

做中国企业的思想者

企业家日报

中国酒

Chinese drinks weekly 周刊

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第158期 总第9829期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 责编:杜高孝 版式:黄健 全年定价:450元 零售价:2.00元

2020年7月25日 星期六 庚子年 六月初五

新闻周刊 | News bulletin

茅台集团同华为等六家企业密集座谈

近日,茅台集团分别与来访的中国石化销售股份有限公司、七冶建设集团、远大科技集团、中国电信贵州分公司、华为技术公司等举行座谈,各方就发挥行业优势,拓展多领域合作,与茅台进行交流。

7月上旬白酒批发价格总指数上涨4.99%

2020年7月上旬全国白酒商品批发价格发布,定基总指数为104.99,上涨4.99%。其中,名酒价格指数为106.01,上涨6.01%;地方酒价格指数为103.06,上涨3.06%;基酒价格指数为105.87,上涨5.87%。全国白酒价格环比总指数为100.12,上涨0.12%,其中名酒价格指数为100.17,上涨0.17%;地方酒价格指数为100.08,上涨0.08%;基酒价格指数为100.01,保持稳定。

30城联动 习酒推“君品·雅宴”

日前,2020年习酒“君品·雅宴”首站在贵阳举办。在去年“君品·雅宴”基础上,今年的“君品·雅宴”有了全新升级。

据君品习酒事业部相关人员介绍,首先,活动形式进行了进一步优化,场景布置更加整体统一,已经形成了鲜明的君品文化风格;其次,内容方面也更加丰富,“君品·雅宴”将深入地挖掘君品习酒的内涵文化。

7月31日起 河套酒业5款产品提价

日前,河套酒业集团销售有限责任公司发布通知,为提升“河套老窖”品牌形象,依据公司关于“区域或开发产品”实施“对标主序列产品”的管理要求,经公司研究决定,从2020年7月31日起,上调以下产品结算价格:

38度河套老窖品鉴3(1*6)上调5.5元/瓶;42度150mL河小爽(1*12)上调4.5元/瓶;38度450mL河套老窖(绿色,1*12)上调10元/瓶;45度河套老窖品鉴3(1*6)上调4.5元/瓶;42度河套宴酒(2018,1*6)上调11元/瓶。

喜力啤酒上半年销量下降13%

喜力(Heineken)表示,上半年业务受疫情影响爆发所严重冲击,收入、销量及利润皆有所下跌。上半年喜力经营溢利下跌53%,调整后盈利减少76%。啤酒总销量下跌13%,当中美洲、非洲、中东及东欧受到的冲击最大,拖累整体自然收入减少16%。

青啤100万千升 扩建项目竣工投产

日前,青岛啤酒平度智慧产业示范园100万千升扩建项目竣工投产。平度市委书记谢兆村,市长赵兴绩,青啤集团党委书记、董事长黄克兴,副总裁王少波等领导出席竣工投产仪式。

青岛啤酒三厂成为亚洲单体规模最大、生产效率最高的世界级智慧化工厂。产业园从产智融合、资源共享、数据打通、技术赋能等方面构建的互利共生的产业生态圈已经初具规模,优势凸显。(综合)

广告

**双汇熟食**
SHUANGHUI DELI

**三味更入味**

热线电话:400 990 3393
新闻热线:028-87319500
投稿邮箱:cjb490@sina.com



企业家日报微信公众平台二维码
中国企业家网二维码

1000元俱乐部 寡头的涨价游戏?

◎名酒领衔疫后涨价 ◎什么因素支撑了名酒向上 ◎寡头的主战场已经成型?

◀◀◀ P4

厚重的酒 至尊的爱

云门陈酿酒荣获“部优银杯奖”36周年纪念发布会举办



好山好水出好酒,酒因山而香远,山因酒而得韵。古九州之一的山东青州,文化的圣地,亦是酒的摇篮。青州诗酒相传,演绎出一幕悠悠传统文化之美。

3600年的酒香积淀,在这里悠然绽放。云门,白云而生,便扶摇直上,以“云”为名,入“门”而成。1974年,第一代酱香产品——青州陈酿问世,云门推开了酱酒之门。

2009年,云门与茅台、郎酒共同制定酱酒国家标准,云门打开了名酒之门。从青州云门到中国云门,云门完成了“境”的提升,成为中国“十大”酱酒品牌之一。

玉白云门陈酿承载着一代人的回忆,也承载着云门人的真诚与关爱。这份延续了36年的酱香陈酿,在烈日炎炎中涅槃重生,品质、包装双项提升,“部优”纪念版玉白云门陈酿经典上市!

