河北雄安保府酒业揭牌仪式举行

2018年4月10日,恰逢河北雄安新区成立一周年的日子,河北雄安保府酒业有限公司揭牌仪式隆重举行。在雄安新区管委会的批准下,河北保定府酒业有限公司正式更名为河北雄安保府酒业有限公司,这是整个新区第一个获批的本土生产企业。

揭牌仪式上,河北雄安保府酒业有限公司董事长李宏涛发表讲话,他说,河北雄安保府酒业有限公司的揭牌,是一座非常重要的里程碑,公司将翻开崭新的一页公司。在新的形势、新的机遇、新的挑战面前,我们将不忘初心,继续发扬光大"勤奋 智慧 诚信 高效 创新"的企业精神,树立起"作一流酒企,干一流事业"的雄心壮志,借势雄安,助力雄安,让我们的酒品"争霸河北,走向全国"。

李总表示,公司20多年的壮大发展,离不开党和政府的支持及各级领导的关怀,更离不开公司各部门、管理团队的辛勤耕耘和付出。现在,公司已成为以白酒酿造和营销为主,兼营食品、农业、酒店、旅游、金融等多个领域的新型产业格局,被评为"河北省著名商标企业"、"河北省质量诚信AAAAA"品牌企业,拥有"百年保定"、"雄安特曲"两大白酒系列产品。其中"百年保定"酒被评为"最受欢迎家乡品牌","雄安特曲"作为中国地理标志产品获新区政府认可及推荐,并荣获"2018年中国食品最具潜力奖"。

据了解,"雄安特曲" 系列产品是伴随着雄安新区的设立而诞生的一款品牌酒,已成为新区一张新的名片。而这份"不解之缘"又延续到一年后的今天,雄安保府酒业也将借着这个契机努力塑造和建设自身的品牌与文化。用成熟的产品线和品牌策略使企业在市场竞争中游刃有余,为地方的经济建设和社会发展、为雄安新区的建设贡献出一个企业应有的责任和担当。

同时,作为雄安新区的本土企业,河北雄安保府酒业有限公司还将致力于雄安酒文化的传承与弘扬,在未来,雄安保府酒业将在雄安新区建设雄安酒文化博物馆,创建保府酒业AAA旅游景区,打造雄安新区靓丽的酒文化名片。 (酒协)

九月贺兰山东麓 一起赏酒,约么

■ 鹿强

在今年的春季全国糖酒会上,宁夏回族自治区葡萄产业发展局、吴忠市人民政府在成都举办了"2018中国吴忠丝绸之路葡萄酒文化节新闻发布会",借助第98届全国春季糖酒会酒店展,诚邀来自全国各地的葡萄酒生产商与采购商于9月份齐聚吴忠。

据了解,"2018中国吴忠丝绸之路葡萄酒文化节"将于9月16日至18日在宁夏吴忠市举办,这次活动恰逢宁夏回族自治区成立60周年,活动内容包括开幕式、葡萄酒展会、吴忠特色美食展、葡萄酒产业高峰论坛、观摩考察、文化旅游等诸多元素。

吴忠盛产小麦、水稻、瓜果、蔬菜,是宁夏主要商品粮生产基地,也是宁夏贺兰山东麓酿酒葡萄的明星产区和核心产区,具有发展酿酒葡萄产业的优越地理环境和资源禀赋,年降水量在200mm左右,年蒸发量在2000mm以上,年平均气温9.4℃,全年日照时数接近3000小时,无霜期163天,被认为是中国最佳酿酒葡萄种植区之一。而红寺堡产区被中国商业企业管理协会授予了"中国葡萄酒第一镇"的称号,更是被中国葡萄酒市场白皮书发布会组委会授予了"中国最具发展潜力葡萄酒产区"。

近年来,根据世界葡萄产业发展形势和中国葡萄酒消费增长强劲的现状,吴忠市委、市政府顺势而为,抢抓机遇,果断决策,坚持把葡萄酒产业作为全市的特色优势产业来抓。截至目前,全市种植酿酒葡萄22.7万亩,建成酒庄、酒厂32家,年生产葡萄酒2466万瓶,已培育形成千红裕、红粉佳荣、戈蕊红等100多个葡萄酒品牌,先后注册54个葡萄酒商标,御马、禹皇、罗山、汇达、红粉佳荣等企业的多款葡萄酒分别获得法国巴黎、里昂、吉伯特等国际性大赛金奖。其中,2017年获得国际性金奖17个。

