

烟台蓬莱刘家沟镇 借着一杯葡萄酒 酿出一个特色小镇

■ 卢伟霞 李伟 衣丽 王永凯

2017年山东省政府工作报告提出,培育新生中小城市和特色小镇。特色小镇应该如何定位、规划和建设?山东省蓬莱市刘家沟镇借助当地快速发展的葡萄种植和葡萄酒产业,打造出宜居宜业宜游的葡萄酒特色小镇。去年10月,国家住建部公布了第一批中国特色小镇,我省有包括刘家沟镇在内的7个特色小镇入选。

谈到入选全国首批特色小镇,参与申报工作的刘家沟镇副镇长栾先杰至今还有几分激动。他说,看完名单后发现,刘家沟镇与贵州的茅台镇、山西的杏花村镇都是作为酒类特色小镇入选的,后两者是茅台和汾酒的原产地,海内外具有广泛的知名度。

据栾先杰介绍,刘家沟镇境内拥有11公里海岸线和18公里葡萄长廊绿色产业带。现在全镇葡萄种植面积达到3.75万亩,葡萄酒年生产能力6万吨,拥有中粮长城等葡萄酒生产和销售企业50家,其中规模以上酒庄、酒厂、研究所25家。刘家沟镇已建成国内首个葡萄酒公共型保税仓库,在国内葡萄酒行业内率先开发使用“葡萄酒全产业链信息化管理系统”,实现了集葡萄栽培、葡萄酒生产、食品安全保障、产品质量追溯、物流销售管理于一体的全产业链信息化管控,成功打造了国内葡萄酒行业首家“数字化工厂”。

据栾先杰介绍,近年来,当地积极推广“公司+基地+合作社+农户”的种植管理模式,就地带动4000户农民变产业工人,农户年均增收15%。

如今,行驶在刘家沟镇的沿海公路上,在连片整齐种植的葡萄园间,不时会看到一座座欧式风格的城堡。这些建筑风格各异,成为当地旅游观光的新景点。

刘家沟镇马家沟村过去是垃圾遍地、污水横流的穷村。2012年,村集体牵头成立了马家沟生态旅游开发公司,2014年10月马家沟生态旅游度假区正式对外营业。目前,度假区已初步形成葡萄酒文化体验区、特色果蔬采摘区等6大板块10个景点。2015年,获评“中国首批乡村旅游模范村”。去年国庆七天假期,马家沟村的旅游收入再创新高,超过100万元,每天接待游客5000人以上。

“万亩海岸葡萄园是天然的净化器,加之葡萄酒具备抗衰老和养生功能,发展高端的养老养生健康产业优势显著。”刘家沟镇镇长王磊说。

根据规划,到2020年,刘家沟镇将打造成富有活力的“酒、游、居”(葡萄酒、乡村旅游、养老养生)主题特色小镇,建成大型农村社区6-8个,集中居住人口8000人,村级社区、休闲公园覆盖率达到70%。

“景芝杯”民间品酒师 发现之旅 撬动鲁酒消费新理念

■ 光华

5月3日,“景芝杯”民间品酒师发现之旅启动仪式在齐鲁酒地举行。此次“民间品酒师发现之旅”培训导师钟杰、景芝酒业董事长刘全平先生,经销商代表丁兆岭、王治强、刘学军、卢绪森共同启动景芝杯民间品酒师发现之旅水晶球,搭建起了与消费者沟通互动的平台,传播酒文化和普及品鉴知识,让大众品鉴成为一种新的声音。

作为白酒品鉴知识普及推广专家,钟杰对活动给予了高度评价。景芝芝香+浓香创新而又充满趣味性的喝法,让我们感受到了景芝可体验、可感知的品质支撑,这是品牌建立消费者信任的前提,是品牌进行情感升华和演绎的基础。也让我们感受到了景芝酒业在从渠道营销向消费者营销转变,引领鲁酒振兴发展,创新中国白酒消费时尚,打造景芝品牌的强大信心。

