

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179期 总第9850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8月15日 星期六 庚子年 六月二十六

新闻周讯 | News bulletin

郎酒庄园低空飞行体验项目正式启动

日前,郎酒庄园·西林凤腾通航战略合作暨首飞仪式在郎酒庄园天宝峰举行,郎酒庄园低空飞行体验项目正式启动。据悉,该项目仅限于郎酒庄园区域内的观光旅游,并不用作城际间的交通往来,来自庄园公司、二郎基地的80余位员工成为该项目的首批体验者。郎酒庄园低空飞行体验是郎酒庄园之旅的一个配套旅游项目,由西林凤腾公司按市场化原则运营,提供专业安全的体验服务。直升机从天宝峰起飞,将串联起美酒河、吴家沟生态酿造区、两河口生态酿造区、天宝洞、地宝洞、仁和洞、洞仙别院、千忆回香谷、十里香广场、金樽堡、红运阁、天宝洞休闲度假酒店等景致,让消费者从空中领略郎酒庄园。

天佑德青稞酒捐赠价值100万元的产品

日前,天佑德青稞酒物资捐赠仪式在宁夏回族自治区人民医院举行。据悉,为感谢在疫情防控期间作出重要贡献的医护人员,天佑德青稞酒特向宁夏回族自治区红十字会捐赠价值100万元的青稞酒产品。捐赠的物资经由宁夏回族自治区红十字会统筹安排,转赠给宁夏回族自治区人民医院与宁夏第四人民医院,两家医院是宁夏自治区收治新冠肺炎患者的定点医院。

TSINGTAO1903青岛啤酒吧台儿庄古城店开业

近日,TSINGTAO1903青岛啤酒吧台儿庄古城店,正式在国家5A景区台儿庄古城开业。TSINGTAO1903青岛啤酒吧布局全国,打造时尚新地标,又下一城。据悉,目前TSINGTAO1903青岛啤酒吧在全国开业门店超过百家,覆盖北京、上海、青岛、西安、大连、济南、深圳等全国59个城市。

丰谷酒王上调价格20元

日前,丰谷酒业发布《关于丰谷酒王价格调整的告知函》,文件表示,为顺应市场环境,维护品牌价值,即日起,丰谷酒王·10和丰谷酒王·12的公司供货价格上调20元/每盒,各渠道价格一并上调。值得注意的是,7月20日丰谷酒业曾发布《关于丰谷酒王全国区域停止订单及暂停供货的通知》,有业内人士认为,7月的停货通知是铺垫,8月的调价通知在预料之中。

“美酒河”重刻工程竣工

8月7日,位于赤水河南岸吴公岩上摩崖石刻“美酒河”重刻工程顺利竣工。本次整修历时一年,以打磨石刻汉字的线条、重新喷漆为主,预算耗资600多万元。

小酒市场未来一片“蓝海”

近些年,白酒市场上兴起了一股小酒热。市场调研显示,当前小酒市场呈现出三大特征:1.25-30元价格带正在成为小酒全新起跑线;2.低质时代远去,品质决定未来;3.年轻风不可回避,但个性化更为重要。对此,业内人士分析认为,在未来3-5年,整个光瓶酒市场规模可达1200亿,而其中的小酒市场,可达300-500亿元,小酒未来发展前景广阔。从市场容量来看,小酒市场是一个正在成长中的市场细分品类,未来市场将是一片“蓝海”。

2020年奔富“珍藏系列”全球首发

近日,Penfolds奔富正式向全球发布了2020年Penfolds奔富“珍藏系列”新年份葡萄酒。酒庄延续了传承自1844年的酿酒风格特色与理念,打造以单一葡萄园、单一产区或亚产区,以及多产区或多品种混酿为理念基石的诚意之作。全新系列由“双满分”奢华旗舰酒款葛兰许领衔,囊括了跨越五个年份的17款红葡萄酒,将年份与风土的精粹融入酒液。(综合)

小店经济将给酒业带来怎样的活力?

