



酒业周报

茅台集团董事长袁仁国出席博鳌亚洲论坛

博鳌亚洲论坛作为2018年广受关注的国际性会议,各界精英云集海南博鳌。茅台集团董事长袁仁国作为中国企业代表之一,出席博鳌亚洲论坛,并参加一些分论坛的讨论。

袁仁国应邀作为对话嘉宾,在BFA国际会议中心一层东屿大厅B参加“从‘大’到‘伟大’:企业的蜕变”主题讨论。同时,袁仁国在国际会议中心BFA主会场参加博鳌论坛开幕式后,在龙潭岭博鳌国宾馆5号楼多功能厅AB厅参加“中外企业家座谈”。

今世缘 2017 营收 29.52 亿元 同比增长 15.57%

4月9日晚间今世缘(603369)发布2017年度报告,报告期内,公司实现营业收入29.52亿元,同比增长15.57%;实现归属于上市公司股东的净利润8.96亿元,同比增加18.21%,超额完成了年度经营目标。

宜宾官方支持五粮液 2019 破 1000 亿 2025 冲世界 500 强

记者获悉,宜宾市委、市政府最新出台了《中共宜宾市委、宜宾市人民政府关于进一步支持五粮液集团公司做强做优做大的实施意见》。

《实施意见》不仅明确确定了对五粮液发展目标的时间进度表,而且还专门成立了高规格的领导小组,并在做强做大核心主业、促进多元化发展、明确公司治理结构、积极主动的创新发展方向等核心内容做了具体规划。

首先,宜宾市委、市政府拍板定调“最强信号”——千亿白酒产区助力打造千亿白酒企业。

其次,官方层面针对五粮液制定出了专门的“时间路线图”:

到2019年,五粮液集团公司销售收入突破1000亿元,进一步巩固中国酒业大王地位;

到2022年,五粮液集团公司销售收入突破1300亿元;

到2025年,发展成为国际一流名酒企业和国际化世界级企业集团,力争进入世界500强。

再有,宜宾市委、市政府对于五粮液集团持续发展的大期待、大战略。

对于五粮液,成功实现“千亿目标”只是第一阶段的小目标,更核心的是,通过持续发展,让五粮液的品牌价值和企业规模从国内市场跃升到国际舞台,五粮液集团要成长为世界级的一流名酒企业、国际化企业集团,凭借综合的企业实力和品牌影响力冲刺“世界500强”新目标。

小糊涂仙 典藏新品上市签约

4月10日,广州花都云峰大酒店举办盛大的小糊涂仙·典藏新品上市暨首批合作伙伴签约仪式,经过严格挑选的来自浙江、江苏、上海、山东湖南等地30多家经销商踊跃参与,力图成为打造典藏新品渠道的核心中坚力量,成为典藏立足市场沟通消费者的核心主力,成为小糊涂仙引爆市场的重要驱动力。

此次上市的典藏新品,是继小糊涂仙经典大单品普仙之后重点打造的又一个战略大单品。(综合)

中国酒周刊 设立信息采集中心 邀请书

为了进一步拓展信息采集渠道,聚集、整合有效资源,形成报企联动的快速机制,本刊决定:在全国各地设立信息采集中心(站),业务范围包括信息采集、运营代理、征订发行等。凡有意愿担任“中国酒周刊信息采集中心”重任的有志之士,请将个人简历和联系电话等信息,发至邮箱3086645109@qq.com,具体商谈工作流程和相关待遇。

邀请热线:13980606808

蓄力葡萄酒种植 长城跑出“超速度”

李冰玉

近日,葡萄酒酿酒大师、长城葡萄酒酿酒总顾问、桑干酒庄首席酿酒师米歇尔·罗兰再次来到中国,到访东方名庄长城桑干酒庄与中粮酒业副总经理、长城酒事业部总经理李士伟一同工作并视察了酒窖。不难看出,在种酿环节方面,中国长城葡萄酒似乎准备“放慢脚步”,精心酿造东方味道,以此谋求更长远、更稳健的未来。