大众品鉴是未来白酒消费的一种趋势。景芝酒业在品鉴内涵上不断创新,提出“一酒三喝”,引领白酒消费新体验,引领健康饮酒新风尚。作为国内首家发布实施“阳光酿造体系”的白酒企业,景芝酒业通过微信、微博、网站等移动互联网工具,将真实的白酒酿造生产场景以实时在线视频的形式呈现在广大消费者面前,让消费者了解酿酒、质检、包装等一系列白酒酿造生产过程,感受深厚的景芝酒文化。通过构筑这样一个“酿造可视化”的系统,达到与消费者零距离沟通的目的。

景芝杯·民间品酒师发现之旅的开启,再一次与消费者真情互动,开启极富创新性、趣味性和体验性的芝香加浓香品鉴之旅。将景芝酒置身于社会大众面前,让大众担任品酒师,接受社会公众的品质检验,更有300万现金奖励,使景芝美酒越芬芳,品质更醇厚。同时,作为业内规模最大的民间品酒活动,景芝杯·民间品酒师发现之旅在传播和普及品鉴知识,提高民间品鉴技能,弘扬中华酒文化等方面将发挥积极作用。

据悉,5月4日上午,主办方为参赛者准备了景芝杯民间品酒师发现之旅活动宣传方案,重点讲解本次活动活动的赛制、赛程,开展方式;2017年景芝年份酒联盟店运作方案、一桌式品酒会的开展流程与执行细则等内容。



古井系的黄鹤楼要重夺“鄂酒老大”位置?

■ 刘文婷

4月27日晚间,古井贡酒披露了2016年年报和2017年一季度报。2016年公司实现营业收入60.17亿元,同比上升14.54%;利润总额11.51亿元,同比上升19.09%。这一业绩包含了过去一年古井获得的黄鹤楼酒业51%股权的应占收益。

年报显示,黄鹤楼酒数据表现突出,自2016年4月27日双方战略结盟后至12月底7个月时间内,黄鹤楼酒实现收入约3.55亿元,净利润4222万元。近日,黄鹤楼酒业总经理朱向红表示,2016年黄鹤楼酒业完成全部销售目标,销售利润和税收均实现双倍增长。

启动“四双战略”,发挥1+1>2的效应

2016年4月27日,古井贡酒与黄鹤楼正式签订战略合作协议。一个是意欲跻身“百亿俱乐部”的安徽酒业老大,一个是被誉为“荆楚第一酒”的湖北老字号白酒代表之一,两大区域名酒的“联姻”受到行业关注。

对于古井、黄鹤楼合作的初衷,朱向红说,古井贡酒是安徽地区唯一的中国老八大名酒,黄鹤楼酒是湖北省老字号中国名酒,二者分别是安徽、湖北的经济与文化名片,都拥有着深厚的文化积淀和历史传承,文化和价值观高度一致;此外,黄鹤楼作为具备扩张潜质的优秀品牌资源,与古井在发展需求上十分契合,嫁接上古井擅长的营销能力和优秀的管理团队,两大名酒品牌协同发展,最终实现“1+1>2”的效应。

自黄鹤楼酒业和古井集团战略合作以来,黄鹤楼酒业就开始着手“重回鄂酒老大”的计划。据黄鹤楼酒业营销公司总经理王超介绍,古井与黄鹤楼酒确定“四双战略”为总体发展目标:双名酒矩阵、双品牌驱动、双市场共振、双百亿目标。

第一,双名酒矩阵:古井贡酒与黄鹤楼酒两个中国名酒在白酒市场共同布局,以1+1>2的效应形成“中国双名酒”矩阵。

第二,双品牌驱动:古井贡酒与黄鹤楼既分别聚焦核心市场进行公关推广与传播,塑造品牌;同时,优势互补,整合传播,全国层面品牌“高举高打、举外打内、内外共举”,区域市场层面双品牌持续互动。

第三,双市场共振:核心市场在产品、品牌、价格带和渠道融合、互补,打造新的“一核两翼”市场(黄鹤楼酒的核心为湖北、两翼为安徽、河南;古井贡酒的核心为安徽,两翼为湖北、河南)。

