

随着互联网经济和数字化经济的快速发展，数字化已然成为全行业大趋势。新兴产业通过数字化实现弯道超车的同时，传统行业也在经历数字化转型升级。对于白酒行业而言，诸多企业也开启了数字化征程。

中国消费品营销专家肖竹青表示，企业的数字化管理是企业升级的必要工具，也是提升效率的必然选择。企业的数字化是将传统白酒酿造工匠技艺和现代化管理工具相结合。



酒企数字化 将成破局关键

■ 翟枫瑞/文

数字化可以实现产品防伪，同时打击串货、越区销售和低价倾销等现象。

布局数字化

随着年轻消费者的崛起，线上酒类交易规模也在不断提升。纵观近年来白酒行业发展不难发现，数字化已成为酒企进一步深耕行业的重要手段。据了解，目前多家酒企早已布局数字化，通过数字化实现提产增效，提高管理效率。

北京商报记者了解到，去年10月国台酒庄智能酿造制酒四车间正式投产，将传统酿造的“12987”工艺、30道工序、165个环节的工艺提炼为数据，进一步清晰标准、建立系统，用标准支撑数字的规范性，用数字验证标准的

准确性，智能酿造的数字化系统不断充实、丰富和完善。

国台酒业集团董事长闫希军表示，国台下一步将依靠信息支撑、数字集成、智能分析，把智能酿造推进到新阶段，从而实现国台从传统产业转型为新型工业化的企业，为酱香白酒智能酿造规模化建设打好基础。

越来越多的白酒企业开始了数字化转型。随着西凤酒白酒数字化工厂建设项目的推进，西凤酒逐步实现了原料溯源、仿生制曲、自动酿酒、智能管网、自动线灌装等智能化、自动化体

系的建设。同时，西凤酒应用大数据，对现有基于天鉴防伪标签的产品溯源体系进行进一步的扩展与深化，形成一物一码的产品信息与生产、质量、物流环节的批次信息相关联，实现全过程溯源。

肖竹青表示，白酒企业布局数字化有两个方面的刚需，一方面是内部管理刚需，另一方面则是外部刚需。数字化可以提升企业资源匹配效率，也可以提高管理效率。对于产品而言，数字化可以实现产品防伪，同时打击串货、越区销售和低价倾销等现象。