

泸州老窖特曲



酒度:52%vol
香型:浓香型
G·R官荣评分:91
年份指数:3
原浆指数:5
甜爽度:3
原料:水、高粱、小麦
生产厂家:中国泸州老窖股份有限公司

G·R酒评:此款酒酒体具有浓郁的窖香,闻香舒适,酒体入口饱满,醇厚,层次感强,酒体适中,回味悠长干净。酒具有高档卓越的风格,若再将酒体细腻感加强,经过2~5年的储存,将更加完美。

茅台集团
经典品位珍品

酒度:52%vol
香型:浓香型
G·R官荣评分:87.5
年份指数:3
原浆指数:5
甜爽度:3
原料:水、高粱、小麦、大米、糯米、玉米
生产厂家:贵州茅台酒厂(集团)习酒有限责任公司

G·R酒评:这是一款极具层次感的白酒,粮香、陈香、窖香完美结合,步步深入,让酒香显得极度富裕,非常舒适,酒液遍布舌面,绵柔爽口,口有余香,香气流连持久。

茅台王子酒
酱门经典

酒度:53%vol
香型:酱香型
G·R官荣评分:88.5
年份指数:3
原浆指数:5
甜爽度:3
原料:水、高粱、小麦
生产厂家:贵州茅台股份有限公司

G·R酒评:此款酒能够代表茅台系列酒之风格,酱香、陈香舒适,具有层次感香气引人入胜,入口酒体醇厚,饱满实在,酸甜度完美结合。性格多重,却能完美配比,喝后口腔内余味较长。

舍得酒业高调唱响“春天里的呐喊”

■ 李森

如今行业虽已跨过深度调整期,但市场内外环境的快速更迭,让名酒企业所面临的改革压力逐步显露。刚刚过去的2018年,名酒头部品牌在营销层面展开的激战,让我们不得不冷静下来,思考行业回暖期品牌突围和进阶的紧迫性和策略性。

目前白酒产业的竞争格局已基本形成,白酒产业进入“俱乐部时代”,在整合加速中,市场将向优质品牌集中,行业持续向好的基本面不变。如此背景下,顺利度过两年改制调整期的舍得酒业,站在了品牌腾飞及重回行业第一阵营的十字路口。

2月12日至14日,去年在品牌及营销端双双爆出优异成绩的舍得酒业再次发出“春天里的呐喊”,数百营销精英齐聚大本营沱牌镇,通过一场以“舍得天地宽,扬帆谱新篇”为主题的营销管理年会,明确了企业在酒业竞争新时期下的总路线和战略方向,不仅为经销商吃下定心丸,同时也让业界同行及消费者对舍得酒业2019年的品牌布局充满期待。

那么2019年,将会是舍得酒业的全面破局之年?

深度贯彻基本策略,
舍得酒业智谋新征程

从2018年末开始,全国名酒龙头相继召开年度工作会议,向外界传递出酒业新周期下的竞争新战术和战略新抉择,其中“茅五”双双冲千亿为白酒行业的2019年奠定了一个充满激情的注脚。

除此之外,在近期召开的酒业领军品牌的年度营销会议上,洋河再提“千万亿目标”、汾酒喊出“三香天下有其一”战略口号等声音,也向外界投射出一个明显的讯号,即2019年的白酒头部竞争将进入新一轮鏖战期。

对此,舍得酒业在去年便提出了应对之策,早在去年举行的“舍得酒业2018营销管理研讨会”,以及“舍得酒业战略合作伙伴研讨会”两次转折期的重磅会议上,舍得酒业董事长刘力均明确传递出了公司上下对于“走可持续、高质量发展之路”的强烈决心。

而随着“走可持续、高质量发展之路”战



略的推进,我们看到了舍得上下释放出的破局能量,它让企业在品牌建设及营销团队建设上都展现出翻天覆地的变化,随着内部环境生机焕发和外部环境显著改善,舍得酒业已经站在全新的起点。

在此次营销管理年会上,刘力再次强调这不是一句口号,而是公司坚定不移的既定长期战略,是三年来公司上下同心践行舍得价值观的成功经验总结。并且舍得酒业在“走可持续、高质量发展之路”总原则的指导下,为品牌、产品、价格、经销商、渠道、消费者这6大维度的业务落地规划了明确了方向。

因此2019年舍得酒业能否围绕这一基本策略在营销层面碰撞出的智慧火花,将成为这一快速成长的品牌能否保持高强度进军步伐的关键。

品牌创新成效显著,
舍得构建不可复制的行业标识

在过去的一年中,白酒行业向外界展现了充足的创新能力和活力。以名酒品牌为代表的众多企业纷纷在品牌活动上进行新的尝试,在白酒国际化及年轻化等主题下奉献了一系列精彩的案例。不管是白酒在体育营销上与澳网、羽联的深度合作,还是围绕太庙展

