

G·R 官荣总评榜 | 50-100元产品鉴赏

十年老白汾酒



酒度:53%vol
香型:清香型
G·R 官荣评分:83
年份指数:4
原浆指数:5
甜爽度:3
原料:纯净水、高粱、大麦、豌豆
生产厂家:山西杏花村汾酒厂股份有限公司

G·R 酒评:此款酒纯正的清香,清澈的酒液,令人产生举杯的欲望,醇和不刺激的口感让人倍感舒适,回味余长,悠悠余香仿佛让人感受到中国传统白酒文化的积淀与传承,这是一款风格突出的性价比较高的白酒。

茅台迎宾酒



酒度:53%vol
香型:酱香型
G·R 官荣评分:87
年份指数:4
原浆指数:4
甜爽度:3
原料:水、高粱、小麦
生产厂家:贵州茅台酒股份有限公司

G·R 酒评:这款酒香气很内敛,尝其滋味能够感觉到丰满厚实,其酸度颇高,使得酒味绵长,饮后口腔内残留的酱香气味让人舒适愉悦。

茅台集团
经典品位 8T

酒度:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:86
年份指数:1
原浆指数:4
甜爽度:3
原料:水、高粱、小麦、大米、玉米、糯米

G·R 酒评:贵州茅台酒厂(集团)习酒有限责任公司

专家评语:这款酒是非常有个性的酒体。多粮香气使之极具档次,酒体清爽醇甜,回味干净,是一款香味协调的佳酿。

每句金言有醇香
——诠释中国酒业领袖的心声

●湖北稻花香集团党委书记、终身名誉董事长蔡宏柱



●劲牌有限公司董事长吴少勋



●五粮液集团党委书记、董事长李曙光



●江苏洋河酒厂股份有限公司董事长,党委书记王耀



●泸州老窖股份有限公司党委书记、董事长刘森



●郎酒集团董事长汪俊林



●湖北稻花香集团董事长蔡开云



●山西杏花村汾酒集团有限责任公司董事长李秋喜

■ 许强 谭儒

2018,对于中国白酒注定是一个丰收的年份,高歌猛进的年份,市场跌宕起伏、波谲云诡,有思想的品牌挣盆满钵满,表现出了强劲的增长劲头。在酒业复苏和消费升级的带动下,白酒的品质和品牌上了一个新台阶。

2018 年,对于中国白酒注定是一个风云变幻的年份,茅台高层调整,各种传闻风吹云

散;毛铺苦荞酒如一匹黑马,带动了湘楚白酒大进攻。

2018 年,茅台、五粮液开启了向千亿目标奋进巨轮,而保健酒的探索者——劲牌在“控销量、增存量、抓质量、提效益”十二字指导方针指导下,脚踏实地,砥砺前行。

2018 年,中国酒业领袖思潮涌动,妙语奔流,奏响波澜壮阔的酒业市场的美妙旋律——

1. 蔡宏柱:锁定目标、勇往直前,团结起来,向着胜利——前进!

谭儒点评:2018 年对于稻花香可谓是关键的一年,蔡宏柱卸任董事长一职,由孩子蔡开云接任。未来的稻花香走向何方?怎么走?新一届领导班子用什么样的姿态迎接新时代的新使命?蔡宏柱用这句话指明了方向——向前向前向前!

2. 吴少勋:要耐得住寂寞,要十年、二十

以文化赋能品牌,
“软实力”是泸州老窖打开海外市场“金钥匙”

■ 郝鹏 李澎

中华文明悠久的历史,灿烂的文化,赋予了中国民族品牌屹立于世界的品牌底蕴和文化价值。在“中国制造”走向世界的时代,中国企业更需要以匠心彰显价值、以文化赋能品牌,以融合包容世界,让民族品牌的文化“软实力”真正成为打开海外市场的“金钥匙”。

为顺应世界经济发展浪潮,推动中国品牌走向世界。1月15日,由深商总会、深圳市商业联合会主办的第五届深商全球大会“品牌强国·布局全球——品牌全球化论坛”在深圳隆重举行。

