

## 兰陵集团成功获选 齐鲁技能大师 特色工作站

近日,山东省人力资源和社会保障厅公布“齐鲁技能大师特色工作站项目建设单位名单”,山东兰陵美酒股份有限公司成功获选。

齐鲁技能大师特色工作站是山东省人力资源和社会保障厅为加强高技能人才队伍建设组织实施的高技能人才培养特色载体建设工程。主要依托在技能含量较高的行业、大中型企业和职业院校中工作的高技能人才以及部分掌握传统技能、民间绝技和非物质文化遗产的技能大师,围绕高科技产业、战略性新兴产业、先进制造业、现代服务业和经济社会发展急需、紧缺行业(领域)建设的工作站。

2017年至2020年,全省每年遴选建设25个齐鲁技能大师特色工作站。山东兰陵美酒股份有限公司能够成功入选齐鲁技能大师特色工作站,是与公司优秀的技术团队、悠久的酿酒生产工艺和完善的科研生产设备等强大实力分不开的。多年来,公司大力实施人才强企战略,搭建了行业领先、结构优化、梯次合理的人才队伍,为公司发展提供了强有力的支撑。公司目前与江南大学、齐鲁工业大学等高等院校就技术队伍培养、微生物发酵技术、酿造工艺等方面开展产学研合作,有效提升了企业研发与成果转化能力。

公司目前有1人享受国务院特殊津贴,中国白酒工艺大师1人,中国白酒酿酒大师1人,国家级评酒委员4人,省级评酒委员10人,齐鲁首席技师4人。公司充分利用省级企业技术中心和管桂坤劳模创新工作室等创新平台,在管桂坤、尹福等大师的带领下,积极开展带徒传技、技能攻关、技能革新、课题研发等一系列活动。

此次获选齐鲁技能大师特色工作站项目建设单位,是对兰陵美酒高技能人才培养工作的充分肯定。接下来,兰陵美酒将进一步发挥好平台支撑和人才引领作用,加快推进公司高技能人才队伍建设,促进行业交流与互动,为推动企业乃至行业高质量发展提供强有力的技能人才支撑。(鲁軒)

## 华致酒行 2019年净利增逾四成

日前,华致酒行连锁管理股份有限公司发布2019年业绩报告。公告显示,2019年华致酒行营业收入达37.38亿元,较2018年度增长37.38%;实现归属于上市公司股东的净利润3.19亿元,较2018年度增长42.06%,整体业绩情况延续了华致酒行自上市以来的稳健增长态势。

据悉,华致酒行自2019年1月29日登陆A股资本市场,成为酒类流通行业第一股。该公司以全国化保真连锁经营模式作为自身的核心竞争优势,构建了包括连锁酒行、华致酒库、华致名酒库、零售网点、KA卖场、团购、电商、终端供应商在内的全渠道营销网络体系,为广大消费者提供全球保真精品酒水服务。而作为酒类流通领域率先取得“中国驰名商标”的行业领军企业,华致酒行已连续四年入选“中国500最具价值品牌”。

在B端渠道方面,15-18年华致酒行品牌门店数量从294家增至800余家,零售网点数从2788家增至4190家,渠道力日益增强。同时,为迎合酒流通领域消费升级趋势,2019年5月,公司推出华致酒库升级版——华致名酒库,旨在打造新零售共享经济酒水服务平台,实现线上线下、线下体验,为消费者提供订购、配送等一体化的便捷服务。

在C端建设方面,公司于2019年推出的华致优选微信小程序平台进入了利润收割期,运营能力和效果显著提升,现已成为华致酒行新的业绩增长点。据悉,华致优选整合各式茅台、五粮液、十七大名酒、53优名酒、钓鱼台、日本威士忌、法国名酒庄等全球精品酒水于一体,通过熟人信任背书可成功影响消费者心智,大大提高了消费者决策效率。此外,华致优选平台上的所有产品,都要经过“三级保真鉴定”:先由专业鉴定师对产品的包装和外观进行初检;再由鉴定专员通过检验酒花、闻味等手段进行复检;最后茅台等产品还要经过资深鉴定专家进行终检,从而全方位保障消费者权益。