在媒体见面会上,罗兰谈到,“八年来我不断向长城酿酒师团队传达,不要着急,最重要的要拥有很多耐心,研究土地和葡萄酒品种在产区上的表现,这一切都需要时间的积累。”

罗兰: 八年的努力 惊喜就要来了

罗兰是世界级酿酒师,为全球200多个酒庄担当顾问,最擅长酿酒葡萄的调配和混合,他提供的葡萄酒品种调配的建议,往往能大幅提高葡萄酒的品质。

八年前,出于对酿造葡萄酒理念的认同,长城葡萄酒与世界级的酿酒大师罗兰强强联手共同为打造中国最具特色的葡萄酒而努力。罗兰每年都会来长城旗下的酒庄工作,亲自查看酒窖、视察葡萄园并与长城的酿造技术团队进行沟通和讨论,指出当年葡萄酒种植与酿造的特点。在其指导下,长城桑干酒庄、长城五星等产品凭借其产品的卓越品质,作为国宴标配,频频代表中国款待世界。

罗兰表示,过去的十年,中国葡萄酒市场一直在前进,变化、发展速度非常快。快肯定是一件好事,这说明中国的葡萄酒同行一直在不断努力,而且通过多年来从技术、品牌、消费者教育等方面的不断培育,现在的中国葡萄酒市场已经成为世界葡萄酒市场中最为重要的市场之一,具有很大的影响力。

但是作为一个有理想的酿酒师,罗兰说:“从酿造方面讲,快又不见得是件好事情,因为当市场变得越来越大、越来越快时,对一个有责任的品种,对一个有理想的酿酒师的考验也就来了,因为酿酒不能和时间赛跑,酿酒需要安静的时间来沉淀。这八年来我一直和长城的酿酒师沟通此事,并且通过八年的努力和积累沉淀,我相信在不久的将来我们会给世界葡萄酒同行一个惊喜,给中国葡萄酒同行一个大大的惊喜。”

罗兰表示,目前中国葡萄酒市场的成熟度发展也非常快,在个别地区消费市场和消费者专业度已经很国际化了。所以中国市场未来会需要大量的酒质有保证的葡萄酒,这



也是消费升级的必经之路。

“坚持了解、研究自己的风土,了解自己的风土和特点是现阶段中国葡萄酒从业者最应该做的事。”罗兰强调,“不要着急,要拥有更多耐心,研究土地和葡萄酒品种在土地上的表现,这一切都需要时间的积累。”

李士伟: 消费者对产区的认可已成趋势

中粮酒业副总经理、长城酒事业部总经理李士伟清楚地知道,长城葡萄酒品牌战略的第一位是回归产品,通过产品和产区双轮驱动,使国产葡萄酒在品质上向国际一流进行全方位的对标和发展,长城要代表真正的葡萄酒超级品牌和品质保证,但每个子品牌,每支单品的个性和特点要根植于所属产区和品种特质,有了好产品、战略明确后,我们要成规模、持续、长期地进行品牌投入。

据记者了解,长城葡萄酒已经在宁夏贺兰山东麓产区、蓬莱海岸产区、沙城怀涿盆地产区、昌黎碣石山产区等国内知名产区实现了产区布局。春季糖酒会长城的千商大会上,李士伟推出的五大战略单品就是长城子品牌化发展的,具有产区特点的超级单品牌。长城首次将目光聚焦到国内风土,推出以产区为基础、极具风土特色的子品牌群。其中桑干、五星、华夏、天赋、海岸的产区概念已经非常清晰,整体的品牌价格体系也已划定。

“春糖推出的五大战略单品只是长城战略单品群的开始,未来长城还会在一百元左右打造一款大单品,在新疆产区也会打造一款战略单品,今年一定会和消费者见面。”李士伟表示,长城会根据产区和价位段等多个维度打造单品,但是子品牌品牌化发展模式已经确定。