开的高端定位之争,以及利用现当代艺术和表现手法对白酒品牌进行再包装和再塑造……都让白酒这一古老而神秘的东方瑰宝呈现出全新的形象。

与此同时,以茅台、五粮液等为代表的龙头企业,更是将“提升品牌力”作为未来工作的重点环节,这也从侧面反映出今后白酒

高端战局的复杂化和高门槛特征。

在本次营销管理年会上,舍得酒业总经理李强便基于当前舍得酒业的品牌现状和未来规划,从品牌层面出发做出了解读,在他看来品牌正在成为一种生活方式,必须保持定位清晰、核心诉求连续一致,这样品牌价值才能不断增值,消费者对品牌才能高度信赖,进而为企业带来可持续的高质量增长。

事实上,在这场以名酒为核心的“军备竞赛”中,舍得酒业从2017年开始便加大投入,用一系列影响行业内外的举措,诠释了企业骨子里的创新精神和智慧格调,进而也成为企业复兴及成长道路上的核心助推力之一。

正如舍得营销公司总经理吴健总结的那样,在营销创新方面舍得酒业过去一年多可谓硕果累累。自明星IP《舍得智慧讲堂》全网点击量突破12亿,舍得智慧之旅工厂年接待量超过3万人次,“舍得艺术中心”和“酒文化博物馆”相继震撼面世,与梦东方联合出品的中国首部以酒为媒的大型诗乐舞剧《大国芬芳》实现成都首演、北美巡演,并压轴亮相2019央视春晚,还将在3月6日登上国家舞台艺术的最高舞台国家大剧院……

有了如此多的案例支撑,正如先前媒体评价的那样,品牌营销创新正成为舍得酒业不可复制的行业标识。而在2019年中,《舍得

智慧讲堂》和《大国芬芳》的品牌“双子星”组合,将继续为舍得酒业在高端白酒阵营赢得充分话语权,并且在消费者层面培育高端品牌认知提供强大能量。

营销革新助推品牌飞跃,
名酒激战中突显舍得模板

需要指出的是,舍得酒业各项核心销售和市场指标在2018年突破记录达到历史最好水平,预计2018年净利将超过过去五年的总和,这无疑成为舍得酒业2019年鼓舞军心和士气的重要信息。即便如此,本次大会上舍得酒业管理层依旧强调2019年是“舍得酒业‘全面变革’的一年”,要按照“以用户为中心”的核心经营战略,进一步解放思想,深化改制再出发。

正是由于在改革层面的步履不停,不仅为舍得酒业赢得了改革先锋的称号,也让企业在营销层面收获了源源不断地竞争工具和底气,但当我们回首整个行业在营销革新上的动作时,便能够清晰感受到这一竞争层面的紧迫感和重要性。

例如茅台在2019年工作会议上,便提出要在统筹推动营销转型升级上,继续展开提升宣传品位,厚植品牌文化,讲好茅台故事,从而进一步提升消费者口碑的工作;而五粮液也将“补短板、拉长板,升级新动力”作为今年工作的核心定位,以此来继续凸显品牌高端特性;而洋河则强调做好“突破高端、转型发展”两个行动的部署……

因此对于旨在以“文化国酒”和“中国智慧”树立行业地位的舍得酒业来说,2019年的品牌飞跃战必打不可,而品牌大战背后自然是营销之战。

回顾改制两年来,舍得酒业基于“优化生产、颠覆营销”的战略方针,进行了一系列果敢的颠覆性改革,期间确立了“以渠道建设为基础,以消费者培育为核心”的总体营销策略,这意味着舍得酒业保持着和行业龙头品牌间的跟随步伐和竞争节奏。我们还注意到,2018年下半年,舍得酒业面对高速发展导致局部市场渠道、价格方面的问题,公司及时实施“组织模式、招商模式和考核模式”三大变革,对局部区域进行控货管理和价格规范管理。

张志民:中国酿酒大师的“杯酒人生”

■ 许益鸣

张志民,河北省饶阳县人,中共党员,教授级高工,高级评酒师,国家特邀评酒委员,首届中国酿酒大师,首届中国酒业科技领军人才,河北省白酒葡萄酒工业协会会长,是中国酿酒标准技术委员会委员、中国白酒标准技术分委员会委员,老白干标准技术委员会副主任、中国酒业协会白酒分会技术委员会委员,中清酒业酿造技术专家委员会副主任,中国酒业京津冀品牌发展创新联盟发起人之一。