华致酒行与核心酒企的合作不止于产品经销代理,更在于基于行业大数据打造适合消费者需求的优质产品。据了解,华致酒行与其上游酒企合作开发并独家代理了贵州茅台酒(金)、五粮液年份酒、钓鱼台精品(铁盖)酒、荷花酒等高毛利优质产品,备受市场青睐。而这也推动了华致酒行产品组合的不断优化,高毛利的总经销产品随着公司渠道扩张,收入占比逐渐提升,利润贡献也大幅增长。

与2019年年报同期披露的还有华致酒行的2020年一季度业绩报告,报告显示,公司2020年一季度营业收入达12.95亿元,扣非归母净利润达9741.44万元。对此,天风证券研报资料显示,华致酒行2020年一季度扣非归母净利润同比增长近30%,总体超预期。公司依托强大的产品定制能力及全球采购资源,搭建一体化B2B供应链管理平,顺应品牌化、规模化、连锁化、专业化趋势,市场空间广阔。(华行)

# 河套酒业:坚定走质量效益发展之路

■ 吕俊岐 母新利

2020新春以来,一场突如其来的新冠肺炎疫情打乱了人们正常的生活、工作节奏。面对疫情,“北方第一窖”内蒙古河套酒业集团股份有限公司积极行动,做到疫情防控、生产发展两手抓、两不误,确保产品质量安全,满足消费者需求,坚持走好质量效益发展之路。

## 落实企业主体责任 科学推进复工复产

河套酒业作为行业著名食品生产企业,严格落实企业主体责任,在确保做好疫情防控工作的前提下,有序推动复工复产,强化企业疫情防控主体责任,做到了疫情防控和复工复产两不误。

公司快速反应,加快“线上化”办公步伐。通过微信群工作群推送疫情防控防护知识,引导大家顾全大局,同心协力,共同参与防控。此外,与总部员工、各地业务人员、经销商建立实时沟通机制,实行健康日报制度,不断提醒员工、经销商注意做好个人和家人的安全健康防护,安排业务人员把更多的服务“线上化”,通过网络办公,来更好的服务经销商。

企业创新性地以社会责任到位、党建工作到位、防控机制到位、内部管理到位、员工排查到位、员工关怀到位、宣传教育到位、防控物资到位等“八个到位”全面落实企业防控主体责任。

同时,制定复工方案建立完善现场安全管理及应急处置机制,积极申请经主管部门批准有序组织施工员工返岗,加强对到岗人员的检查,加强生产质量管理,做到在复产前、复工中将疫情防控的各项措施落实到位,确保安全复工。

## 确保质量安全 保障市场供应

疫情期间,河套酒业积极确保价格稳定、质量安全、保证市场供应:首先,企业加强自律,承担社会责任,履行企业社会职责,努力稳定产品价格,营造良好的市场氛围,为全民站“疫”做出表率;其次,牢固树立“质量第一,



用户至上”的质量理念,在防控疫情的同时,始终践行工匠精神,严把产品质量关,确保原粮质量,坚守纯粮酿造,严格遵循河套特色的酿造工艺体系,打造匠心产品,酿造出生态淡雅的河套美酒,让每一位消费者放心;第三,根据市场实际需求,发挥企业主观能动性,积极协调,确保物流运输畅通,加强生产经营场所以及市场人员的安全防护,确保产品供应链。

## 致力维护消费者权益 提升完善市场服务水平

从维护消费者权益角度出发,河套酒业一直致力于食品安全体系的构造,本着“以质取胜、安全至上”的生产理念和态度,为用户提供优质的产品,把维护消费者的合法权益作为一项重要工作来抓。严格落实食品安全主体责任和首负责任,强化食品安全风险过程管控,形成了质量有标准、出厂有评价、质量有跟踪、售后有反馈的食品安全管理体系,具体有以下四个方面的措施:一是健全完善食品安全管理机制,层层落实食品安全管理主体责任,做好行业引领示范作用;二是壮大科研人才队伍,加大技改投入,为食品安全提

供技术保障;三是专注生产过程管控,加强对各质量关键控制点的防范;四是加强信息化建设,健全产品质量安全追溯体系。

面对白酒消费的不断升级,多元化的消费需求,河套酒业开展白酒产品个性化定制服务项目,根据消费者婚宴、商务、生日、庆典不同需求,生产河套王定制化产品,满足消费者的不同需求,彰显消费者品位与个性,提升河套王品牌的知名度与美誉度。