目前中国葡萄酒市场处在一个不断发展和演变过程中,消费者对葡萄酒的认知越来越多,对产区概念不断加深。而产区概念也是国际上比较成功的发展案例,比如喝法国酒就会想到波尔多,喝美国酒就会想到纳帕,所以中国葡萄酒的发展产区概念极为重要。

纵观长城葡萄酒近年的动作,便可发现其对品质的不懈追求、对产区的执着。要做出好的产品、特色产品,关键是要发展好产区,打造出特色产区。将结合各产区的风土文化特点和当地最适宜种植的葡萄品种,在符合中国人消费特点的基础上,酿造出中国消费者更加喜爱的优质特色葡萄酒。

在中国消费者都知道新疆山东的苹果好、内蒙古甘肃的土豆好,消费者心里明白也非常注重产区这个“根”,葡萄酒也一样,在这一方面,红色国酒长城已经开始发力。

“放慢脚步”更能跑出超速度

实际上,罗兰的“不着急”,足以让人窥见中国长城的耐心、耐力以及对产品品质的

不懈追求。

要想更为直观地感受长城葡萄酒对品质的追求,我们可以将视线转向其酿酒师团队。近年来,中国长城不仅注重对酿酒师的专业培养,更让他们与大师对话,从田间走向台前、走向国际,从而具备国际视野与水平。目前,这支77人左右的酿酒师团队实力已不可小觑,他们年富力强,水平高、上进心强。

不难发现,八年来长城在种酿环节放慢脚步正是中国长城蓄力的体现,此时的长城更能酿出极具东方特色的美酒佳酿、更能跑出让世界震动的超级速度。

其实,这也透露出中国长城的底气与自信。目前,中国葡萄酒已有93分的酒款,未来时间长城葡萄酒的目标是拿出更高分的产品来。记者注意到,向来“不着急”的罗兰也提出,长城葡萄酒在不久的将来要酿出国际认证的95分以上酒款。对于这一要求,罗兰似乎胜券在握。

而李士伟则更为直接地说:“未来中国最好的葡萄酒一定是长城酿造出来的,对此我们信心十足,长城也一定会震惊世界葡萄酒行业。”

有了中粮集团的全力支持,清理低效产品、占位红色国酒、推出五大战略单品等系列活动作之后,长城葡萄酒已迸发出不可阻挡的发展之势,在其带动下,国产葡萄酒回暖之势更为明晰。我们有理由相信,中国葡萄酒整体的伟大复兴和伟大崛起已经开启。

提升价值和影响 2018 上海金樽酒品大赛谋求创变

李玉友

日前,2018上海金樽酒品大赛组委会邀请市区有关酒类协会、连锁协会、餐饮协会以及骨干经销商、渠道商、媒体等专家、负责人召开大赛方案研讨会,就新的一年上海金樽酒品大赛如何提升大赛品牌影响,增强活动价值效果,打造上海酒类大赛标杆进行了深度讨论和研究。

出席会议的领导、专家、嘉宾具有广泛性、代表性。上海市酿酒专业协会、上海糖烟酒茶商业行业协会、上海连锁经营协会、上海市餐饮烹饪行业协会、上海市酒类产品质量检验中心有限公司、浦东新区酒业协会、宝山区酒业协会、嘉定区酒类企业协会、闵行区酒业协会、上海吴淞港酒类贸易服务中

心、上海酒育文化传播有限公司、上海企业竞争力研究中心、家乐福、锦江麦德龙、卜蜂莲花、大润发、沃尔玛、联华超市、华联超市、欧尚、上海酒业诚信通、金耀征信以及媒体等单位出席会议。

大赛活动组委会主任、上海企业竞争力研究中心理事长刘荣明主持会议。

此次研讨会于2017年大赛活动情况进行了回顾总结,对当前酒业新的消费方式、营销模式、新技术应用、市场趋势进行了深入研讨,对秘书处提出的2018年活动方案进行了认真讨论和修改。会议一致认为金樽大赛作为上海酒业市场专业活动,以大赛为载体,在宣传酒业品牌,弘扬酒文化,激活酒业市场,满足美好生活追求等方面起到了积极作用,受到了企业和