相比其他的酒业大咖对待酒的态度,张志民显得简单直率许多,他对酒的热爱,不仅是千杯不醉,更是渗透进生活的每一个角落、是融入到人生的每一个瞬间。

十八年磨一剑,创立老白干香型

迈入酒行业近50年,很难说是张志民成就了老白干,还是老白干成就了张志民。但可以肯定的是,无论多少年以后,人们谈及中国白酒典型香型中的老白干香型,都绕不开张志民。

张志民1970年进入衡水老白干酒厂,时年18岁,1977年进入天津科技大学学习,学习期间,张志民将理论与实践相结合,对“衡水老白干”的工艺、技术、生产有了更高层次的认识和掌握,同时阅历、经验也更加丰富。回厂后,张志民提升为技术员,后又任制酒车间副主任,1984年任生产指挥部主任(副厂级),1987年任副厂长。1996年河北衡水老白干酿酒(集团)有限公司成立,之后张志民一直担任集团公司副董事长,主管生产技术。

从酒厂基层一直做到主管生产的高管,可以说,衡水老白干酿酒车间里流出的每一滴酒,都蕴含着张志民的心血。“老白干”酒以精选的优质高粱为原料,采用纯小麦踩制的中温大曲为糖化发酵剂,其地缸续楂分离发酵、混蒸混烧老五甑工艺等传统酿造技术,堪称独具特色。遗憾的是,由于缺乏科学总结和标准化的运作,使其在当时的竞争中一度丧失发展优势。

与老白干血肉联系的张志民,通过大量的市场调研,清楚地认识到:只有运用现代科技手段,深入总结“老白干”酒的生产工艺特点、强化其科技内涵、促使其操作走向标准化和规范化,从根本上提升产品质量水平,“老白干”才有能力真正树立起自己独立的香型风格,才能彻底摆脱困境、赢得市场。

1989年9月,在张志民的积极倡导和组织下,来自河北、天津、北京等地的26个“老白干”生产企业在天津成立了“老白干香型”白酒协作组,大家齐聚一堂,积极踊跃为“老白干香型”的发展出谋划策;1994年5月,第二届老白干香型协作组会议又在衡水老白干酒厂隆重举行。

在此后10余年的不懈追求中,作为“老白干”定型工作的主持者,张志民付出了巨大而艰辛的努力。从当地自然环境、微生物区系的差异到生产工艺、制曲、发酵条件、各种香味组分的剖析等,逐项展开研究、寻找内在共性特征与量比关系,并据此制定出一套科学而标准化的“老白干”酒生产操作规范。他带领技术人员先后完成了“衡水老白干香味成分分析”、“大曲微生物分离鉴定”等研究课题,取得了具体详实的数据资料;通过对衡水老白干传统工艺的发掘、整理、创新、完善,实现了从工艺到生产的全过程标准化管理;完成了定型条件论证和《老白干香型白酒》标准草案,为成就独立的酒类香型风格提供创造了充分依据和有利条件。

2007年6月1日《老白干香型白酒》国家标准颁布实施,老白干香型成功定型,实现了老白干千年的夙愿,从这一天起,老白干香型正式成为了中国白酒香型的十二分之一。如张志民所预见的那样,衡水老白干为该香型的代表,行业地位得到了迅速提升,其生产工艺被认定为国家非物质文化遗产,为酒厂的发展拓展了广阔空间,衡水老白干在河北的众多酒企中脱颖而出。

张志民的“守固”与“创新”

上世纪80年代,中国酒行业刮起了一阵“浓香热”,浓香型白酒市场覆盖率日趋广泛,从河北到华北乃至全国,很多其他香型的白酒生产厂家为一时的眼前利益所驱,纷纷转型效仿,生产浓香型白酒。而衡水老白干却坚持不跟风,始终坚持自己的固有特点,坚持“老白干”传统工艺路线不动摇,作为老白干香型标准的创立者,张志民以他独到的战略思维指出:坚持“老白干”独树一帜的个性风格,展示其独特风采,跳出白酒同质化混战格局、实现个性化差异化高水平竞争策略才是企业可持续发展的正确选择。

衡水老白干近十几年突飞猛进的发展印

证了张志民的远见卓识,“传统白酒的最大魅力在于,因环境气候、原料微生物、工艺技术等不同,白酒形成了各自不同的风格特质,各具神韵。”衡水老白干的可贵,就在于他始终坚持走自己的路。”