同时,积极搞好消费者服务热线,倾听市场反馈,建立与消费者的互动机制,不断改进工作,提高服务质量,拉近企业与消费者的距离,营造良好的市场消费氛围。

## 强化创新驱动 实现高质量发展

面对新形势下的严峻挑战,河套酒业依靠科技创新,开展智能化、标准化酿酒生产,不断提升产品质量,促进企业发展。企业顺应行业发展趋势,在保持传统固态纯粮发酵的基础上,大胆改进创新,率先在行业内实现智能化、标准化酿酒,酿造出具有“窖香幽雅、绵甜醇厚、协调甘爽、味净香长”的生态淡雅型

河套美酒,安全、绿色、高品质的河套酒为广大消费者所认可,开启了白酒的生态化和国际化酿造先河,保持了行业内的领先地位。

民以食为天,食以安为先。未来,河套酒业将继续秉承“质量第一、用户至上”的产品质量理念,提高质量诚信意识和食品安全法制意识,建立质量责任自律机制,不断提升河套酒业的质量管理成熟度;牢固树立“专业、诚信、领先”的经营理念,积极履行产品安全主体责任,建立食品安全长效机制,完善产品质量信用体系,稳定提高产品质量,接受社会和消费者的监督,构筑“舌尖上的安全”,为广大消费者提供至纯至真的河套美酒,不断提升产品的核心竞争力,走好质量效益发展之路。



# 青啤直播夜 慢酿好啤酒



■ 卞川泽

抢明星同款啤酒,享秒杀折扣优惠,与大咖网络互动,看名嘴你捧我眼。近日,青岛啤酒直播夜,邀你一起看直播,享“壕”礼。届时,超级慧说话IP作者慧慧与青岛交通广播主持人张磊也联袂出席直播间,为消费者直播推荐那些精心慢酿的好啤酒,同时还将在直播“锦鲤”,送出多重惊喜大礼。

## 抢“鲜”看 大牌明星云集邀你一起看直播

青啤直播夜,各界大牌明星也向粉丝们发出了直播“邀请函”。“欢迎大家来到青岛啤酒直播间,为大家准备了惊喜的大奖,参与直播的用户只要下单即有机会赢取专属好礼,等你来拿。”北京国安足球俱乐部球员张稀哲纷纷在线邀约,抢“鲜”为粉丝们揭秘青啤直

播夜多重福利好礼。在青岛啤酒节上连续斩获九届“酒王”称号的任光超,也做客直播间,以特约嘉宾的身份为现场观众送出多样幸运大奖。

## 选好酒 华晨宇同款网红啤酒不容错过

青岛啤酒经典1903、青岛纯生、王子海藻苏打水、炫奇、复古罐、极地罐……众多广受消费者好评的产品都在直播间出现任君挑选,不仅青岛啤酒平日热销的网红产品一应俱全,还能见到市场上较为少见的“收藏款”青岛啤酒,和你一起相约四月,畅饮春天。

看直播,自然要抢明星代言同款。青岛啤酒品牌代言人、实力唱作人“花花”华晨宇最喜欢的青岛啤酒夜猫子啤酒也在本次直播中与大家见面。除此之外,青啤直播夜,凡通过直播间下单的用户即可参与抽奖,赢取华晨宇签名照。

## 品风味 酿酒大师直播讲述啤酒那些事儿

直播期间,主持人慧慧与张磊“名嘴化身

段子手”,在国内唯一的啤酒博物馆——青啤博物馆,用幽默风趣的讲解,与大家共同领略百年青啤博物馆中的美酒佳人,别样风情,演绎复古经典。

值得一提的是,本次直播还邀请青岛啤酒制造副总裁、酿酒大师董建军、青岛啤酒科研开发中心主任尹花来到现场,开讲“啤酒那些事儿”,让消费者了解每款啤酒背后的酿造故事、设计理念以及产品特点,让荧屏前的消费者可以清晰的选择自己喜爱啤酒风味;同时,国家啤酒评酒委员朱蕾也携手名嘴,现场分享诸多啤酒的品评体验,“云上”教你品评啤酒如何更专业。