随着吴忠市酿酒葡萄种植规模的逐年扩大,目前已形成纵贯南北,长约60公里、宽约8公里的绿色长廊,"小葡萄"变成了"大产业",葡萄酒产业已成为吴忠经济社会发展的支柱产业和当地群众脱贫致富的重要途径,葡萄与葡萄酒产业已成为推进吴忠经济健康持续发展的靓丽"紫色名片"。 (企宣)

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

搞好动能转换 依靠科技创新 重建鲁酒竞争力

■ 段文卿

鲁酒无论技术、生产工艺还是产品品质,都有与国家名酒对标的资本;目前几乎所有的鲁酒企业,每家都有自己的经典好酒,鲁酒要充满自信的敢于与国家名酒进行横向对标,从而在消费者心目中建立我们鲁酒的品质自信。

但是应该看到,在消费主权、消费升级的时代背景下,尤其在全国一、二线名酒下沉挤压下,鲁酒发展仍然面临新的更加严峻的挑战。当前,随着时代的发展、市场的竞争,国家名酒企业借助品牌优势,大力生产低度白酒,与鲁酒竞争市场;而鲁酒在低度酒持续创新上还需再添动力,芝麻香、北派酱香和清香型酒还需进一步提高和完善,因此鲁酒要大发展,必须搞好新旧动能转换,依靠科技创新,开拓高质量、具有鲁酒风格特点的好酒,形成新的产品优势,才能提升品牌力,重振鲁酒雄风。

鲁酒,中国白酒版

图中的重量级板块,曾开创酒类央视广告营销先河,名噪多时,并创领低度白酒消费风潮。多年来,山东一直是白酒生产和消费大省。鲁酒作为中国白酒生产的第三极,是中国白酒的重要分支。历史上,鲁酒创造了诸多的国内领先:曾连续十年产量保持全国第一;创造了多项中国白酒酿酒技术标准;也是中国白酒技术专家团队最多的省份;打造了低度浓香产区;开创了中国白酒营销的里程碑。

动能优势

动能是鲁酒发展的驱动力,驱动力的强与弱直接决定了鲁酒发展的质量和速度,在当下鲁酒动能优势的建立主要来自于新旧动能的转换。目前主要表现在两个方面:其一是政府支持和行业引领已成为鲁酒发展的新动能。今年1月22日,由山东省白酒协会主办的"高端鲁酒战略发展联盟"成立大会隆重举行,60余家鲁酒代表企业参会。高端鲁酒战略发展联盟"成立,可以说是继川酒实现战略联合之后,第二个省级白酒板块的联盟组织,并且承诺为高端鲁酒的发展做平台,组织大家走出去,学习先进经验,共谋发展大计;其次是做传播,将成为鲁酒切磋技艺、为发展设计未来的大舞台。

无独有偶,今年3月20日,山东省白酒品牌培育发展联盟成立大会在成都举行。本次活动是由山东省企业技术进步促进中心主办,山东省食品工业协会、山东省品牌建设促进会承办,鲁酒15家骨干企业共同参与。联盟旨在支持鲁酒企业建设国际级和升级创新设计平台,联合组建创新联盟;支持鲁酒骨干企业专业人才培养。支持鲁酒骨干企业编制年度项目导向计划,调整优化技改投资结构,引导企业围绕加快产品升级换代,大力发展"一低两降"白酒(低度浓香、低度芝麻香、降度酱香白酒);深入推进鲁酒骨干企业规范化公司改制,建设鲁酒产业新体系。

