

“金徽民间品酒师”评选 深受消费者欢迎

■ 刘明

自2016年6月以来,金徽酒在销售市场各片区同时开展“柔和金徽民间品酒师”、“能量金徽民间品酒师”评选活动,受到众多消费者的热烈欢迎,积极参与赢取“民间品酒师”荣誉称号。

为扩大“柔和金徽”和“能量金徽”的品牌影响力,提升消费认知,畅通销售渠道,公司制定了《民间品酒师活动实施方案》,组织活动相关负责人员参与前期培训工作,熟悉掌握活动规则和流程、具体执行细则、注意事项以及仪容仪表等,同时在市场各片区选取优秀酒店,利用展架、条幅、陈列产品等方式进行现场布置,消费者采取自愿的方式参与民间品酒师品评活动,现场挑战自我,品鉴、感受金徽酒独特魅力,探讨交流品酒经验,金徽工作人员还从“观其色、闻其香、尝其味、品其格”等角度为热情参与者认真讲解品酒知识,并为品酒成功的人员颁发“金徽民间品酒师”荣誉证书。

通过长期坚持开展“民间品酒师”活动很好地宣传了“柔和金徽”和“能量金徽”以“生态绿”为主色调的健康饮酒理念,同时向消费者全面呈现了金徽酒“只有窖香,没有泥味”过硬的产品品质。“柔和金徽”秀外慧中;“能量金徽”出窖泥而不染,遗空杯而弥香,两款产品自上市以来,依靠优秀的品质和一流的团队服务,不断强化品牌宣传,入选了“京西宾馆中国名酒展”,被评为“十大新锐品牌”和“中国健康白酒新锐品牌”,受到了广大消费者的喜爱与欢迎。

成长之路 | Road of growth

金陇春酒业： 县域白酒企业的新锐代表

■ 吴铭

如今,发轫于“互联网+”时代背景下的金陇春酒业,依傍在古老的渭河之畔,以新锐的县域白酒企业形象示人,成为区域内颇有影响力的知名品牌。

创始人张金伟,深耕于陇西本地市场,在多年来的商业实战中,发现县域白酒领域存在着诸多需要解决的问题,乃至行业需要升级的现实。

放眼整个行业,林林总总的酒业品牌不胜枚举,甚而每个县市都有自己的酒企,可是这些企业大都安然于现状,没有形成自己的品牌影响力。

深谙市场变革的张金伟,于两年前开始深入研究,发现行业沉痾已久,假酒充斥于市场,勾兑的酒更是非常普遍,县城白酒企业亟待提质升级。这是留给金陇春酒业的使命,也是张金伟自我觉得改变的责任,于是他决意注册成立金陇春酒业,意欲给本地百姓提供优质、可靠、放心的白酒。

据了解,金陇春其创意来源如下:
“金”象征着高贵、典雅。这与公司纯粮酿造的金陇春白酒品质若合一契,公司竭力准备将金陇春白酒打造成为酒中“金”品。同时也选取公司创始人张金伟先生的名字中的“金”字,体现张先生对企业的贡献和良苦用心。

“陇”代表陇西。陇原大地,历史悠久,渭水泱泱,情深意长。土生土长的陇西骄子张金伟先生,立志用家乡水酿造家乡酒。

“春”代表着播种、代表着希望、代表着理想。用一颗赤诚的心灵,酿造出岁月的琼浆,张金伟携公司全体员工祝愿所有人的生活如春天般美好!

在这个产品经济和品牌经济双轮驱动的年代,甫一诞生的金陇春,就特别注重公司品牌建设,张金伟意识到品牌才是让企业行稳致远的途径之一。

在这背后,是金陇春酒业对产品品质不懈的追求,张金伟很自信地表示,他们的酒都不是勾兑的,而是用粮食实实在在酿造出来的。

基于对产品精益求精的追求,金陇春在区域市场内获得了普遍的赞誉,初始没有过多的营销,就以口碑打开了局面,初步占据了消费者的心智资源。对此,张金伟感到了更大的责任,他所选择的这条商业赛道上,竞争对手如林,行业沉痾已久,如何打好安全牌和信任牌,是他一直思考的问题。