◎小店的新机会促消费、惠民生 ◎消费趋向社区化、便利化 ◎新工具获客方法“裂变拉新”

酿酒大师李家民入围“2019工匠中国年度十大人物”



王惟强

由中国商报社、机械工业经济管理研究院、工匠中国论坛组委会联合主办的“第四届工匠中国论坛2020年年会暨寻找工匠精神榜样——2019第四届工匠中国年度人物盛典”活动,将于8月28-29日在北京举行。著名酿酒大师、中国发明协会副理事长、四川省学术和技术带头人、四川省酿酒协会副会长、原沱牌舍得副董事长、总工程师李家民入围“2019工匠中国年度十大人物”候选人。

据了解,本届活动以“寻找工匠精神新榜样”为主题,将借助权威专家评议、公众参与、网络投票等形式,全面寻找具有工匠精神的个人和企业,树立标杆,以榜样的力量助推工匠精神的发扬和传播,使管理上追求思想革新、产品上追求独具匠心、质量上追求精益求精、技艺上追求尽善尽美的精神,使严谨、执着、敬业、专注、传承、创新等品质,渗透到各行各业的各个环节,通过广泛宣传和表彰各行各业涌现出来的具备“工匠精神”的榜样形象,依托传承和钻研,凭借专注和坚守,充分

展现创新引领、追求卓越的时代精神,为中国制造强筋健骨,为中国文化立根固本,为中国力量凝神铸魂,为中国梦想添砖加瓦。往届评选出仇士华、陈之骅等科学家,高凤林、胡双钱、李万君、顾秋亮等技能大师,季克良、赖高淮等酿酒大师,马化腾、冯军、李兴浩等企业家,沈鹏、吕远、茅迪芳、陈爱莲、韩磊、吴京等艺术家年度十大工匠和十大人物,以及行业新标杆奖等多个年度奖项。本次活动将在论坛期间隆重举行“不忘初心,凝聚匠心”荣耀之夜公益盛典晚会,特邀著名表演艺

家、舞蹈家、歌唱家、文艺工作者和心灵之声残疾人艺术团友情演出《千手观音》舞蹈、《共圆中国梦》歌曲等精彩节目。

李家民扎根基层从事生态酿造研发、质量安全工作30余年,首倡并构建生态酿酒、生态经营、生态文明、生态文化体系(写入国家级规划大学教材),定义生态酿酒国标准语,揭示固态发酵遵循的“五三”原理,创新提出食品感官风味成分形成及作用机理的“五味九觉”原理,原创原粮汽爆熟化、酿造艺术学、全P生态酿酒标准体系、多功能一体化仿生智能机器人等成果居国内领先水平。围绕“安全、优质、高产、低耗”构建沱牌舍得科研技术体系,主研科技项目130余项,有授权发明专利40项。承担创新国家级非物质文化遗产——沱牌曲酒传统酿造技艺,独创的幽雅风格白酒被列为国家标准,使企业产品由单一浓香发展为“一树五花”(浓香、酱香、清香、浓兼酱、酱兼浓),开发的吞之乎酒获比利时布鲁塞尔国际烈性酒大赛最高奖——金奖第一名,另8款产品分获6项金奖、2项银奖。

路漫漫其修远兮。在白酒文化挖掘和品质的深度研究道路上,李家民至今还在投入自己全部精力,对白酒的探索求证,不断破译中国酒密码,完善自己的酿酒技艺和个人修为。李家民在接受专访中说,我余生希望尽力把中国酒的品质研究得更透更深一点,把中国酒文化传播得更广更远一点。

随缘而盛今世缘 助推苏酒新发展

日前,备受业界期待的“2020第八届中国(南京)国际糖酒食品交易会”在南京国际展览中心隆重开幕。今世缘酒业副总经理胡跃吾出席开幕式,并在苏酒高质量发展论坛上,向与会嘉宾分享了今世缘高质量发展的源动力。

