

广告

东北地区产品品鉴

产区概述

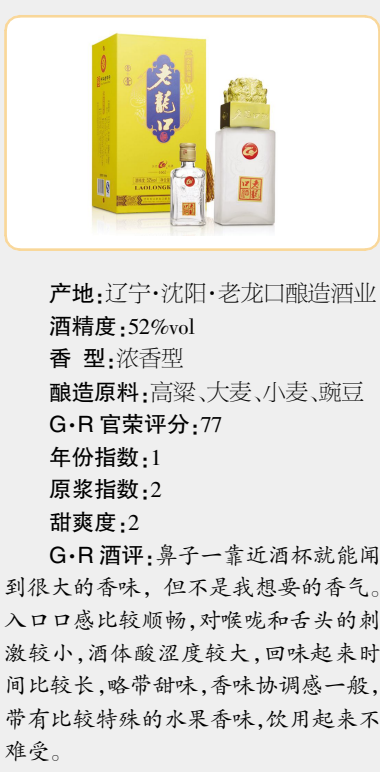
东北三省地处中国最东边的高纬度地区,下辖黑龙江、吉林、辽宁三省,总人口一亿零七百一十五万,白酒的消费总量和人均消费都居全国首位,在中国的白酒市场板块上有着举足轻重的作用,是白酒企业的兵家必争之地。

东北白酒经过多年的曲折发展,目前大部分国企已经完成转制改革,搭上了民营经济的新列车,东北白酒企业也正在经历着新一轮增长。目前东北白酒企业总产销量已经达到 65 万吨,约占全国市场份额的 16%,虽然横向无法与个别白酒大省相比,可纵向与历史相比,其产量、利润、产值等综合指标都有了质的进步。同时我们也不难发现东北白酒在产品规划、技术提升、品牌定位和管理以及营销综合能力等方面都存在着较大的短板,整体形势依然严峻。

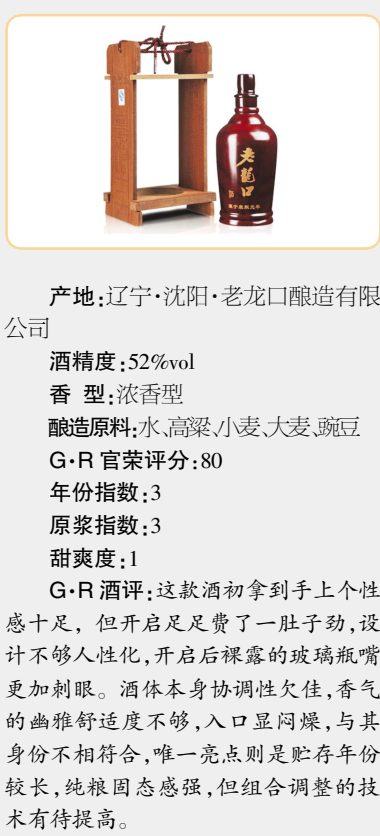
东北白酒一路沧桑走来,虽然没有经历过天起大落,也没有遭受假酒风波之重创,但步履却总是充满着几多艰辛和坎坷。目前,东北本地白酒居主导,低档酒大量充斥市场,多年来的饮酒习惯还未能让中高档白酒占据相应的市场份额,因此东北白酒市场巨大的消费力也未能让其在全国白酒版块当中形成霸主地位,其未来的形势和地位充满悬念和不确定性。

东北白酒市场有其自身的优势,但整体市场表现一般,酒水品牌呈现出一种混乱、无序、低端市场拼抢激烈的格局表现,缺乏振臂一呼的地产品牌,也缺乏良性的竞争氛围。如何让东北白酒腾飞,获得一次质的飞跃,在中国的白酒版图上拥有自己发言权的地位,需要东北白酒企业持续不断的努力,打造高效的营销体系,营造一个良好的市场氛围,并且持续不断地把酒文化的精髓融入到每个消费者的心中。

老龙口·壹 + 壹



老龙口·精雕龙酒



探访诸暨同山烧：只道绍兴黄酒润 谁知诸暨酒更香

■ 刘红增

只道黄酒润,诸暨酒更香。
才饮同山醉,又品勾践王。
吴越多少事,相与共话长。
雄心与壮志,皆付与瑶觞。

——题记

中国黄酒历经数千年的酿造和饮用历史,已经深入国人血液,成文中国文化中最醇香的一部分。浙江绍兴作为黄酒的重要发源地和主要产区,在中国的酒业版图中拥有举足轻重的地位。然而古城绍兴的文化标签如果仅仅是黄酒,又怎能体现其历史的悠久和文化的多样性?事实上,在这片以盛产黄酒著称的“酒窝儿”里,还隐藏着铜山烧酒这颗璀璨的明珠。

