

长城荣耀四十年 红色国酒新征程

2018 年度长城葡萄酒千商大会在深圳圆满召开

■ 孙文东

“历史,总是在一些特殊年份给人们以汲取智慧、继续前行的力量。”

2018 年,中国迎来了改革开放 40 周年。从 1978 年开始,中国开启了改革开放历史征程,40 年众志成城,40 年砥砺奋进,40 年春风化雨,中国人民用双手书写了国家和民族发展的壮丽史诗。

近日,长城葡萄酒在改革开放最前沿阵地深圳举办以“长城荣耀四十年,红色国酒新征程”为主题的 2018 年度经销商大会。这次大会不仅是对长城葡萄酒过往四十年进行总结与回顾,更是致敬改革开放四十年的一份献礼。四十年前,长城葡萄酒承大国重任而生,四十年后,长城葡萄酒肩负起国酒重任,在新的历史起点上再出发。

中国酒业协会常务副理事长王琦,中国食品工业协会党委书记马勇,中国食品工业协会葡萄酒专业委员会秘书长杨强,中粮酒业党委书记、董事长王浩,中粮酒业副总经理、中粮长城酒业总经理李士伟,中粮酒业专职股权董事彭勃,中粮集团安全管理部总监陈志刚,中粮集团资本运营部品牌与科技管理部副总经理陈青,中粮营养健康研究院副院长许志强等嘉宾出席大会。

以“风土”为根, 2019 年打造文化长城

伴随着 40 年的改革开放历程,中国葡萄酒产业获得长足的发展。数据显示,1978 年,中国葡萄酒总产量 5.81 万千升,而 2017 年中国葡萄酒总产量增长了 36 倍,在国家产业政策的支持下,葡萄酒产业持续快速的发展,其中以长城葡萄酒为代表的领军企业为中国葡萄酒行业添下了浓墨重彩的一笔。

与国同行,与国共生。2018 年,是长城葡萄酒的高光之年,这一年,长城葡萄酒以壮士断腕的勇气进行了大刀阔斧的改革,立足产区,聚焦风土,致力于打造世界葡萄酒第三极,升级五大战略品牌,剑指 50 亿……

中国食品工业协会葡萄酒专业委员会秘书长杨强表示,长城 40 年发展历史是我国葡萄酒产业发展的重要缩影,葡萄酒作为生态、绿色、可持续发展的朝阳产业,要坚持可持续发展的创新驱动发展,严守食品安全底线,为消费者奉献口味丰富、种类齐全的葡萄酒美酒,为国家经济建设创造更多的效益。长城葡萄酒以领军者的担当带动中国葡萄酒产业健康



发展,也会继续在为消费者奉献更多更好的产品。

中粮酒业党委书记、董事长王浩表示,2018 年是长城战略升级元年,红色国酒长城在今年踏上新征程。他重点提到,“长城葡萄酒是中粮酒业最为期待和重点发展的核心业务,中粮酒业对于做大、做优、做强长城葡萄酒业务充满信心,我们坚信长城葡萄酒一定能够扛起民族品牌振兴的重任,不负品牌强国的历史使命。”

“改革开放的 40 年是中国盛世,也是中国葡萄酒的盛世。”中粮酒业副总经理、中粮长城酒业总经理李士伟表示,“整个国家庆祝 40 年改革开放的大幕已经全面展开,长城葡萄酒在今天召开全国经销商大会,是向改革开放致敬,也是向长城 40 年的发展致敬。”

今年是中国改革开放的历史性时刻,也是长城葡萄酒荣耀 40 年发展的关键时刻。李士伟为长城葡萄酒定下了“扎根风土,打造文化长城”的总发展战略。“中国葡萄酒的崛起,离不开中国风土和中国文化。风土是根,文化是魂,这个奠定了中国葡萄酒的过往,也昭示了中国葡萄酒的未来。”