“坚持传统工艺,并不等于墨守陈规,我们要在继承的基础上发扬光大。譬如我们秉承传统的小麦制曲、老五甑工艺、宜兴陶坛、木制酒海贮酒等,但同时我们又用现代科技手段不断对它加以总结、规范和完善,用一流的配套设施、先进的检析仪器和高素质的酿酒科技队伍确保产品质量恒定不变与稳步提升”。从技术人员出身的张志民,非常了解传统生产模式的局限性与工人的艰辛:“那时酿酒都是靠人力,我们在车间里抡起大铁锨,往甑桶里装料,累的时常汗流浃背。”

在固守传统的同时,张志民亦是一位改革者,进入管理层面后,张志民指导衡水老白干酒业公司机械化酿酒车间生产的研究、设计和改进工作,使各项生产参数、产品技术指标和工况不断得到完善,项目节约用工明显,劳动强度大幅降低,技术日趋成熟。张志民主持制定的衡水老白干循环经济实施方案,在保持了传统工艺特点和酒体风格的同时,以节能减排、提高生产效率为目标,在整个生产流程中全面引入现代技术,2007年被列入首批河北省循环经济试点和省重点建设项目,方案实施后,取得了显著经济效益和社会效益:年节电100.8万度;年节煤1960吨,年节水68.2万吨;年减排2924吨COD;原酒产能提高了34.3%,包装生产效率提高19%,各项节能减排指标均达到了全国白酒行业的领先水平。

“守固”,“创新”,走在行业前列,1994年,张志民组织衡水老白干实施并在全国同行业中率先通过了ISO9001产品质量认证和质量管理体系认证,2002年又组织完成了ISO9001-2000年版质量管理体系认证的改版工作,使衡水老白干酒的质量管理达到国际质量管理体系标准水平,他根据企业实际情况,不断完善质量管理制度,使每一个生产环节都进入到质量控制体系之中,通过扎实有效的运行实施,保证了产品质量的稳定提高,使衡水老白干酒的质量管理保持了全国白酒行业的先进水平。在张志民的努力下,衡水老白干通过了“AAA国家标准化良好行为企业”认证,衡水老白干酒多年来连续被评为消费者信得过产品,连续六届

被评为河北省著名商标,2004年11月被国家工商总局认定为“中国驰名商标”,2006年被国家商务部认定为首批“中华老字号”,衡水老白干酒从一个区域性品牌发展成为享誉全国的著名品牌。

从河北走向全国,
再从全国回到京津冀

张志民多年来坚持理论学习和研究,发表了《衡水老白干香型的初步研究》、《老白干酒的质量特点与发展趋势》、《老白干香型白酒香气成分分析》等论文十几篇,出版了《发酵工业概论》、《历史名酒—衡水老白干》2部著作(合著),受到了行业和国家的认可。

2009年以来,张志民将自己的学问与成就毫无保留的传授给中国酒业的下一代,作为博士后合作导师,张志民先后指导3名博士后完成了《衡水老白干酒用大曲功能菌的研究》、《老白干酒的质量控制与指纹图谱研究》和《老白干酒发酵过程中主要风味物质的代谢调控研究》研究课题,均顺利出站,他对人才培养和提升我国内白酒行业的技术水平作出了重要的贡献。

近年来,随着京津冀一体化战略的快速推进,以河北省为代表的酒类深加工迎来了蓬勃发展。由于具备纵深腹地,土地、政策、交通等优势,众多北京、天津甚至整个华北区域的酒类企业与河北展开战略合作,把河北做为市场拓展的重点,河北酒业发展迎来新一轮发展。在增强自身实力的同时,也为酒类市场的丰富与格局优化打下了良好的基础。

2018年,身为河北省白酒葡萄酒工业协会会长的张志民联合北京酿酒协会、天津市酿酒工业协会、《中国酒业》杂志、中国酿酒网,倾力打造了“2018中国酒业京津冀一体化品牌发展高峰论坛”,并发起了“中国酒业京津冀品牌发展创新联盟”,正式打响了中国酒业京津冀一体化的第一枪。

在“中国酒业京津冀一体化品牌发展”高峰论坛筹备期间,张志民多次亲临会务组指导工作,与各级领导和会务组人员探讨中国酒业京津冀一体化的发展趋势,对河北的企业更是关怀备至,仔细到对每一个河北企业进行分析、梳理。

张志民等老一辈的酿酒人正在以新的方式照亮中国酒业发展的前路,河北省这个传统的酒类大省正在焕发新的生机,中国酒业京津冀一体化的宏伟蓝图已经初现。