作为酒业从业者,之前对于同山烧的了解仅限于耳闻,实在有些遗憾。此次借同山烧首届封坛文化节暨浙江同山醉美人酒厂 10 周年庆典的机会得以一见,并亲自品鉴,算是增广见闻,并对南派清香白酒的特点及未来的发展有了新的认识。

青山秀水，成就同山烧酒独特风味

中国知名白酒大多出产于知名白酒产区,比如茅台之于茅台镇,郎酒之于二郎镇,西凤之于柳林镇,洋河之于洋河镇,汾酒之于杏花村,同山醉美和勾践王酒同样出产于诸暨市的一个镇子上——同山镇。同山镇的名气虽然尚不能和上述知名产区相提并论,但其所具有的“水、土、气、气、生”等天然禀赋,却为日后的发展奠定了基础。

诸暨市全境群山环抱,一江纵贯其中,地势由南向北新次倾斜,形成北向开口通道式断陷盆地。同山镇就位于盆地腹地,依山傍水,地形地貌和茅台镇非常类似。盆地内空气温暖、湿润,流动缓慢,有利于酿酒微生物富集、不断繁衍优化,犹如一个天然的酿酒窖池。

水源对于酿酒的重要性来说不言而喻,赤水河成就了大名鼎鼎的茅台,长江哺育了经久不衰的泸州老窖与五粮液,而同山醉美酒则得益于浦阳江的滋养。同山镇位于北纬 29.6°,不但恰好位于全世界公认的名酒带上,而且坐落于境内浦阳江的边上。浦阳江纵贯南北,境内干流长 67.6 公里,东西 8 条支流呈叶脉形展开,不但为酿酒提供了优质的水源,还为当地盛产的高脚拐糯高粱提供了良好的生长环境。

说到糯高粱,酒行业有句俗话说“根为酒之肉”。如果说水源为同山醉美酒的品质起到了提升作用,那么当地特产的高脚拐糯高粱则为同山醉美酒的品质提供了最基本的保证,它颗粒小、皮厚、扁圆、结实、干燥,支链淀粉含量高,煮熟后很糯很粘,有丝糊状胶汁,



用其酿酒数十米外就能闻到浓郁的酒香,加上当地人世代相传的古法酿造技术,天时地利人和,一坛好酒由此而成。

传统工艺酿造的同山醉美酒质清澄,口感甘冽,再用纯天然红色高粱枝叶浸泡之后,酒色红润,倒在杯中,恰如红玉入尊,因此也享有“酒中君子”之称。这是其他清香白酒或者其他产区白酒所不具备的风味特点。

人杰地灵，赋予同山烧酒厚重文化

中国酒之所以百花齐放且历经千年而不衰,很大程度上是因为它是风土的产物,不可复制的风土条件造就了南北各异、东西不同的风俗人情,这些风土、人情共同赋予了中国酒富有个性的生命力。

诸暨是古越民族聚居地之一、越王勾践图谋复国之所,是吴越文化的发祥地,在历史上便有钱塘名区之繁盛,如今又跻身中国百强县市,名列 39 位。历史的悠久和经济的繁荣催生了富有特色的吴越文化,而这文化又融于酒香,穿越历史长河,生生不息,氤氲至今。

在浙江,诸暨人素有南方的北方人之称,因为诸暨的男男女女素来不失江南人士的清秀之态,更多了一点北方汉子的豪爽之风,正因如此,出自诸暨同山的同山烧,不仅有爽滑甘甜的口感,更是自古以来就有“劲烈如刀”的评价。尤其是同山醉美人酒厂出产的勾践王酒,非但拥有甜糯的江南女子温婉之气,也是颇有一番南方男子的儒雅之风。