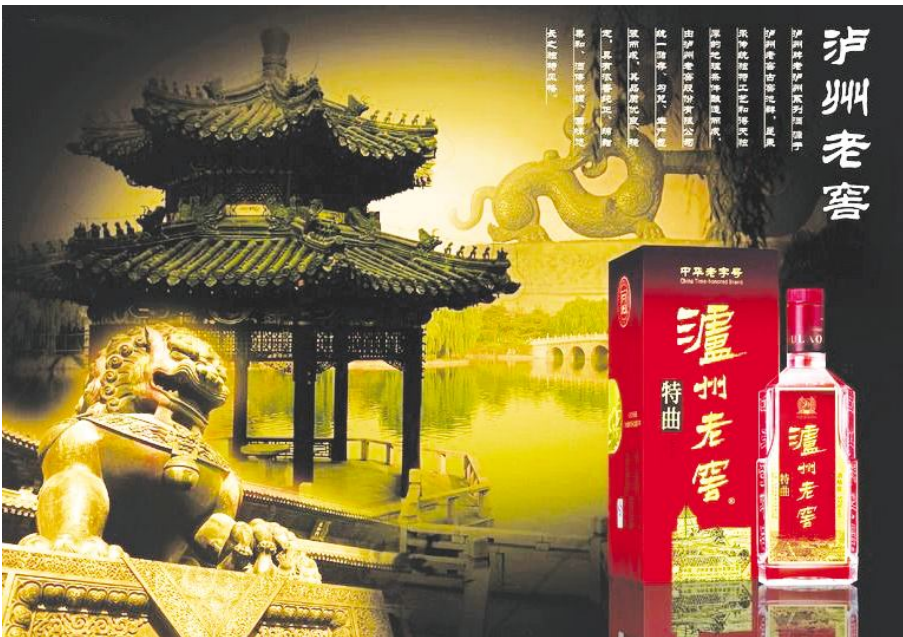
深商全球大会是具有全球影响力的经济、国际化高端论坛,素来有着“南中国经济界奥斯卡”之称。泸州老窖作为深商总会会员单位受邀参加了此次大会。

论坛上,分众传媒创始人江南春,柔宇科技董事长兼 CEO 刘自鸿,泰国投资促进委员会负责人措迪·构桑,英国鸿鹄律师事务所亚太区主席 Justin Walkey, 泸州老窖股份有限公司党委副书记、总经理林锋分别发表了主旨演讲,共谋中国品牌全球化布局。

分众传媒创始人江南春从中国的消费趋势出发,他认为,中国的消费动力来自于对美好生活的向往,信息粉尘化的时代来临,咨询模式发生变化,“未来媒体有两个方向,一是拥抱变化,二是被动化。”

科技到底会怎么发展?柔宇科技董事长兼 CEO 刘自鸿认为,目前很重要的改变就是人机交互方式的改变,人机交互方式的定义就是人跟人、人跟物、人跟大自然打交道的方式,显示、传感和生物识别、人脸识别都是人机交互的方式,“信息技术只有三个大方向,即人机交互、人工智能、万物互联。”

中国企业如何投资海外?泰国投资促进委员会负责人措迪·构桑提到,东南亚区域的潜力巨大,不仅已经实现经济可持续增长,还拥有繁荣的市场、更强劳动力和优先投资政策。在东南亚国家中,投资泰国将带来很多机



遇。

英国鸿鹄律师事务所亚太区主席 Justin Walkey 欢迎中国企业去欧盟投资,目前 12 个欧盟成员国已建立筛选机制,破除监管壁垒,引领中国企业国际化的品牌策略。

“怎样在全球培育更具影响的民族品牌,已经成为每一位中国企业家必须直面的命题”,论坛上,泸州老窖股份有限公司党委副书记、总经理林锋分享了泸州老窖在品牌塑造和国际化上的思考,提出“以民族品牌精神,让世界品味中国”。

弘扬匠心匠艺,彰显品牌价值

近年来,国家大力推动“一带一路”倡议,越来越多的中国企业、中国品牌正搭乘着这一伟大的“时代专列”走出国门。如何借助国家战略,推动白酒品牌走向世界,一直是泸州老窖不断思考和探索实践的重要问题。

“品牌的形成不仅是精益求精的高质量与

值得信赖的服务品质,更在于品牌体现的人类精神。”林锋认为,“消费者在购买产品、享受服务的同时,实际是在认同这种精神、学习这种精神、追求这种精神。任何一款商业品牌的成功,都是其内在品牌精神的成功。”

以泸州老窖为例,泸州老窖一直坚持“十年品牌靠营销、百年品牌靠质量、千年品牌靠文化”的品牌经营理念。690 余年的积累传承、23 代人的匠心文化,形成了“以德酿造、诚信众生,敬人敬业、追求卓越”的品牌精神,给了泸州老窖走向世界,让世界品味中国的底气。

为此,林锋倡议:“希望中国企业能真正传承弘扬匠心匠艺,始终坚持在‘1 厘米的战线上前进 100 公里’。不仅制造出更高质量、更高水平的产品满足海外消费者的物质需求,也要以专注、认真、负责的品牌标签赢得全球消费者的心理认可。”