山东省糖酒副食品商业协会早就精心布置,将在2018年4月份举办的淄博山东省春季糖酒会上举办"低度浓香白酒高质量发展高峰论坛",届时将组织鲁酒骨干企业紧密围绕低度浓香白酒展开对话和座谈,全面剖析山东低度浓香白酒的形成和发展,并将对未来低度浓香的持续发力做出正确的判断。山东省政府相关领导也多次表示,将大力支持鲁酒发展,为鲁酒发展提供更多的政策扶持,创造一个良好竞争的环境。政府的支持和行业的引领,使鲁酒企业获得了新形势下的动能驱动,为未来鲁酒的更快更好地发展奠定了良好的基础。

另一方面,鲁酒企业内部加强自身的新旧动能转换。所谓新动能是指新一轮科技革命和产业变革中形成的经济社会发展新动力、新技术、新产业、新业态、新模式等。在新一轮科技革命和产业变革中,鲁酒骨干企业不等不靠,积极主动,自我加压、自我调整,在企业不断的变革中获取了源源不断的新的动能优势。为保证企业的技术创新,鲁酒主流企业几乎都建立了自己的科研体系,古贝春集团还建立了全国博士后科研工作站,花冠则建立了全国白酒大师工作站,为鲁酒的不断创新获取科技的支持。

许多企业主动实施技术改造,增加项目有效投资,加快推进企业的转型升级和提质增效;景芝、花冠等则以资产、品牌为纽带,实施兼并重组,提升产业集中度,独立开展资本运作,实现了内涵外延快速增长。在近几年发展中,古贝春、国井、泰山、兰陵等企业加快培植知名品牌,完善创新体系,重点突破包装设计、酿酒工艺、个性化产品设计等关键公关技术和关键共性技术,为企业的创新发展提供了强进的动力;、琅琊台、趵突泉、孔府家、景阳冈、百脉泉、蒙山酿酒等企业,则充分挖掘鲁酒文化,加快酒旅融合发展,开创了鲁酒崭新的局面。

但是,随着鲁酒创新发展的深入和酿酒行业调整带来的变化,许许多多新的动能将被释放出来,鲁酒企业应抓住机遇,加快新旧动能的转换。正像山东白酒协会会长姜祖模说的那样,鲁酒企业时刻应以发展的眼光审视新旧动能转换,在改造升级传统动能时,及时根据技术前沿调整方向,推动新动能的形成,进一步打开鲁酒生产和发展的资源、环境、市场的新空间,把鲁酒生产方式和发展方式提升到一个历史的新阶段。

产品优势

产品优势一直以来是鲁酒赖以生存和发展的原动力,尤其是在黄金10年的发展时期,鲁酒企业以科技为支撑、以市场为方向、以创新为动力,全力打造了一批品质优良的创新产品,鲁酒每个企业都具有属于自己的优质产品,并靠这些优质产品开拓市场、积累实力,获得了充足的发展。

但是,当历史的车轮驶进了新的历史时期,鲁酒内部和外部市场都发生了较大的改变之时,鲁酒原有的产品优势已经受到了严峻的考验,有些优势已经不复存在,有些已经转化为弱势。就山东市场而言,一方面,源于白酒消费快速升级的需求,短短一年的时间,山东市场大众消费已经从几十元,快速升级到百元以上价格带,进入国名酒目前强势的价格带中。"齐鲁大地需要一瓶好(HOLD)酒",这是花冠集团董事长刘念波在2017年重庆全国糖酒会主题峰会上演讲时的疾呼,由此引发了业界广泛关注。这是花冠集团在做了大量市场调研基础上,发自内心的一声疾呼。这一呼声代表了鲁酒人的心声,使鲁酒人更为警醒,同时也催生了高端鲁酒发展战略联盟的成立。

齐鲁大地的好酒,需要我们共同努力,一花独放不是春,百花齐放满园春。每个企业应该打造一款品质可以与高端国名酒媲美的一瓶好酒,这一愿望正在变为现实。目前趵突泉泉香系列,已经在济南广受关注;新一品景芝、国井G系列、古贝春的古贝元酱香新产品、花冠的冠群芳"甲天下"等新时代产品都在代表着鲁酒抢占中高端市场。历史上,鲁酒曾红遍全国;新时代,更需要我们鲁酒人抱团发展,守住鲁酒阵地。需要所有鲁酒人,精益求精,发扬工匠精神,生产出符合人民日益增长美好生活需要的产品。