在专家品鉴会上,品酒专家对勾践王酒的评价是“前段清香温文尔雅却不失厚重,中段浓香口感丰满却不显妖艳,后味悠长更有酱香的余韵,非常完整地体现了勾践王酒一

口三香的口感特点”。专家评语非常形象地道出了带有吴越文化底蕴的勾践王酒的独特韵味,这韵味,明显区别于北方以汾酒为代表的清香。

如果说有一种元素能够使白酒得到更广泛、更长远的发展的话,那么这种元素一定是非“文化”二字莫属。人杰地灵的诸暨,恰恰为同山烧赋予了这种文化,也为同山烧走向全国市场注入了灵魂。

传承创新 支撑同山烧酒厚积薄发

如果说独特的产区风貌造就了同山烧酒“一口三香”的独特风骨,倒不如说同山酿酒人坚守、传承、创新的努力使得同山烧酒老树开新花。

在同山镇,酿酒可不是什么稀罕事儿,在这里,几乎家家户户都会酿酒。早在 2013 年,“同山烧千户开酿吉尼斯盛典”便在该镇新街上举行,创下了“规模最大古法酿酒”的吉尼斯纪录。但这个记录所折射出来的另外一个现状便是同山烧酒的酿造门槛低、作坊数量大、生产不集中、整体水平差,也恰恰是这个现状导致了同山烧酒在中国白酒市场上知名度不高、整体竞争力不强的局面。

在中国白酒行业高度集中,竞争如此激烈的情况下,同山烧相对落后的生产理念、运营理念和营销理念显然早已不合时宜,“同山女婿”、浙江同山醉美人酒业有限公司创始人谢小义早在 10 年前便认识到这一点。

在他看来,同山烧是地道的好酒,只是欠缺好的品牌和营销。他决心要把“同山烧”传播出去,他要为浙江打造一个知名白酒品牌,为自己的客户酿造更多的好酒。从此,一场轰轰烈烈的“同山烧”产业复兴,就拉开了帷幕。

谢小义在传承传统同山烧酿造工艺的基

础上,多方求教、悉心钻研、大胆创新,先后获评国家一级品酒师、国家高级酿造师、高级农技师、非物质文化遗产传承人(同山烧烧制技艺)等称号,创办了浙江同山醉美人酒业有限公司,打造了“勾践王”、“醉美”、“醉美人”、“西施家”等品牌。

谢小义的努力,得到了酿酒大师陶家驰、高景炎、胡永松、钟杰等国家级专家的认可。知名白酒专家高景炎曾说:“很难想象在白酒已有的竞争格局下还会有什么力量可以胜出,我看同山烧有这个可能。”如此高的评价,让世人对同山烧有了新的认识。

同山烧不但得到了国内专家的认可,更是征服了国际评委的味蕾。在新加坡世界烈酒大赛上,勾践王和同山醉美同时亮相烈酒国际舞台,从源自多个国家的 400 多款参赛烈酒中脱颖而出,成功斩获两大奖项;2019 年 9 月 6 日,第 20 届比利时布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛上,勾践王 52 度、勾践王 53 度再次分获两项金奖,同山醉美获得银奖,一次捧回三项国际大奖。

“在去年,公司投资 200 多万元建成了同山烧酿酒科普馆,公司计划还要在这里扩建一个 100 多个窖池的发酵车间,那边的办公楼要拆掉重建”,在参观厂区的时候,谢小义一为大家介绍公司的发展规划。在他的蓝图里,同山烧要走的将是一条规范化、标准化、品牌化、规模化的经营道路,他认为,唯有此,同山烧才能走出诸暨,走向更广阔的的市场。

纵观中国白酒的地理,不难发现,川黔、苏皖、鲁豫、两湖、西北、华北和东北等版块均已成熟且相对稳定,浙江腹地绍兴黄酒虽蜚声世界,但白酒品牌用“深在闺中无人识”来形容恐怕也不无道理。如今随着以勾践王、同山醉美等品牌为代表的同山烧的厚积薄发,中国白酒的星河中,有望再添一颗新星。

倪永培:让中国白酒真正成为消费者的玉液琼浆

■ 新华

2019 年 12 月 1 日至 2 日,以“创新与高质量发展”为主题的 2019 中国企业家博鳌论坛在海南省博鳌举行。其间,安徽迎驾集团股份有限公司党委书记、董事长倪永培在接受新华网专访时说,创新与高质量发展是统一的。高质量的发展离不开创新,只有创新才能发展,只有改革才能抓住机遇。创新载体主要是企业,企业家尤其要有担当。只有每个企业都树立创新意识,都成立研发团队,都不断增加对研发投入的投入,才能保证企业实现高质量发展,保证产品的高质量。

