

文化为刃 新时代背景下酒企劈开市场路



●泸州老窖参与中欧论坛,畅议中欧经济合作

■ 本报记者 方文煜

7月1日至2日,国窖1573携手民族舞剧《孔子》献礼香港回归20周年,香港体育馆座无虚席。7月3日,国窖1573“让世界品味中国”全球之旅暨同庆香港回归20周年文化晚宴在维港之畔成功举办。两大主题活动均为献礼香港回归20周年,展现出泸州老窖·国窖1573推动传统文化全球传播的决心。

文化是企业持续发展的动力源泉,更是企业核心竞争力的重要组成部分。中国酒文化源远流长,国家“一带一路”政策的推广和中国整体开放、自由的贸易环境,为中国酒打响名号提供了良好环境。泸州老窖等众多酒企纷纷推出酒文化跨文化传播的解决方案,借助创新的表现形式,在全球范围传播。

以文化为载体 漂洋过海驶出去

在海外拓展的过程中,泸州老窖响应中央大力提倡文化自信的号召,今年4月,携手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,让中国白酒文化搭载艺术在世界范围内传播。仅今年4月以来,泸州老窖就去到美国纽约、比利时布鲁塞尔、法国巴黎和中国香港,穿越了整个地球,并在巴非特股东大会、中欧论坛、夏季达沃斯等国际级商务活动中亮相。泸州老窖董事长刘淼说:“中国白酒的国际化,首先是中国传统品牌的国际化,是中国文化的国际化,只有中国文化在世界广为传播并被广为接受,中国白酒才能真正融入世界。”

以文化为刃开拓市场,五粮液也独辟蹊径。6月27日,2017年夏季达沃斯论坛暨新领军者年会在大连举行,来自世界80多个国家的政界、商界、学术界等各界嘉宾共品五粮液。27日晚,由五粮液集团公司赞助、为纪念本届年会创作的雕塑作品“融”也正式揭开了神秘面纱。雕塑通过双臂相扣形成的莫比乌斯环,同本届年会主题“在第四次工业

业研究会、福建省文化产业学会和福建省文化产业研究策划基地授牌,四方共同组成中心组织架构与研究团队。中心将以产学研联合的方式,搭建酒文化合作研讨和联合攻关的创作平台,组织策划酒文化创意设计活动,实施酒文化产品和酒文化品牌的宣传推介工作。

每年的二月,陕西杜康酒业集团公司赞助的“中国千年酒圣杜康祭祖大典”都会在陕西省白水杜康康家卫村举行。这样的祭祖仪式,已经传承了近千年,表达华夏儿女对酒祖杜康的忧思和感念之情。

对文化的沉淀与发扬,茅台做得尤其用功,仅茅台酒厂内的中国酒文化城便可见一斑。1993年到1997年,茅台集团投资建成了目前国内规模最大的酒文化城,全城占地30000平方米,建筑面积12000平方米。在2002年被列入贵州省传统教育基地,2014年被认定为国家级4A景区,成为仁怀市一大特色景点。

国家“一带一路”政策的推广和中国整体开放、自由的贸易环境,促使众多酒企纷纷推出酒文化跨文化传播的解决方案,借助创新的表现形式,在全球范围传播。

携手新平台 寻找品牌突破点

洋河近年来关于酒文化的打造和传播,似乎主要集中在一个字——“多”。从彰显酿酒仪式感的谷雨“封藏大典”,到消费者深度体验的4A旅游景区;从传递健康、快乐的“我爱天之蓝”大型公益活动,到传播责任与梦想的《梦想新搭档》综艺赞助;从丰富酒文化内涵的新年音乐会冠名,到代表国家形象的“中国梦”发声……事实上,洋河所有的动作都表达着同一个意图:以文化促进品牌形象的提升。