“2018 年,长城葡萄酒打造了五大战略单品,升级五大战略品牌,长城葡萄酒要走出

过往单纯依赖渠道的做法,未来要形成产品品牌渠道三方合力,使长城突破 20 亿的基础上,向更高的高峰迈进。”李士伟表示。

在具体战略上,文化长城战略是长城葡萄酒的一大关键。“中国有悠久的历史 and 灿烂的葡萄酒文化,中国长城葡萄酒是中国文化的弘扬者,五大品牌代表了五种风土,2019 年长城葡萄酒将以多种形式打造文化长城,例如文化长城主题活动、长城葡萄酒学院、文化长城主题酒庄游等。”李士伟介绍道。

除此之外,走向二三线城市、餐饮渠道的发展也将从实际策略层面支持长城葡萄酒 2019 年发展大策。

李士伟强调,“长城葡萄酒和经销商伙伴要坚决地走向二三线城市,那里是葡萄酒真正的主战场。此外,长城起步于餐饮渠道。近两年,葡萄酒消费在餐饮渠道有回暖趋势,长城葡萄酒和经销商伙伴要坚决地回归餐饮渠道。”

长城首款生肖纪念酒发布 五大品牌并驾齐驱

在五大战略品牌中,长城五星的发展一直备受关注。在 2019 己亥猪年来临之际,长城五星献上开年大作,发布猪年生肖纪念酒,

传承生肖文化,诠释中国味道。长城五星猪年生肖纪念酒采用定制金猪瓶,搭配创新双开门中国红礼盒,寓意“诸事亨通开门红”。

据悉,这是长城葡萄酒首款猪年生肖纪念酒,在未来的品牌战略上,长城葡萄酒将进一步充实旗下产品的高端矩阵,推动市场和消费者对长城葡萄酒的高品质、大品牌更深入的了解。

作为长城葡萄酒首个生肖纪念酒的推出品牌,长城五星的战略地位可见一斑。事实上,长城五星过去一年的成绩也足够惊艳。据透露,长城五星的销售额预计到今年年底将达到 2017 年的两倍。今年,长城五星客户数量增长迅猛,在区域拓展、渠道下沉、终端扩张上都有亮眼的表现。

除了长城五星外,会上,长城葡萄酒旗下长城桑干、长城天赋、长城华夏、长城海岸四大品牌产品经理均做了总结报告,有业内专家表示,这一形式表示长城葡萄酒 2019 年品牌驱动战略明确。

2018 年,长城葡萄酒载誉满满,这些成绩的取得,离不开长城葡萄酒经销商的共同努力。活动期间,长城葡萄酒为感谢经销商多年来的一路同行,特别为经销商合作伙伴颁发了中粮长城 2018 年度战终端奖、中粮长城 2018 年度战略合作伙伴奖、中粮长城 2018 年度新锐经销商奖、中粮长城 2018 年度最佳经销商、中粮长城 40 年荣耀经销商五项大奖,以表彰在长城葡萄酒这一年发展过程中,表现优秀的经销商们。

四十年峥嵘岁月,四十年砥砺前行,伴着改革开放大潮,长城葡萄酒风华正茂。站在 2018 年的年末,长城葡萄酒积蓄力量再出发!

1-11 月全国酒类产量:

葡萄酒下滑 7%

白酒产量 802.2 万千升

啤酒产量微跌 0.3%

据国家统计局数据,2018 年 1-11 月,全国白酒(折 65 度,商品量)产量 802.2 万千升,累计增长 2%,其中 11 月份实现产量 86.8 万千升,同比增长 2.4%;全国啤酒产量 3652.1 万千升,累计下滑 0.3%,其中 11 月份实现产量 189.1 万千升,同比增长 1.9%;全国葡萄酒产量 58.1 万千升,累计下滑 7%,其中 11 份实现产量 7.5,同比下滑 13.8%。