除此之外,青岛啤酒还在直播中带来数场“秒杀”环节,让你不必“大秀手速,苦苦守候”,就能够低价到抢购心仪的啤酒产品。据悉,本次青啤直播夜,邀请好友共同观看直播也能获得精彩好礼,“直播将设有邀请榜,邀请榜前6名的观众,且符合邀请粉丝数量,青岛啤酒将送出手机、电脑等好礼。”值得一提的是,青岛啤酒在直播中还特意设置了“寻锦鲤,抽大奖”的互动活动,在直播期间,凡通过直播间下单的客户,即可参与抽奖互动,幸运用户将获得每月两箱青岛啤酒系列产品,全年不少于365瓶(听)的啤酒大礼包。

# “做好酒,敬中国” 美的庄园威代尔冰酒获世界金奖

■ 王玺霖

近日,在法国巴黎举办的2020FIWA、FIWABio和FISA法国国际葡萄酒、有机葡萄酒及烈酒三项大奖赛圆满落幕,集安美的庄园酒业有限公司生产的“威代尔冰酒”在法国荣获最高奖项大金奖。

这次大奖赛在法国国家海关总署严格监督和程序审核下,以全球国际专家Expert Agreed为主要评委的专家评审团对来自法国、意大利、瑞士、卢森堡、西班牙等20多个国家3000多款葡萄酒、有机葡萄酒及烈酒进行评选,其中我国新疆、山西、黑龙江、吉林、河北、山东、四川、宁夏等260款产品参赛,70余款产品获奖。法国评委会对本届获奖酒款将在2020年第三届上海进博会国际活动上进行高端专业推广,直接与全球采购商进行商务对接。

美的庄园酒业有限公司始建于2003年,集安境内的鸭绿江河地处东经126度,北纬41.35度的独特地理位置,是世界上独一无二、不可复制的山葡萄酒优势产区,具有生产山葡萄酒的优良条件。特殊的气候及火山堆积岩



特殊的土壤成分生长着双优、双红、左优红、公酿、北冰红等多种特色的山葡萄酒,其酒为红宝石色,具有浓郁悦人的蜂蜜和杏仁复合香气,成为葡萄酒珍品中的极品原料,不仅可以加工成干葡萄酒、甜葡萄酒,还可以生产冰葡萄酒,其令人惊诧的品质是其他任何葡萄所不能媲美的,是目前国内培育出的第一个酿造冰葡萄酒的山葡萄酒品种。未来可能成为世界最好的葡萄酒生产原料。由于集安山葡萄酒品质好,国内大的葡萄酒生产企业都使用集



安山葡萄做原料,其产品已经得到国内外市场的认可。葡萄酒营养丰富,品位高端,是人们最喜爱的产品之一。精工细酿酿造出深邃宝石红色的精美葡萄酒,品味纯正,饱满成熟浓烈甘凉,香气扑鼻,营养和抗老化指标高于同类葡萄酒的3到4倍。

“做好酒,敬中国”。美的庄园秉承着这一宗旨,经多年发展,现已有占地面积4540m<sup>2</sup>的生产基地;年葡萄酒加工能力为5000吨,葡萄酒原液贮藏能力为4200吨;2018年公司更新了

全部灌装车间流水线,从而大大提高了加工能力和生产效率,年产葡萄酒已达到400万瓶,现有中华红系列、美的庄园系列及高句丽系列葡萄酒共十几个品种,目前,产品已经销往全国多个地区,尤其以深圳、广州、上海等大城市为主要销售区域,产品品质得到广大消费者的普遍认可,逐渐树立起了代表集安山葡萄酒品质的集安品牌。

“美的人”也在努力,他们对高品质葡萄酒的追求已篆刻到每一个生产环节。多年来,他们竭力追求无公害绿色有机山葡萄种植,从源头上保证了葡萄酒的品质。为了不断提高产品质量,在酿造工艺上追求谨慎严格,生产车间实行一对一跟踪、零缺陷管理,每一瓶酒的诞生都注入了“美的人”的严谨与责任。有关机构检测结果表明,该企业的各种产品全都达到甚至超过国家规定的标准,为赢得国内外市场打下了坚实基础。

目前,集安美的庄园酒业有限公司借助获得国际大奖有利契机,积极谋划2020年市场营销对策,他们生产的各类葡萄酒已畅销长城内外,大江南北。