那么符合人民日益增长美好生活需要的产品究竟要怎么造?著名白酒专家黄业立从技术和实践的结合上给出了答案。他认为,新时代鲁酒优势产品的形成要抓好"四个化":

其一,浓香低度白酒差异化。当前以五粮液为首的名酒企业把开发低度白酒放在重要日程,河南张弓酒厂也重点发展低度酒,浓香低度白酒的同质化对品牌力差的鲁酒是不利的,我们应嫁接芝麻香和酱香等调味酒走复合香差异化的路子为好,很多鲁酒企业成功的经验也证明了这一点。

其二,芝麻香白酒市场化。要根据市场反映的问题,重点解决好适口性和低醉度,不但典型性好,而且口味要适应消费者。

其三,北派酱香绵柔化。我们的酱香酒因环境条件的影响,普遍存在焦香味过重,酒味欠绵柔,适口人群较低。为适应市场,应加强绵柔、幽雅风格的创新。

其四,清香型白酒馥郁化。不但要保持清香型白酒清香纯净、醇柔的风格,而且尽量幽雅丰满。山东"红太阳"酒业能从3000万元的小规模发展到现在近3个亿的规模,靠的就是走了浓香的差异化"复合香"之路。

市场优势

白酒企业的兴衰更替更多的取决于市场的力量。就市场优势而言,鲁酒除了本地市场和家门口市场之外,外部市场除了泰山和孔府家之外,还没有形成自己绝对的优势市场。做好战略规划,并保持战略定力营销模式的不断创新,这是鲁酒在新形势下获取市场优势的必然选择。

在新的形势下,酒企如何能够获得更大的市场优势呢? 国务院发展研究中心市场研究所所长任兴洲认为,除了顺应市场需求,适时开发新产品,及时更新营销模式之外,更大程度上取决于酒类企业对品质消费的把握和追求。 那什么才算品质消费呢?

任兴洲认为,第一,品质消费是指消费的商品和服务的质量,这个质量一定是高品质、高质量的,并且不局限于高端产品,在每一个消费层级上都存在品质消费。第二,不仅能满足消费者物质的需求,更能满足精神的需求。随着生活水平的提高,消费者要求的不仅仅是质量水平,同时还要有精神的愉悦。第三,品质还指消费的氛围和良好的体验。第四,诚实守信,商品可追溯。

另外,针对如何提升酒的品质消费这一点,任兴洲认为,消费者对品质的要求贯穿于产品的整个生命周期,任何一个环节出了问题都不行,一直到消费周期结束都要有很好的售后服务,这才是真正的品质消费。品质消费是经济高质量发展的内在要求。品质消费,一方面满足人的全面发展,一方面实现经济的高质量发展。就鲁酒而言,要占领品质消费的新领域,就是要发扬工匠精神,提高品质,坚持品质、品牌、品种的"三品"发展战略;进一步细分白酒品质的消费市场,合理的性价比,针对每一个消费档次精准对接产需。在战略层面做好取舍、聚焦、差异化等选择,做好竞争中的优势占位,故此明确战略规划并保证落地执行才能使鲁酒获得永不枯竭的市场优势。