“亲民惠民” 茅台酱香系列酒的核心宗旨

近日,茅台王子杯·茅台迎宾杯第二届中国美丽乡村广场舞大赛总决赛在贵州仁怀市举行。贵州茅台酒股份有限公司副总经理、贵州茅台酱香酒营销有限公司董事长李明灿在接受新华网专访时表示,茅台酱香系列酒的核心宗旨是“亲民惠民”,致力于为普通的百姓家庭提供实实在在的优质实惠产品。茅台希望通过广场舞这种百姓喜闻乐见的运动,更加了解百姓生活,将茅台酱香酒带入寻常百姓家。

十二字方针、两大核心、六大行动 五粮醇 2019 品牌营销升级升级

日前,精耕细作树品牌,共商共建享未来五粮醇 1218 营销工作交流会在宜宾隆重召开!

五粮液集团有限公司党委副书记邹涛、五粮醇品牌营销有限公司总经理田常春等相关职能部门领导出席会议。来自全国各地的五粮醇品牌全国优秀运营商代表及行业媒体参加会议。

作为“4+4”五粮系品牌体系中的核心系列酒品牌,五粮醇始终以打造小康生活用酒第一品牌为己任,立将成为现代消费者最求品质生活健康饮酒的新选择。

打造邛酒产业交流平台践行 白酒国际化

为探索出中国白酒的国际化发展之路,打造从研发、生产、销售、流通、金融全方面的综合性服务平台,推动邛崃白酒产业创新发展。中国白酒学院国际学院、邛崃市白酒创新发展领导小组等机构终于发出了重要的声音,于 12 月 23 日——24 日,在菁蓉谷(邛崃市平乐镇迎宾路 99 号)召开中国(邛崃)首届国际酒文化交流大会。

挖酒网与搬酒网 战略合作发布会北京举行

12 月 20 日,北京,进口葡萄酒行业近几年成长迅速的两家企业挖酒网和搬酒网,正式达成战略合作意向。中国酒类流通协会副秘书长王祖明、挖酒网创始人李猛、搬酒网创始人戴航及众多行业知名人士及新闻媒体出席发布会。

当天的发布会上还推出了双方达成战略合作后第一个项目:1.5 升猪年生肖礼盒。该产品由搬酒网出品、挖酒网负责全渠道销售。发布会当天,这款被现场嘉宾誉为“时尚感与传统文化完美结合”的生肖礼盒在挖酒网正式上线预售。

意大利本土葡萄酒消费回暖 消费量 5 年增长近 8%

近日,在罗马的“葡萄酒市场与葡萄园创新”会议上,意大利农场主协会(Coldiretti)通过分析国际葡萄酒组织(OIV)的数据,发布了最新的研究结论:近五年来,意大利本土葡萄酒消费量增长了近 8%。意大利本土葡萄酒消费已渡过低迷期,正在迎来国内葡萄酒市场的春天。

据数据显示,2017 年意大利国内葡萄酒市场消费量达到了 22.6 亿升,位列全球第三位。排在第一位的是美国市场,消费葡萄酒约为 32.7 亿升,在过去 5 年中增长了约 5.7%。排在第二位的是法国。2017 年,法国市场消费葡萄酒约 27 亿升,但是法国市场消费量在过去 5 年中降低了 2.8%。德国市场以 20.1 亿升葡萄酒的消费量位居全球第四,但整体市场发展停滞不前,过去 5 年中略降 1.3%。

(综合)

汇聚金三角 探寻源动力

2018 白酒酿造行业生态赋能大会在蓉举办

日前,由中国酒业协会主办、四川中国白酒金三角发展研究院、四川中国白酒金三角酒业协会协办、四川省酒业集团承办的“2018 白酒酿造行业生态赋能大会”在成都举行。

国家商务部、工业和信息化部、国务院国资委、中国西部研究与发展促进会、中国商业联合会以及省、市相关部门负责人、中国白酒专家、中国知名白酒企业相关负责人以及国内外知名高校学者共计两百余人参加了会议。