第四,双百亿目标:短期内,黄鹤楼助推古井贡酒实现百亿跨越式发展战略;长期目标,实现古井贡酒与黄鹤楼分别过百亿的“双百亿战略目标”。

“黄鹤楼最终的发展目标是重回鄂酒老大的位置,携手古井贡进入白酒第一阵营。”



王超说。此外,黄鹤楼酒业将围绕“路路通、店店通、人人通”,努力实现“一年打基础,三年翻一番,五年翻两番”的目标。

推陈出新,打造核心竞争力产品

黄鹤楼酒业目前有武汉、咸宁和随州三大生产基地,推出了四大产品体系:生态原浆系列、陈香系列、楼系列、小楼系列。同时,围绕黄鹤楼主品牌制定“一楼三香”的计划,一个楼文化承载着三个香型,清香型、浓香型和兼香型,通过大清香酒恢复老汉汾技艺,完成黄鹤楼酒品牌升级。

2016年,黄鹤楼推出新品陈香1979、陈香1989,在酒体、包装上都有较大突破,产品更

加精益求精。在酿造方面,新品传承老“天成坊”酿造技法,融合“源头活水”“生态五粮”由“中国名酒生态活窖池”酿造,酒体含有丰富的有益微量成份,香气更优雅,入口更绵柔,回味更顺爽。新产品按照控价模式,顺价销售,直供终端,直控终端销售模式,先点后面,聚焦突破,逐步推进。

据朱向红介绍,升级后的黄鹤楼新品口感更香、更柔、更顺,新产品真正实现了酿艺更上层楼,品质更上层楼、口感更上层楼、包装更上层楼、品味更上层楼,从而加速推动品牌更上一层楼。

同时,他也表示,黄鹤楼会推出不同消费阶层的主导产品系列以满足个性化需求。“市场中遇到机遇就要抓住,趋势才是最大战

自黄鹤楼酒业和古井集团战略合作以来,黄鹤楼酒业就开始着手“重回鄂酒老大”的计划。据黄鹤楼酒业营销公司总经理王超介绍,古井与黄鹤楼酒确定“四双战略”为总体发展目标:双名酒矩阵、双品牌驱动、双市场共振、双百亿目标。

略,黄鹤楼要做适宜的事,创造的事。”

为此,2017年,黄鹤楼酒业对生态原浆、陈香、新小楼以及省外楼系列产品提出具体的要求,启用现有窖池酿酒,并调整发酵周期;咸宁基地全面恢复酿造,武汉基地恢复清香型生产;保持现有品质,借助古井技术支持,稳步提升品质,形成独特口感风格。

作为品质的强力支撑,强大的技术团队保证黄鹤楼的生产品质。据了解,目前,黄鹤楼酒拥有5位国家级调酒大师、10位省级品酒大师、15位国家级酿酒工程师、中高级职称工程师20余名。

酿酒+生态旅游,建设4A级景区美酒小镇

走在弥漫着浓郁的桂花香的小路上,品尝着亲自酿造的美酒佳酿,探索白酒的生产技艺奥秘,在“美酒银行”存上定制酒……这都能在湖北咸宁打造的“黄鹤楼森林美酒小镇景区”享受到,而这也是黄鹤楼酒业在2017年“撸起袖子加油干”的重点项目之一。

“酿酒+生态旅游,这样的组合将成为黄鹤楼酒未来的重点发展方向。”朱向红表示,作为中国老字号酒企,公司希望注重历史挖掘,讲好黄鹤楼酒故事。以咸宁美酒庄园为基础,开发相关资源,把黄鹤楼酒业建成森林美酒小镇和美酒科普教育基地。

据景区管委会主任张猛介绍,这个即将申报国家4A级景区的黄鹤楼森林美酒小镇景区位于湖北咸宁市咸安区,占地729亩,是全国唯一一个厂区内拥有森林、湖泊、山地等自然资源,且独特的洞藏酿造、窖藏环境的美酒生产基地。在这里,游客们可以感受传承千年的酒文化魅力,可以零距离探究湖北老字号名酒——黄鹤楼酒的生产奥秘,可以体会亲自酿造美酒的乐趣,并免费品尝美酒。

酒道人生 | Wine life

白酒大师侯建光:引领豫酒板块影响中国酒业

记者手记——

品味“匠心”