第七届中国青年侍酒师团队赛举办

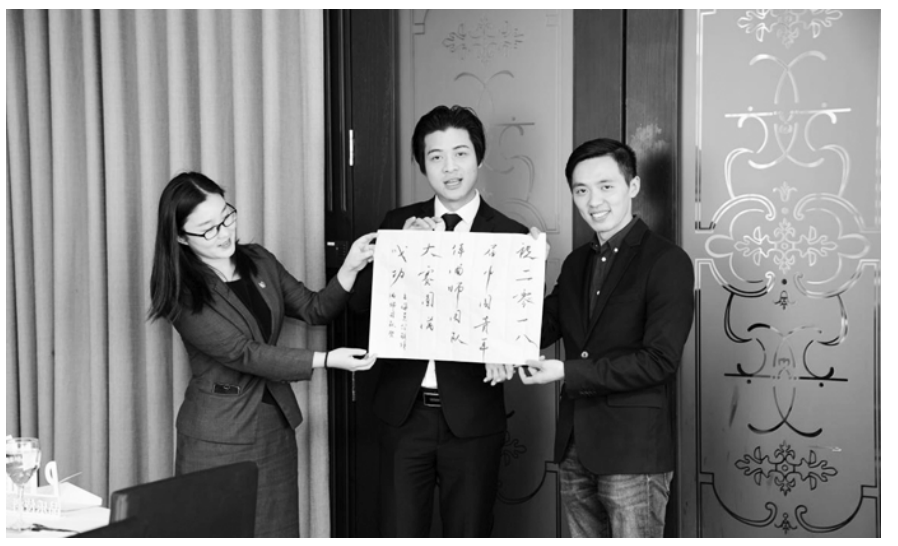
■ 刘保建

近日,"第七届中国青年侍酒师酒水服务培训及团队大赛"(简称"中国青年侍酒师团队赛")在上海举办。

中国青年侍酒师团队赛由 "中国侍酒师之父" Tommy LAM教授在2011年创办。2009年,他还创办了中国侍酒师大赛,这既是中国第一个为侍酒师举行的专业比赛,也是侍酒师职业开始在中国逐渐被大众所熟知的开始。

此前,Tommy LAM教授在大赛中发现,参赛的人并没有太多新面孔,他开始担心中国侍酒师行业的未来是否会青黄不接,甚至后继无人。因为酒店和餐厅中的专业侍酒师大半都是外籍人士,国内的优秀侍酒师屈指可数,地位也并不稳固。

此后,他便创办了"以入行餐饮界不久的年轻人为中心,用比赛来提高他们对侍酒师行业兴趣"的中国青年侍酒师酒水服务培训及团队大赛,目标是让年轻人在工作岗位上能更上一层楼,并且用团队概念来凝聚他们的团队精神。



7年,侍酒师队伍不断壮大

第一届中国青年侍酒师团队赛的冠军是由 Richard Liu 带队的上海世茂皇家艾美酒店,第二届的冠军是2011中国侍酒师大赛冠军李美玉带队的北京柏悦酒店。第三届的规模已经扩大到全国6个分区赛,24队,每队4人,共96位中国青年侍酒师参赛,上海 Jean-George 法餐厅摘得桂冠。第四届中国青年侍酒师团队赛决赛于2015年4月在青岛举行,由郭莹带队的上海浦东四季酒店夺冠。

到了2016年,赛前培训已经扩大到43个城市,200多家酒店和餐厅,1600多位在职餐饮人员参与,每个人都接受了超过6小时的专业培训,以及酒店餐厅的内部培训;最终由赵怀强带队的上海浦东文华东方酒店夺得冠军。

2017年,来自全国6个赛区21支侍酒师团队,经过41场培训(覆盖超过60个城市),超过2000名来自258家酒店或餐厅的青年酒水服务精英积极参加,与12名来自世界各地杰出的侍酒大师和资深葡萄酒行业人士共同完成一场专业而又精彩的大赛。最后,由赵怀强带领的上海莫尔顿队夺得冠军,广州富力君悦大酒店和L'ATELIER de Jo l Robuchon Shanghai分别获得亚军和季军。

2018年,再次升级

值得注意的是,第七届青年侍酒师团队赛将首次拓展覆盖到16个分赛区,其中还包括中国香港、澳门和台湾。

本次发布会上,上届冠军队伍领队赵怀强 Tansy ZHAO 和季军 L'ATELIER de Jo?l Robuchon Shanghai 团队分享了比赛经验。

侍酒大师 & 葡萄酒教育家协会认证讲师 Michael Jordan MS 表示,"中国侍酒师的勤奋和热情令我非常激动,他们只需要时间和历练,年轻已赋予他们无限权利。"

据了解,今年的比赛会与2017年有很大区别,赛前培训城市增加至53个,包括了港澳台;分赛区从原来6个增至16个,课程时间也会提早;复赛决赛结束后,在决赛地点会有两个全天的培训,队员通过考试后能取得初级侍酒师的证书,决赛前三名的队伍都将获得深入产区(波尔多,露西龙,奥地利)的参观游学。