本次会议以“汇聚金三角 探寻源动力”为主题,与会人员就目前国内白酒生产发展所遇到的问题以及如何为中国白酒酿造行业生态赋能进行了深入研讨。

中国酒业协会副理事长兼秘书长宋书玉表示,今年年底,中国白酒产业继续向好的发展,产业集中度和品牌集中度进一步提高,规模以上企业进一步增长,优质名酒品牌的利润在进一步增加。同此同时,也要承受原材料、能源、劳动力成本大幅上升的压力和努力适应食品安全、环境保护、消费升级等诸多压力,宋书玉在现场通过“坚持守得住、坚持沉得下

来、坚持敢于闯”对中国白酒产业提出了诚挚的发展建议。

成都市人民政府副秘书长刘兴军在发言中指出,2017 年成都市全市酿酒总产量 15 万千升,规上酒企完成主营业务收入 75.2 亿元,实现利税 16.2 亿元,实现利润 8.2 亿元。当前,成都正加快建设全面体现新发展理念的城市,经济发展进入了新常态,产业发展从中高速向中高端演变,发展动力从要素驱动向创新驱动转换,这为加快形成成都白酒产业生态圈提供了难得的发展机遇。成都将充分发挥“主干”引领辐射带动作用,通过在贸易结算、品牌推广、文化创意、体验消费等领域为川酒提供平台和渠道支持,与其他主产区错位协同,共同助推川酒振兴发展。

四川中国白酒金三角酒业协会副会长张玉山表示,此次聚首共同讨论“白酒行业赋能”,目的就是为寻找白酒行业高质量发展的“助推器”。大家所凝聚的智慧,所贡献的力量必将对促进和释放全国白酒产业增长潜力起到重要作用。

张玉山认为,“生态赋能”是一种新的发展模式,其核心要义是“构建生态、赋能发展”,其核心重点是生态构建。为白酒产业“赋



能”,关键在于处于行业重要环节的各要素主体,能够通过更高效的机制与服务为产业升级发展提供更大的助力。行业协会以服务、协调、监督为职能,构建行业间互信、包容、合作、共赢的协作经济模式,实现行业的公正与自律,是政府、企业、市场间的重要桥梁与纽带。

川酒集团党委书记、董事长、总经理曹勇在现场通过“四个致力”明确了川酒集团的发展方向——致力于深耕白酒产区,酿造优质白酒;致力于丰富产品体系,打造品牌矩阵;致力于引领科技研发,创新白酒表达方式;致力于构建共享平台,推进竞合发展,希望通过川酒自身的努力,为中国白酒产业发展贡献川酒力量。

江南大学副校长徐岩先生作了《中国白酒品质的内涵之美》的主题演讲,中国食品发酵工业研究院标准与信息发展部副主任钟其

顶先生与今日头条华东营销中心策划总监李冰先生等业内专家分别从白酒品质提升技术的发展和酒类消费偏好大数据等方面进行了全面细致的阐述与解读。

2018 年,中国白酒产业经历深度调整后,产业经济恢复性增长取得了阶段性成果。人民生活水平的改善和提高,对白酒品质提出了更高的要求。高品质原酒是打造顶级白酒的基础,特殊的气候、土壤、水质赋予了四川盆地不可复制的产区优势,而上千年的酿酒历史和独具匠心的工艺传承,使得四川产区的原酒始终处于行业领袖地位。

此次白酒酿造行业生态赋能大会的召开,对于未来几年观察中国白酒经济发展趋势具有引领和风向标意义。川酒集团用创新思维开行业之先,通过产融结合模式助力企业改革,对于白酒行业的未来发展具有积极良好的示范效应。(酒协)

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。

凡有意承担设立“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

实现线上线下融合 找链酒科技

链酒 品牌联盟

股票代码:8328713.00

区域代理商招募中

联系人:邢先生
联系电话:13241123699
企业电话:400-6368-919
邮箱:nayafeng@lianjiutech.com
北京市中关村科技园科创大街 1 号

佳池股份 GARTCHEE
中国白兰地文化推动者

股份代码:880051
www.gartchee.com

免费400服务热线 400-090-8939