张金伟在意的酒杯中的安全、舌尖上的清香、餐桌上的情谊,在他的梦想中,金陇春不仅仅是酒,更是安全品质的代名词,同时是一种载体和纽带。目前的金陇春酒业,是一家酿酒和养殖为一体的循环经济体,本着以人为本、纯粮酿造、自然发酵的原则,着力为行业树立着良好榜样。

独家协办

中国食品工业协会
酒类食品高新技术培训中心

四川省川技王
酒类研究设计院

四川省广元市
酒类技术研究所

电话 (0839)3600888
(0839)3602639

浓香国酒飘香中欧论坛 传统产业加速海外拓展

■ 财时

中国白酒的世纪浓香,在欧洲乃至世界也能找到“知己”。6月26日,第七届中欧论坛与第四届中欧政策实践圆桌会议将在比利时布鲁塞尔开幕。本次论坛由中国(海南)发展改革研究院、中国驻欧盟使团、欧洲之友合作举办,主题为“不确定时代的欧洲合作”。泸州老窖作为唯一受邀白酒企业将出席本届中欧论坛,泸州老窖·国窖1573将作为中欧论坛晚宴唯一指定白酒亮相。

会议将邀请来自我国与欧盟的官员、专家及学者,围绕“‘一带一路’中欧合作:目标与行动”、“中欧相互投资与双向市场开放”、“欧盟、中国与变化中的世界”、“欧洲、中国与全球贸易:中欧自贸区的前景”等议题展开深入研讨。泸州老窖股份有限公司董事长刘淼受邀将在论坛上发言。

泸州老窖是中国浓香型白酒的鼻祖,也被称作“浓香国酒”。在中国白酒市场上,浓香型白酒占比接近八成,可以说,以泸州老窖为代表的浓香白酒,是烙印在中国人舌尖上几个世纪的味蕾记忆,并且直到今天仍深刻影响着整个华人世界的饮食文化。而随着世界经济一体化进程的推进,中国的饮食文化又在影响着世界,中国的白酒也随之进入全世界食客的视野。

在中国,自古以来,酒就不仅仅是饮品这么简单,它伴随着祭祀、交友、节日、庆功、文艺创作等人们生活的方方面面,承载了情感,寄托着情怀。而且,舌尖上的文化可以突破国籍、语言、地域的界限,迅速拉近人与人之间的距离。为了把中国白酒文化输送到世界更多地方,泸州老窖近年来付出很多努力。

一方面,泸州老窖积极开拓国际市场,并取得突出成效。现在,泸州老窖已在40多个国家建立销售渠道,特别是在“一带一路”沿线,已有14个国家的市场上有了泸州老窖的经营网络。为了适应国际化的消费需求,泸州老窖还开发出了鸡尾酒、预调酒、果露酒等新品种。

在本届中欧论坛上,泸州老窖为嘉宾们带来了以泸州老窖传统白酒为酒基的中式鸡尾酒,这也是泸州老窖在国际级宴会上再次让世界品味中国的白酒、品味中国的历史文



舌尖上的文化可以突破国籍、语言、地域的界限,迅速拉近人与人之间的距离。为了把中国白酒文化输送到世界更多地方,泸州老窖近年来付出很多努力。

化。现如今,泸州老窖不仅是海外华人最喜爱的中国白酒品牌,而且正逐步走上外国人的餐桌。

另一方面,在进行海外拓展的同时,泸州老窖始终不忘向世界输出中国传统文化。今年4月,泸州老窖携手中国著名音乐家谭盾,在纽约开启泸州老窖·国窖1573“让世界品味中国”全球文化之旅,今后这项活动将与更多艺术家合作,让“浓香国酒”去到世界更多地方。今年5月,泸州老窖·国窖1573又出现在巴菲特股东大会中美投资人酒会上,来自全世界的很多商务高端人士通过这次机会第一次品尝到真正的中国白酒。

泸州老窖·国窖1573“让世界品味中国”