“创新驱动高速增长”

倪永培介绍,安徽迎驾集团是以酒为主要产业链的多元化产业集团,企业已有六十多年的经营历史。由于地处安徽大别山地区,过去人口稀少,交通不方便,企业曾经规模很小,一年销售额才几十万元。

“是改革开放给迎驾集团带来了发展机遇。改革开放以后实行了市场经济,我们的企业从山区逐渐走出县入市,走向全省,进一步走向华东区域。我们也从一家国有小企业逐渐改革,实行了股份制,成为一家民营股份制企业。目前,迎驾集团是安徽省骨干企业之一,也是在中国酿酒行业的骨干企业之一。”他说。



在创新与高质量发展方面,迎驾集团进行了多年的探索。倪永培说,迎驾集团率先在全国酿酒行业实现了机械化,实现了粮食不落地、糠不落地,以及统一配料和统一配方,各个生产环节逐渐实现了智能化作业。“我们工厂的工人是在非常干净整洁的环境中生产,我们的工厂从过去的传统生产中逐渐实现了现代化、智能化”,他说。

据介绍,安徽迎驾集团获得了智能化示范企业的称号,并且被授予国家级绿色工厂的称号。“我们对企业的要求是,不但企业要干净卫生、现代化起来,还要把绿化、美化和艺术化结合起来,使我们的工人时尚起来,使我们的工厂跟上全国现代化的步伐。”

“品牌建设赋能企业发展”

“我们的企业从大山里走出来,进入到市场经济的大潮中,过去不知道什么是品牌,也

不懂得市场,遇到了很多挫折和挑战。”倪永培表示。

因此我们就大企业学习,学习它们的酿造技术,学习它们的管理经验,一步步成长起来。“通过近几年的品牌建设,迎驾集团的品牌价值、品牌形象逐渐提升,企业每年都在以 10%以上的速度不断增长,而且增长的速度越来越快,这就是品牌的作用,也是创新的作用。”他说。

近年来,随着人民生活水平的提高,消费升级,酒厂的数量减少了,但名酒厂的销售额、利润都在以两位数的速度攀升。“这就是品牌价值的体现,所谓品牌,就是在人们心目中的公信力”,倪永培说。

在此情况下,迎驾集团采取了很多措施来提高品牌的公信力,把让迎驾集团的品牌走向全国、走向世界作为自身使命。“我相信,我们不是没有名牌,我们要从地方名牌,逐渐成为全国名牌,直至走向世界,树立信心坚持做下去,品牌就一定能够打造出来,把振兴民族工业作为己任,我们迎驾可以做到。”他说。

倪永培介绍,近年来,迎驾集团寻找品牌建设的突破口,提出了生态酿造的理念,通过不断地实践,形成了六位一体的生态酿造体系,逐渐建立了生态白酒的标准与体系,形成一种白酒的世界语言,让迎驾走向全国,走向世界,这是迎驾未来的品牌之道。

“企业家就是以企业为家”

倪永培认为,企业家精神在创新和高质量发展方面对企业有着重要的引领作用。

“我觉得,企业家就是以企业为家,一个企业的领头人就要一心一意铺在企业上。企业家最大的示范引领作用就是作为企业的领头人,一定要坚韧不拔,不能被困难压倒,只有持续不断地奋斗,企业才能不断成长,也才能使企业各级干部和全体员工树立信心。”倪永培说,此外作为企业家也不能盲目,要脚踏实地、开拓创新、勤于学习、善于研究。

当前,中国正在从中国制造向中国创造转变,由中国速度向中国质量转变,由中国产品向中国品牌转变。针对酿酒行业如何酿造更好喝的酒,倪永培认为,只有消费者认为健康好喝的酒才能真正立住脚,这就是质量。酿酒行业把酒酿造好需要借助现代科技,同时不能违背酿酒的规律,要尊重自然,敬畏自然,利用自然规律,利用微生物群落把酒做好。“未来怎样酿造更好喝的酒? 还需要在风味上进行研究,使中国白酒真正成为广大消费者的玉液琼浆,人人都会喜欢。”

“我们每一家企业都要立志使自己的品牌走向全国、走向世界。中国白酒也一样,随着中国人越来越多地走出国门,吃中餐喝中国白酒,中国白酒一定能走向世界,我对中国白酒未来的前景充满信心。”倪永培表示。