与洋河同样动作频频的还有不少,在中国传统文化中寻找品牌突围的突破点。中医药文化是中华民族瑰宝,是中华传统文化的代表,坚持继承和发展中医药文化,使酒药酒脱颖而出。6月29日,酒药酒正式入选“国家品牌计划”。该计划是中央电视台依据品牌强国的国家战略而推出,旨在寻找、培育、塑造一批能够在未来三十年里代表中国参加全球商业竞争和文化交流的国家级品牌。

6月24日至7月3日,首届中国青稞酒文化节在青海省互助县举行,青青稞酒等20家青稞酒企业开展了为期10天的青稞酒现场品鉴活动。据了解,青稞酒文化拥有1300多年的历史,是我国高原文化的重要组成部分,从文化内涵来看,青稞酒文化具有天然的外向基因,借助国家“一带一路”战略,通过更多元与灵活的市场推广,建立青稞酒文化认同,将独特的青稞酒文化对外推广,可为企业开拓更为广阔的市场蓝海。

品牌文化的创新或者说与时俱进是非常重要的。对于品牌文化,很多白酒企业的认知程度、保护程度还不够,造成了品牌的稀释,在产品的设计、包装、营销当中品牌文化营造不够。所以,希望更多的酒企能够通过品牌文化的建设,让白酒从一个地方品牌传播成为一种全国品牌,从国内走向国际。

2017年中国酒业协会 酒与社会责任促进联盟年会召开



●中国酒业协会理事长王延才发言

■ 王闻

7月7日,由中国酒业协会主办,中国酒业协会酒与社会责任促进联盟承办,江苏洋河酒厂股份有限公司协办的中国酒业协会酒与社会责任促进联盟年会暨2017年全国理性饮酒宣传周新闻发布会在江苏洋河酒厂股份有限公司召开。相关领导及联盟成员单位一百多人参加了本次会议。

会上,中国酒业协会副理事长兼秘书长宋书玉向联盟单位汇报了联盟上一财年工作总结及下一财年工作计划和2017年全国理性饮酒宣传周活动方案。2017年“全国理性饮酒宣传周”活动时间为10月20日至27日,主题是“适量饮酒,快乐生活”,主会场活动将于10月20日在北京举行,现场发布宣传周微电影、理性饮酒年度报告及理性饮酒指数报告。在全国其他城市还将设立分会场,进行门店活动、市场活动及线上活动也将同步开展。

宿迁市人民政府副市长曹秀明在致辞中指出,在健康中国的战略部署下,中国酒业协会酒与社会责任促进联盟积极行动,倡导文明饮酒,关注消费健康,展示了责任担当,必将为民众带去更多、更广的健康福祉。

中国酒业协会理事长王延才在发言中指出,非理性饮酒带来的健康和社会问题正日益受到人们的重视。过量饮酒等非理性饮酒行为为企业带来短期商业利益,但是从发展的角度来看,过量饮酒行为对企业和品牌都会产生负面作用,让消费者产生误解,反而不利于酒业的发展。酒行业应该肩负责任感和使命感,来帮助消费者获得饮酒的相关知识,鼓励消费者理性、适量饮酒,在饮酒的同时,保证自己和他人安全和健康。在行业发展中,我们需要构建产业与政府、社会各界、媒体以及消费者的和谐关系。强化社会责任,提高公信力,关注和解决与过量饮酒相关的社会问题,是酒类行业实现新型发展的重要内容,也是推动行业持续发展的有力保障。

国家工商行政管理总局广告监督管理司副司长胡国强和在座的联盟成员单位代表们沟通了最近有关广告监管方面的动态和举措:一、酒类广告要讲导向,对涉嫌导向问题或者社会影响大的广告内容,定向监测,严肃

查办;二、酒类广告要合法,严重违法失信企业将纳入“黑名单”,实现“一处违法,处处受限”,引导酒类广告市场主体诚信守法经营;三、进一步完善酒类广告法律制度,2017年将加快推进《酒类广告管理办法》等规章的修订工作;四、强化社会共治,将继续加强与酒业协会的沟通与合作,倾听行业诉求,推进诚信建设,营造良好的广告市场环境。

