新发展[J]. 中国酒, 2015(01).
- [2]马王杰, 张艺. 绍兴黄酒产业的现状及发展研究[J]. 中国商贸, 2012(03).
- [3]林小燕. 后危机时代绍兴黄酒产业发展策略探讨[J]. 企业经济, 2014(04).
- [4]宋海燕, 李博斌, 刘兴泉, 等. 绍兴黄酒产业规模与质量状况分析[J]. 中国酿造, 2014(02).
- [5]朱杏珍, 盛佳瑜, 周佳媚, 等. 绍兴黄酒产业供求状况及发展对策研究[J]. 绍兴文理学院学报(自然科学), 2017(08).
- [6]沈海风. 绍兴黄酒产业竞争力弱化的经济学分析及对策建议[J]. 山东省农业管理干部学院学报, 2012(01).