消费者的欢迎。同时,会议建议2018年将在原来活动基础上,进一步提升大赛品牌的高度和影响力,增强活动的市场价值和效果;进一步增强大赛专业性、权威性、综合性,拓展活动的领域深度;进一步扩大活动的广度,吸引更多酒企、爱好者、消费者广泛参与进来,加大活动品牌宣传力度、广泛造势,让金樽大赛活动成为行业标杆。

据悉,2018年上海金樽酒品大赛方案将在充分听取企业意见完善的基础上,于4月底正式启动。

上海金樽酒品大赛是由上海市酿酒专业协会、上海糖烟酒茶商业行业协会、上海市酒类产品质量检验中心、上海企业竞争力研究中心以及浦东区酒协、宝山区酒业、

闵行区酒协、嘉定区酒协和相关媒体等13家酒业组织发起,是上海市酒类市场最具影响力和权威性的综合性大赛活动,旨在弘扬酒文化,推荐扶持真货优质产品,营造良好消费环境,打造上海酒类市场酒文化标杆高地。迄今,上海金樽酒品大赛已成功举办了八届,2018年将迎来第九届大赛盛会。

“新时代、新作为、新气象。上海金樽酒品大赛作为上海酒业节重要活动之一,我们将秉承‘创新、提升、共赢、发展’的办会理念,不忘初心,起航新时代,着力提升大赛活动的品牌、影响力核心价值,打造有高度、效果强、影响大的上海酒业大赛标杆品牌。”大赛活动组委会执行主任、上海企业竞争力研究中心主任范林根如是表示。

葡萄酒《品酒师》国家资格鉴定在银川启动

4月9日,由中国酒业协会葡萄酒分会主办,宁夏酒业协会承办的葡萄酒《品酒师》国家职业资格一、二级鉴定工作,在宁夏银川正式开始。

中国酒业协会常务副理事长王琦,宁夏酒业协会会长强振平,宁夏酒业协会葡萄酒分会会长马永明,中国葡萄酒技术委员会主任、国家葡萄产业体系首席科学家段长青教授,中国葡萄酒技术委员会委员张春娅女士出席开幕式,开幕式由中国酒业协会葡萄酒分会副秘书长火兴三主持。

宁夏酒业协会会长强振平致欢迎词,他代表承办单位宁夏酒业协会,热烈欢迎大家来自全国各地参加培训的技术人员,并祝愿大家学有所成。

中国酒业协会常务副理事长王琦作主旨讲话,他从葡萄酒行业的新时代、新机遇

和新作为三个方面谈起,对参加培训的人员提出了三个希望:1.认真学习、抓住这次难得的学习机会;2.利用培训的平台,加强产区、

企业间的技术交流;3.鉴定结果只是手段,目的是不断提升自身的技术水平和综合能力。

来自宁夏、新疆、广东、浙江、贵州和四川等19个省、自治区、直辖市111个单位的183名技术人员参加此次鉴定工作。(刘保健)

实现线上线下融合
找链酒科技

链酒
股票代码:8308713.00

区域代理商招募中

联系人:邢先生
联系电话:13241122699
企业电话:400-6368-919
邮箱:mayaleng@lianjiutech.com
北京市中关村科技园创新大厦611号

佳池股份
GARTCHEE
中国白酒文化推动者

免费400服务热线
400-090-8939

股份代码:880051
www.gartchee.com

中国酒周刊
设立信息采集中心
邀请书

为了进一步拓展信息采集渠道,聚集、整合有效资源,形成报企联动的快速机制,本刊决定:在全国各地设立信息采集中心(站),业务范围包括信息采集、运营代理、征订发行等。凡有意愿担任“中国酒周刊信息采集中心”重任的有志之士,请将个人简历和联系电话等信息,发至邮箱3086645109@qq.com,具体商谈工作流程和相关待遇。

邀请热线:13980606808