剑南春国际化之路： 传承千年文化 打造白酒价值典范

■ 中新

当前,中国白酒如何走向国际舞台已成为行业重要课题,各大酒企都在不同程度地开展酒类国际化的探索和尝试,剑南春也是其中一员。日前,剑南春参展了米兰国际食品博览会并获得两项世界级大奖,进一步成就了其广阔的全球市场发展空间。

据悉,两年一度的意大利米兰国际食品博览会(TUTTOFOOD)于今年5月顺利召开,剑南春代表中国白酒应邀参会,携新产品24K金剑南强势登陆,霸气斩获双项世界级大奖,赢得各界高度赞誉。博览会期间,24K金剑南还凭借其芳香的口感、清冽的酒质,征服了欧洲青年餐饮经理人协会(Jeunes Restaurateurs d'Europe)各位米其林大师挑剔的味蕾。

回顾剑南春的国际化步伐不难发现,登陆意大利米兰国际食品博览会只是其走向世



剑南春展出的24K金剑南与金剑南K6

界的一部分,早在2003年剑南春便开始了它的全球化战略。剑南春先后联合国际酒业巨头法国轩尼诗和瑞典V&S公司拓展海外60多个国家和地区的市場,赴日本、韩国、法国及雅典演出歌舞剧《大唐华章》。

近两年,剑南春又在好莱坞大片《超凡蜘蛛侠2》、《变形金刚4》中惊艳亮相,利用电影植入广告这种潜移默化的文化输出路径,十

关于高端白酒电商 千米网和传统酒企怎么看？

■ 南都

经历了长达数年的深度调整后,限制“三公消费”对高端酒需求的抑制初步见底。尤其随着移动互联网加入,白酒行业渠道的深度变革也已开始。在新一轮行业洗牌中,兼并与重组将成为一种趋势?高端酒真的迎来市场回暖?未来2-3年内高端酒的趋势会如何发展?……

以上种种不只是困扰着行业参与者,也让消费者云里雾里。接下来,千米网及山东茅五剑酒业分别从不同的行业视角出发,透过问题看本质,共同探讨中国高端白酒的出路。

千米网： 电商成为白酒行业变革“催化剂”

经历了销售“遇冷”、价格“跳水”、经销商抛货套现等问题之后,白酒行业经历了数十年来规模最大的一次产业调整。而这个时候,电商则给身处转型中白酒企业带来许多“想象空间”,各大厂家、商家纷纷“触电”,或自建电商平台,或加强与垂直电商的合作。

在千米网看来,中国白酒行业整体电商化程度不深、时间不长、运营经验还不够丰富。一方面,白酒企业要对抗传统渠道的步步紧逼;另一方面则需直面激烈的同业模式竞争。无论如何,在持续十年高速扩张后,白酒行业泡沫不断被挤破,且逐步回归理性。

山东茅五剑： 未来3年高端白酒将进入超细分领域

那么,2017-2020年中国白酒(尤其是高端白酒)行业会呈现怎样的发展趋势呢?在收集部分代表性市场上高端酒的品牌和布局之后,山东茅五剑酒业给出了独特的见解:

纽约之夜现场,联合国第七届全球论坛秘书长、全球未来领袖组织共同主席SLAVACHE RKASOV称国窖1573令他惊喜此外,今年5月起,以泸州老窖作为承办方之一的国际诗酒文化大会正式启动,截至目前已经在合肥和北京连续举办两场诗会,随后还将邀请世界各国的顶尖诗人来到中国,把酒言欢,以诗会友。

这届中欧论坛会集了中欧顶尖的商界、政界和学术界名流,泸州老窖把“浓香国酒”带上这一高端舞台,也为进一步拓宽欧洲营销网络奠定基础。

在本届中欧论坛结束后,刘淼还将前往法国,参加法国前总理拉法兰私人晚宴,泸州老窖·国窖1573也将在此次法国国家级宴会上作为指定用酒。

随后,刘淼还将带队拜访法国诺欧商学院,与院级领导、学院教授、孔子学院院长以及当地政府官员和酒企嘉宾齐聚一堂。届时,刘淼将在诺欧商学院发表演讲并进行授课,讲述中国的白酒文化。更重要的是,泸州老窖还将与诺欧商学院签订合作备忘录,共建白酒文化基地。