闻悉,河南酒业老朋友,河南仰韶酒业公司董事长侯建光在4月17日“中国酒业科学技术奖”颁奖典礼上被授予“中国酒业科技领军人才”的消息时,内心的确惊讶了一番,这番惊讶不仅是因为他3月份在全国春季糖酒会上刚刚被授予“中国酒业年度经济人物”称号,更是因为此次“中国酒业科技领军人才”共评选出7人,侯建光是豫酒板块唯一上榜的人。

与此同时,由侯建光带队创作的《响应面法优化陶香型窖池中异常威克汉姆酵母发酵产乙酸乙酯条件》论文再获肯定,被授予“中国酒业科技进步优秀论文”奖。这次代表中国白酒最高规格的科学技术大会上,仰韶收获颇丰,当然事件更加重大。

当时正在忙的我就立即把手头上的活儿停了下来,赶快打开手机,进入“仰韶酒业媒体群”,寻找文字和图片素材,在还没来得及刷朋友圈的情况下,就上传一幅现场版的“侯建光董事长和熊玉亮会长”的合影照片,并附上:热烈祝贺仰韶酒业侯建光董事长在“中国酒业科学技术奖”颁奖典礼上被授予“中国酒业科技领军人才”消息发出来,才松了口气,一看时间,从打开手机到发出来,10秒左右,自己感觉是没有浪费一秒,争分夺秒地做一件事虽对我而言已经是多年的习惯,但这一次更是不想错过一场朋友圈“盛宴”,一场人气极旺的关注度比拼。当然打开手机后,却已经出现意料中的“爆屏”。

对于仰韶而言,每次事件的传播都能达到传统媒体、新媒体“立体融合传播、阵势强大、震撼人心”,传播节奏有章有序,有条不紊,每次都赢得超高的人气 and 关注度。这些人气是怎么来的呢?这个问题几乎每天都有人问起。层层分析就会发现,人气不仅来源于“产品底气、品牌势气、企业正气”,同时还来源于对文化的敬仰和传承,来源于对传统技艺的坚守,更来源于26年来的孜孜研究和匠心。“一生只为酿造一瓶好酒”,这既是侯建光的目标,更是他天天认真朴素坚持做的事情。这就是一位酒业大师的操守和匠心。



■ 申明贵

26年坚守:只为酿造一瓶好酒

据河南日报报道,酒,对于侯建光而言,不仅是一粒粮食的深度转化过程,而是一项必生追求的事业。

在仰韶酒业工作的26年来,科班出身的侯建光始终坚持理论技术钻研、坚守工匠精神,并先后在窖泥培养、麸曲、培养基研究、陶陶质材料与酿酒等方面取得了优异成绩,在《酿酒科技》《华夏酒报》《新食品》《糖烟酒周刊》等全国重要的行业报刊上发表学术论文。2015年,第二届中国白酒科学技术大会上,由侯建光主导的《陶质材料用于白酒生产工艺技术研究及产品研制》项目曾获中国酒业“白酒陈贮、勾兑、感官品评技术10大科技成果”奖。

2016年,中国酒业协会第五届理事会第三次会议期间,侯建光主导的《仰韶超高温大曲发酵过程中微生物变化的初步分析》论文,曾被授予“2015年度中国酒业协会科技进步优秀论文奖”,填补了豫酒该奖项的空白。

在仰韶酒业,酿酒师勾调好的每一批酒品,在出厂之前,侯建光都要亲自品尝。而且,无论是在会议现场还是要宴请客户,只要有他出现的场合,碰到餐桌上的仰韶酒,他都会第一个开瓶拿来品尝一番,也正是这种工匠精神才有的态度,促使仰韶酒的品质愈加臻美。

2015年,在获悉即将举办2015第三届全国白酒品酒职业技能竞赛的消息后,作为一个业务繁忙的企业董事长,侯建光毅然决定参加比赛,并在处理好日常的管理、经营、外务等工作后,静下心来钻研酿酒理论知识,关起门来练习品酒技能,有时练习到深夜或凌晨。