苏酒集团作为2017年中国酒业协会酒与社会责任促进联盟的轮值主席单位,江苏洋河酒厂股份有限公司董事长王耀表示,联盟作为最具活力的价值引领型组织,接地气,暖人心。洋河将凝心聚力,砥砺前行,以匠心造就快乐健康,以创新引领产品升级,以爱心传递责任担当,共担时代责任,共筑行业梦想。

王耀倡议,行业内企业要行动起来,围绕今年活动的主题“适量饮酒,快乐生活”,以更多创意的活动形式,向消费者传达这种理念,做快乐生活的“守护者”,做快乐生活的“践行者”,做快乐生活“倡导者”。

为了正确引导酒类企业负责任地宣传酒类产品,规范酒类产品的宣传行为,避免夸大和不当的宣传方式,在国家工商总局广告监督管理司的指导下,中国酒业协会制订并现场发布了《中国酒类企业负责任宣传自律准则》,倡导酒类企业及其合作伙伴共同遵守。中国酒业协会副理事长兼秘书长宋书玉及联盟主席单位代表共同宣读《中国酒企负责任宣传自律宣言》。

此外,中国食品发酵工业研究院副院长张五九、中国中医科学院病因病机学研究室主任于智敏、保乐力加中国外部事务副总裁陈伟也上台致辞,多角度阐释酒与健康的机理,指导广大消费者科学、安全、健康地饮酒,为我国酿酒行业发展提供新的建议和思路。

据悉,中国酒业协会酒与社会责任促进联盟自2015年7月成立以来,在政府多个部门、社会各界及全行业的大力支持下,积极推广理性饮酒、践行社会责任、倡导行业自律,取得了令人振奋的可喜成绩。特别是2015年举办的“理性文明、拒绝酒驾”全国理性饮酒日活动以及2016年“关爱成长、非成勿饮”全国理性饮酒宣传周活动,覆盖400多个城市,影响数千万消费者,产生了巨大的社会反响。

温和酒业严把食品安全关 彰显企业担当获社会赞誉



■ 杨莉莉

为打造安全食品,提升行业自律水平,费县食品行业协会成立大会在山东温和酒业隆重举行。山东费县食品药品监督管理局党组书记、局长陈士文、费县社会组织党委副书记潘兆霞,费县食品药品监督管理局党组成员、副局长秦飞,费县民政局社教科科长曹广超,以及获得食品生产许可证企业负责人代表到场参加。

中国十大营销专家,临沂市政协委员、临沂市工商联商会副会长、温和酒业集团总经理肖竹青当选为费县食品行业协会首任会长,温和酒业总经理助理、技术处处长张荣欣当选为副秘书长。

费县食品药品监督管理局局长陈士文做了重要讲话,希望费县食品行业的成员们能够在企业生产发展的同时,坚守食品安全这条底线。只有食品企业自律,费县的食品安全才有保障,并就食品协会今后的发展思路及奋斗目标做了明确的指示。

山东温和酒业总经理肖竹青当选为首届费县食品行业协会会长发表讲话,表示将不负众望,带领协会会员共同推进费县食品行业规范管理,为广大会员单位做好服务。

“致力于共同打造世界长寿之乡,好山好水出好品之‘费县制造’放心食品原产地地域品牌。”肖竹青说,将全面推进渠道网络资源与品牌推广资源共享,组建联合舰队促进费县食品“走出去”与“引进来”,即产品销售走出去、优秀人才与领先技术引进来。

两年前,山东温和酒业在新蓝海大酒店隆重举行山东温和酒业集团三引一促战略重组签约仪式新闻发布会。两年的时间里,温和酒业成为临沂三引一促成功典范,始终围绕“品质升级”、“品牌升级”和“服务升级”三大战略,坚持提升温和酒性价比,为消费者创造价值;通过分行业渗透与分圈层营销,让温和酒更好卖,为渠道伙伴创造价值;增加税收,解决就业,推动精准扶贫,带动关联产业,为政府创造价值。