“浓香国酒”泸州老窖是中国白酒产业的优秀代表,其近几十年的发展,是中国传统工业深化改革、开拓市场的缩影。如今,泸州老窖的海外拓展之路越走越宽,这是泸州老窖对自身品质和企业经营自信的自信,更是泸州老窖对自身所承载的中华优秀传统文化充满信心。

意大利葡萄酒 钟情中国市场

■ 陈晓晨

长期以来,意大利一直是世界最大的葡萄酒生产国之一,葡萄种植和葡萄酒酿制的历史可追溯至公元前两百年,形成了独具特色的葡萄酒文化。然而,在气候变化和经济危机的双重负面影响下,意大利葡萄酒产量下降,部分酒庄和酒窖被迫关闭,葡萄酒产业一度陷入危机。近年来,随着中国葡萄酒市场的不断增长,意大利葡萄酒产业看到了新希望。

据光明日报报道,意大利毕略商业咨询机构近日发布了关于意大利葡萄酒出口情况的市场研究报告。报告在对欧盟以外的全球十二大主要葡萄酒消费国进行研究后指出,意大利2017年第一季度葡萄酒出口额同比增长6.3%,增长幅度大于同为传统葡萄酒出口国的法国和西班牙,仅排在智利之后。报告指出,这十二大葡萄酒消费市场占据全球非欧盟国家葡萄酒进口总额的96%,意大利葡萄酒出口额排在法国之后,约为7.1亿欧元。

毕略商业咨询机构首席执行官巴罗塔在接受媒体采访时表示:“在所有葡萄酒消费市场传递出的积极信号中,中国市场无疑最令意大利葡萄酒产业感到兴奋。据统计,意大利对华葡萄酒出口仅在今年一季度就增长了15.9%,远超其他竞争对手。很快我们就能看到传统葡萄酒市场将发生的巨大变化,中国将迅速成为全球葡萄酒的主要消费国,当然也是意大利葡萄酒产业的未来。我们认为,意大利葡萄酒行业应提早做好准备迎接这一新的变化,包括在中国组织更多的葡萄酒培训、品鉴和推广活动,使中国消费者更好地认识意大利的优质葡萄酒,进一步搭建畅通高效的合作平台。”

除了意大利大型葡萄酒生产企业外,一些同样拥有较高品质,但规模较小且并不为人所知的葡萄酒品牌也感受到了中国市场的巨大魅力。前不久,记者应当地政府邀请到意大利普利亚大区莱切省纳尔多市采访。纳尔多市人口仅有3万,除旅游业外,葡萄种植是当地的主要支柱产业。当地一家葡萄酒生产企业负责人告诉记者,仅仅十年前,纳尔多还没有能力生产自己品牌的葡萄酒,种植的葡萄大多只能卖给意大利北方的大型葡萄酒企业,进而加工酿制成葡萄酒并销往世界各地。虽然纳尔多得天独厚的气候条件和肥沃的土壤孕育出各种品种的高质量葡萄,但长期以来这一简单的农产品原材料输出模式很难提高利润,严重制约当地经济发展。近年来,部分中国葡萄酒经销商来到纳尔多,并与当地葡萄种植企业展开合作,使当地由葡萄种植发展成葡萄酒生产,葡萄酒出口额逐年增加,为当地经济注入了新的活力。

“在全世界葡萄酒市场中,中国对我们来说是最重要的。我们生产的最高品质的葡萄酒几乎全部销往中国,其中一款用80年以上老藤结出的葡萄酿造的葡萄酒大受中国市场青睐,这不仅反映出中国消费者的消费能力,更体现出中国消费者对品味和质量的高要求。未来,我们会根据中国消费者的喜好加大新产品研发力度,争取生产出更多符合中国消费者口味的优质葡萄酒。”这位企业负责人满怀信心地说。