2020年7月19日济南新闻大厦迎来了云门陈酿酒荣获“部优银杯奖”36周年纪念发布会。

会上,著名白酒专家栗永清先生讲述了1984年云门陈酿荣获部优产品的情景。纪念版玉白云门这款产品是在玉白大单品的基础上,进行的全面升级。首先酒质是选用贮存5年、8年、10年的,3、4、5轮的大回酒为主要基酒,加入一定比例的年份老酱酒进行勾调。栗永清宣读了“部优云门陈酿纪念酒”的专家感官品鉴:微黄清亮透明,酱香突出,陈香舒适,酒体圆润细腻、醇甜顺和丰满,余味悠长,空杯留香持久,具有高端酱酒典型风格。

玉白云门陈酿一直是云门酒业的大单品,其独占鳌头,口碑载道,屡获殊荣。更因在1984年获轻工部酒类质量大赛“银杯奖”的荣誉,被更多的人所熟知,自此开启了它的



辉煌之路。

在上世纪80年代,很多国内知名酒店都对云门陈酿给予了很高的评价,1988年,云门陈酿成为了北京饭店建店88周年的招待用酒,还有北京的全聚德烤鸭店、上海国际饭店等。在济南的南郊宾馆更是大受欢迎。时任山东省委书记的梁步庭,一直把云门陈酿作为山东省委/省政府的接待用酒。而今,玉白云门陈酿作为云门核心酱香大单品其产品销售逐年递增,其质量得到国家级专业认可,口碑绝佳,销量较同类单品,一骑绝尘。

酱酒的选择,始于品牌,忠于品质。云门之所以能够打造一瓶好酱酒,源于千年传承的酒文化,源于青砖古城好山好水的地理环境,源于对于传统工艺的坚守创新,源于对品质要求的不断追求……深谙酿酒之道的云门人知道,品质,是酱酒的价值

工艺,是酱酒的灵魂。云门人通过对茅台工艺彻底的学习,与青州三千年酿造技艺的有机结合,云门独创出国标酱酒“160操作法”,在传承基础之上大胆创新的云酱酿法,让云门陈酿酒更具品质和价值内涵。

同时,云门专注技术研发,与清华大学、中食院等高等院校、科研院所进行深度合作,完成“酱香白酒高温堆积工艺机理”和“云门酱酒对幽门螺旋杆菌影响作用”的科研项目,并达到国际领先水平。正如酒界泰斗周恒刚老先生说的,做酱酒要耐得住寂寞,慢工出巧匠,云门酒业就是在这样的坚持和坚守中一步一步走来。

一瓶厚重的酒,一杯至尊的爱,是时间的封赏,亦是岁月的陈酿,是酒,也是心意的表达。品质追求,匠心坚守,真诚缔造,精心雕琢,云门在历史的更迭传承中,创造了又一经典传奇。(据酒业新闻网)

立足国际视角 搭建交流平台

第一届国际烈酒(中国)大奖赛(ISGC)将于8月8日开赛

■ 李剑

为了促进中国白酒的与国际市场的接轨,今年8月8日,与第二届国际葡萄酒(中国)大奖赛(IWGC)同期举办的第一届国际烈酒(中国)大奖赛(ISGC)将盛大开赛,凭借国际水准、国内一流、中国特色、常设性大奖赛的定位,坚持严格、专业、规范、透明的办赛宗旨,本着大格局、高起点、国际化、广泛参与的原则,充分利用各自优势,通过资源整合,推动中国白酒与世界烈酒的交流和融合,实现互利共赢。

如今,随着中国酒类市场的不断发展,各类国际国内的烈性酒大奖赛不断涌现,公众对于此类大奖赛的认知不断加深,烈性酒酒企业在具有重要影响力的大奖赛中获奖,成为打开市场的试金石。同时一场大赛的举办

也能够为举办地带来一系列经济、社会效应,也能够加强促进酒行业业内、不同产区之间的沟通和交流。

搭建烈酒交流平台

随着中国的大国形象提升,大国崛起的政策红利,中国白酒文化需要向外输出。目前从国际上来看,白酒国际化还处于初级阶段。因为中国的白酒无论是工艺、香型还是度数都与国外烈酒区别很大。另外,从整个消费端来看,国外对白酒的接受度有限,但整体趋势良好。随着中国对外的开放,以及外籍人士在中国的旅游、观光、工作等频率的增高,中国白酒也有了国际化的基因。