时至今日,温和酒业的发展有目共睹,在

“品质、品牌、服务”三升级的带动下,企业不断开疆拓土、吸引人才、拓展市场。中国顶级投资战略专家、四川蒙顶投资集团董事长、山东温和酒业集团董事长韩东先生运筹帷幄,坚持“为人民酿好酒”的历史使命传承,以国际视角进行资本投资、以人为本、品质提升、营销大单品等战略推进。温和酒业无时不引领着中国白酒发展的大势,业界誉温和酒业为“中国白酒界之飞马”,更是对韩董事长执掌温和酒业发展的客观评定。

而中国著名营销专家、温和酒业总经理肖竹青先生更是执温和之牛耳,独创中国白酒界“分行业渗透、分圈层营销”模式。在其带领下,集团秉承“创新营销”的发展模式,推行一区一策的策略,彼此成就,实现了品牌价值与市场氛围建设的高速提升。肖竹青先生作为临沂市政协委员,在临沂市政协会议上发出的“支持本土酒企发展、就是提升本土税收、促进本地经济发展的最好举措”“买临沂房、喝温和酒、就是热爱临沂”等呼吁,已然成为齐鲁大地口口相传的佳话。

时至今日,温和酒业产品覆盖面已至整个山东,如核心市场临沂、日照、济宁、枣庄、东海等市场,温和系列酒得到了消费者的一致好评,产品美誉度名列白酒行业前茅,社会经济效应更为明显。不仅提供了就业岗位,解决了失业人员的就业问题,带动了地方经济的发展,还成为食品行业协会宗旨的最佳践行者。

此次费县食品行业协会成立仪式及第一次会员代表大会,可谓是费县食品行业的一件大事、喜事,也必将成为费县食品行业规范管理、做大做强的重要里程碑!费县食品行业协会的成立,意味着费县的食品生产企业由分散的单兵作战,走向抱团发展的道路。

民以食为天,费县食品行业协会的成立,必将对费县食品行业实现信息、资源共享,加强行业自律,提高费县食品质量安全水平起到重要的作用。同时,为温和酒业跨行业合作提供了广大平台,期待温和酒业在新的领域驰骋出一片新天地。

天府浓缩酒

酒水经销商看过来 / 一步教你降低成本,提升酒质!

天府浓缩酒选用四川浓香五粮优质黄水、酒尾、底锅水、酒糟提取物、窖泥提取物等白酒发酵物质,采用生物发酵技术、模拟窖池发酵,利用筛选优质酿酒微生物菌种及酶系进行发酵转化、浓缩、提质等工艺发酵浓缩为基础酒,再加入四川浓香五粮优质原酒、调味酒等调配组合而成。

【适用对象】酒水灌装厂 / 白酒经销商

产品特点

- 1.使用方便、简单,避免单休香精香料添加的复杂、繁琐、计量不准等问题。
- 2.使用本品调制的浓香型白酒酒香风格典型、酒体绵柔舒适、醇甜柔顺、固态感明显、空杯留香。
- 3.使用本品调制的浓香型白酒均能达到国家优质酒标准。

酒水成本分析

利用天府浓缩酒1号调制为38° 42° 52°成品酒,其酒水成本为1.00-2.00元/斤
利用天府浓缩酒2号调制为38° 42° 52°成品酒,其酒水成本为1.40-2.40元/斤
利用天府浓缩酒3号调制为38° 42° 52°成品酒,其酒水成本为1.80-2.80元/斤

所有产品都能达到国家优质酒标准

系统地为培训白酒勾调人员,分析化验人员;食用酒精处理、产品装瓶前微调知识及技能,分析化验检测人员;免费提供样品。

如果我们提供的浓缩酒产品不能达到您目前产品、风味、口感要求,我们还可根据您的要求为您定制产品:不同风格、口感、酒度、成本的浓缩酒。

四川省天府名优酒研究中心 固液酒研究所

联系人:宋柯(总经理) 邮箱:419219641@qq.com 技术咨询:13708238488