以文化赋能品牌,打开海外市场

年甚至是三十年磨一剑,要有规划和战术上的计划,不能急于求成。

谭儒点评:劲牌有一个独特的企业理念——“跑道论”:在市场竞争中,企业是跑“马拉松”,而不是跑“一百米”,需要找准目标,找准自己的“跑道”。实践证明,“马拉松”发展理念对中国白酒有着广泛的指导意义。

3. 李曙光:谁肯创新,谁就是赢家;谁主动改革,谁就能拓宽发展天地。

谭儒点评:2018 年,五粮液以“突破”做铺垫,改革创新,研发新品。预示着中国白酒新一轮市场攻势或将具有空前的强度与力度。

4. 王耀:百川归海,因绵柔之力而源源不绝。操千曲而后晓声,观千剑而后识器。

谭儒点评:王耀有点诗人气质,他说的这句话表面看远离了白酒,但其中有一种气势,有一种哲理,慢慢体会,便可以品出其中的韵味。

5. 刘森:年轻一代消费群体消费理念、消费习惯更趋多样。

谭儒点评:泸州老窖将不断提升品牌高度,为了让“浓香国酒”国窖 1573 品系和“浓香正宗”泸州老窖品系深入人心,泸州老窖公司持续推进品系创新,以传统白酒为基础的养生酒和创新酒类产品,满足消费健康化、年轻化、时尚化的需求。

6. 汪俊林:敬畏自然,尊重科学,做好酒。

谭儒点评:在信息化、数字化、智能化、智慧化、机械化高歌猛进的今天,承古老酿酒文化,尊重自然、科学酿酒,践行天人合一理念,做好酒,郎酒做到了,难能可贵。

7. 蔡开云:让百姓过上稻谷飘香、安详快乐的丰收生活是稻花香一切发展的原点。

谭儒点评:人民对美好生活的向往,就是酒业的奋斗目标。那么什么样的生活才是我们的美好生活?蔡开云的这句话给了我们崭新的诠释。稻谷飘香,安详快乐、美酒飘香的丰收景象就是我们追求的美好生活。

8. 李秋喜:共同创建出更加健康和谐、理性文明的美好新时代。

谭儒点评:这句话是李秋喜在 2018 全国理性饮酒宣传周大型公益活动上的致辞。作为酒与社会责任促进联盟当值主席。李秋喜希望将理性饮酒这种生活理念传达给每一位消费者,从而迈进理性文明的美好新时代。

近年来,泸州老窖积极响应国家“一带一路”倡议,紧随中国民族品牌“走出去”的步伐,不断踏上国际化征途。以“文化先行、品牌引领”为基本原则,泸州老窖面向全球举办了一系列文化宣传、品牌推广活动,例如泸州老窖·国窖 1573 封藏大典、“让世界品味中国”全球文化之旅、国际诗酒文化大会、2018 俄罗斯世界杯体育文化之旅、签约澳大利亚网球公开赛等,泸州老窖不断在国际舞台展示中国民族品牌自信,将中国白酒与艺术、文化、体育等紧密结合,用世界通用的语言讲述中国故事、传播中国文化。

林锋指出,“品牌根植于文化,文化发端于文明。品牌的树立,必须有自己独特的文化定位,必须根植自身的母文化,但又必须尊重和包容其它地区的文化。”中国品牌布局世界,要“用我们的文化内核——坚韧与创造,以国际精英认可的精神,融入世界、走向世界、让世界品味中国。”

用数字化为
中国品牌腾飞插上翅膀

当前,信息科技的飞速发展和数字时代的加快来临,让任何企业的品牌展示都具备全球传播、即时传达的可能,中国民族品牌第一次与海外品牌站在同一起跑线上。

“中国品牌在数字时代快速壮大、布局全球的历史性机遇已经来临。谁率先把品牌工匠精神密码与服务精神密码数字化,谁就能占得市场先机;谁将目光视野先行国际化,谁就能快速赢得全世界。”林锋如是说。

“泸州老窖作为中国四大名酒之一和国有大骨干酿酒企业,肩负着‘凡华人之所到,品味泸州老窖’的使命,践行着‘中国文化能走多远,中国白酒就能走多远’的理念。”

林锋表示,在中华民族走向复兴、民族品牌走向世界的伟大时代,众多中国企业迎来了扩张发展、快速发展、全球发展的历史性机遇。未来,泸州老窖将继续“挖掘、传递全人类共通的精神财富,让世界品味中国!”