功夫不负有心人,经过一轮理论答题及16轮现场尝评,最终侯建光以优异的成绩被中国酒业协会聘任为“国家级白酒评酒委



■ 申明贵

孜孜研究:只为振兴豫酒产业

对于河南白酒的发展方向问题,侯建光是一个“嗅觉”很灵敏的人,他深知白酒香型与风格问题一直是豫酒的短板,豫酒的风味、香型以及喝完后人能留下什么印象,是决定豫酒振兴的重要因素。侯建光经常对周围的朋友和员工说,若将豫酒推向全国,就必须要有叫人记得住的香型。

正是在这种思路指导下,侯建光早在2006年就已经开始打造仰韶自己的工匠团队,凡是有利于技术成长、技术进步的事儿,他都大力支持,并向公司技术团队明确提出“不拘一格、满足消费、控制成本、自成一格”的16字方针,并将最终目标锁定为:好喝、耐喝、好受、有益。

在他的主导下,仰韶酒业积极科研、大胆创新,并不断引进技术力量:2013年8月8日,江南大学酿酒研究中心河南分中心落户仰韶;2015年3月9日,河南首个白酒博士后研发基地落户仰韶;2015年6月9日,陶香型白酒科研项目开题仪式举行等。

依托强大的科研优势,仰韶酒业独创了“陶泥发酵、陶甑蒸馏、陶坛储存、陶瓶盛装”的四陶工艺,并成功酿造出了具备陶窖、陶浓、陶清、陶兼形成陶融兼香风格白酒——仰韶彩陶坊。

2016年11月25日,仰韶研发的陶融香



员”,成为中国最懂酒的董事长,不仅为豫酒赢得了荣誉,更彰显了其匠人精神。

此次侯建光被授予“中国酒业科技领军人才”称号,这是继中国酒业年度经济人物、2016河南经济年度人物、中国白酒工艺大师、国家级白酒评委、中国酒业仪狄·卓越成就奖、中国酒业品类建设功勋人物后,侯建光再获殊荣,这份殊荣不仅仅是侯建光个人的荣耀,更是外界对仰韶酒业近年来坚持创新发展之路的一次有力肯定。

型在北京通过国家级专家鉴定,被由中国酒业协会、中国食品发酵研究院、中国轻工业联合会等多方组成的专家团评定为“项目总体技术,达到国际领先水平”,这标志着豫酒正式进入了名正言顺、正本清源、源出有据的“酒体个性时代”。

自此,中国白酒保持数十年的香型格局被彻底打破,并且跨越历史进入13种香型的时代,豫酒板块也终于有了自己的香型名片——陶(融)香型。

此次中国酒业协会在《关于对“中国酒业科技领军人才”的表彰决定》中这样写道:为了全面推动酿酒产业的科技进步,弘扬创新精神,突出表彰在酿酒产业科技发明、技术推广、重点工程建设、科技成果转化等方面取得了杰出业绩和重要贡献的领军人才和优秀专家,经推荐、初步评审和综合评审,决定授予侯建光等7名同志“中国酒业科技领军人才”称号。

正如一同在北京参加“中国酒业科学技术奖”颁奖典礼的河南酒业协会会长熊玉亮感言,仰韶酒业董事长侯建光荣膺“中国酒业科技领军人才”称号,无疑是对仰韶酒业坚持创新发展之路的有力肯定,这不仅将大大增强豫酒板块的科技向心力,也将对中国酒业的创新发展起到一定的引领作用。

从“只为酿造一瓶好酒”的朴素梦想到“中国酒业大师”,侯建光用了20多年的时间,其中一半时间他是在董事长岗位上忙碌。这些年,他的头发白了很多,比过去忙了很多,同时笑得更加从容了很多,其实更为关键的是自信了很多。这种自信是20多年潜心坚守带来的,是彩陶坊短短9年成长为豫酒第一中高端品牌带来的,更是每年销售成绩以30%的高速增长带来的。当然这些成绩背后还有仰韶独创的营销模式的力量和和谐、善战的团队力量。这一切成就了仰韶产品的人气,品牌的势气,企业发展的正气,同时更将成就一个为社会创造更多价值的企业!