此外,白酒行业深度调整以来,全国名酒开始加快推进品牌、产品、渠道和组织等全方位的市场下沉,不少名酒企业开始向周边国

家渗透,借助于国际会议、活动、赛事进行品牌传播和市场拓展,白酒国际化成为近年来的热门话题,国际化步伐也不断加快。因此,首届ISGC本着促进中国白酒对外发展交流的美好愿景,通过专业的评审团队,细致的服务工作,搭建一个烈性酒的交流平台,让大众更加深入了解中国白酒文化和内涵。

促进行业合作交流

一场具有重要影响力的国际性大奖赛所带来的附加效应不亚于一场重要的展会,通过对世界级酒类大赛的观察,我们可以看到,一场大赛为一个区域所能带来的能量:

首先,从推进城市经济和产业发展的层面,高水平的国际酒类大赛是一个城市的名片,也是对外开放的窗口和展示改革开放成果的重要舞台,举办大赛有助于提高举办城

市的知名度与影响力,推动相关产业的发展。像2018年5月在北京海淀区举办的布鲁塞尔国际葡萄酒大赛,当时对于宣传海淀区区位优势、名片起到了极大的助推作用。

其次,从企业层面,高水平的国际烈性酒大赛及其系列活动是信息、技术、人员交流的平台,中外企业、机构可以互相取长补短,提高借鉴。国际知名大赛的奖牌可以提升获奖企业的知名度与消费者对获奖产品的信任度,也是企业市场营销的有力武器。

最后,从消费和市场推广层面,一次成功的烈性酒大赛,对于烈性酒消费者来说无异于一场饕餮盛宴,对普及推广中国白酒文化和知识,培养消费群体,拉动市场消费都有极大的作用。国际性大赛期间的一系列活动也是举办国向世界宣传、展示中国白酒产业特色与进步的绝好时机。

复工复产业绩稳定增长

安宁烧酒第1599家门店开业

■ 亦可

日前,安宁烧酒四川高县符江财富中心连锁店开业,这是安宁烧酒全国连锁店的第1599家。安宁烧酒以“健康饮酒,安宁生活”的市场定位,获得广大消费者的好评。

四川安宁烧酒有限公司董事长、宜宾安宁酒厂总经理胡学川介绍,安宁烧酒以“清香、纯正、绵甜、净爽”为主要口感特点,1000多家连锁店分布在江苏、浙江、新疆、云南、贵州、四川等23个省市,目前主要以传统的散酒模式进行销售。

“安宁烧酒多年来依靠优质品质、实惠的价格,深受消费者喜爱。”胡学川介绍,目前,居家消费占安宁烧酒销售的三分之二,疫情影响了消费者外出吃饭喝酒,但并没有影响居家消费。复工复产后,销售迅速上升,销售业绩比往年同期增长10%。



为适应消费者的需求变化,安宁烧酒升级连锁店产品,推出枇杷、柠檬、樱桃等果酒和个

性化、定制化收藏酒,同时积极布局新零售,搭建互联网营销平台,让消费者不受时间、地点限

制,足不出户就能享受安宁烧酒送货上门服务。

“宜宾酒文化源远流长、引人入胜。”安宁烧酒高县符江财富中心连锁店负责人邓启会介绍,当日开张的连锁店70多平米,除了销售展示厅,还专门拿出空间打造了品酒品鉴室,旨在让顾客品尝美酒的同时,进一步加深对宜宾酒文化的了解,增加消费情感度。

邓启会介绍,他加盟安宁烧酒6年来,已陆续开了三家店,同时带动兄弟姐妹朋友们开店十余家,一些外地朋友前来品尝后也提出了加盟的想法。

安宁烧酒是以高粱、玉米等为原料,采用“非遗”川法小曲固态发酵酿造工艺,经老窖发酵、长期贮存、精心调制而成。

据了解,宜宾安宁酒厂坐落于长宁县开佛镇酒类食品产业园区,是一家生产、经营纯粮白酒的全国连锁企业,目前拥有“安宁、伟大、高兴、宜宾”四个品牌和产品。