以“缘”为主题的今世缘展位设在主会场入口处,成为此次南京糖酒会现场最吸睛的靓丽风景。各具特色的今世缘旗下产品,让参观者流连忘返。中国酒类流通协会会长王新国、中国酒业协会副秘书长刘振国、江苏省酒

协会会长陈国锁等相关领导亲临今世缘展位,并对今世缘酒业近年来的发展给予了高度的评价和肯定。

作为南京糖酒会的重头戏,“后疫情时代中国酒业高质量发展论坛”江苏大会,围绕“苏酒高质量发展、产销同谱新篇章”主题,邀请众多酒业专家及酒企负责人针对当前中国酒业所面临的问题进行探讨,以寻求酒业发展的新机遇。在论坛上,今世缘酒业副总经理胡跃吾解答了与会嘉宾共同关注的话题——今世缘高质量发展的源动力。

胡跃吾表示,今世缘创牌24年来能够不断进步成长,得益于消费者对今世缘品质始终如一的认同,更得益于消费者对今世缘“缘文化”的认同。今世缘酒业是一个因缘而生,随缘而盛的企业,“缘文化”是今世缘独具特色的品牌文化,是今世缘高质量发展的动力来源。今世缘一直坚持拓展缘文化的内涵,从今世缘品牌倡导的“今世有缘,相伴永远”的缘文化,到国缘品牌主张的“成大事,必有缘”的感恩文化,每一步都见证了今世缘酒业高质量发展的创新动能。今世缘在聚焦文化品牌打造的同时,

同样注重产品品质的升级与创新。由今世缘独创的国缘V9清雅酱香白酒,以全新的酿造工艺、独特的香型、舒适的品饮体验,获得了越来越多高端人群的认可,自2019年8月18日在南京上市以来,单品销售额迅猛攀升。国缘V9的问世,以独创的“清雅酱香”拓展了传统高端酱香白酒空间,突破了产地限制,助力引领苏酒高质量发展再升级。

今世缘酒业独特的品牌文化与卓越稳定的产品品质得到了协会领导、行业同仁、媒体及广大消费者的赞誉认可。(企宣)

名酒发力“十四五” 战略发展塑愿景

杨孟涵

疫情渐退,各大名酒企业在快速恢复的同时,也开始着力于对未来的规划。

6月18日,泸州老窖集团召开“十四五”规划编制动员会,泸州老窖集团党委书记、董事长张良以“目标导向,做实规划,科技致胜,高法放权,成长人才,大力混改”为主题作动员。

7月7日,汾酒集团党委书记、董事长李秋喜主持召开第十七期党委(扩大)会议。除了传达山西省委的相关精神之外,此次会议也对汾酒“十四五”规划做了一个大体的构想。

7月29日,茅台集团举办“高质量发展、大踏步前进”战略研讨会(内部专场),这场战略研讨会的核心议题,就在于如何做好茅台“十四五”战略规划?在茅台看来,制定好“十四五”战略规划成为实现高质量发展、大踏步前进的内在需要。

值得注意的是,名酒企业“十四五”规划

的筹备、酝酿时期,恰好处在一个极为特殊的时段——

从酒业环境来说,经历了调整期的艰难之后,多数名酒再度走上发展的快车道,加剧的“强分化”形势已经全面凸显,也让名酒集群面临着与以往截然不同的行业形势,下一个十年,即“十四五”的全程和“十五五”的全程,这些名酒将会更为分化,因而提早规划未来,对领先者和追赶者来说都有着特别的意义。

从政治和社会环境来说,中美贸易摩擦的加剧和外部形势的严峻,让以往的经济增长道路面临“内循环”的转型,这无论对于外向型产业还是内向型产业来说,都是极大的考验。在这种状况下,身为国企的政治担当和社会担当,将是影响企业发展的重要层面。

从产业自身的内在规律而言,产品与渠道的革新从未停止,“十四五”期间,同样是行业整体革新的重要时刻。而疫情后,普通消费者对产品在“健康”“品质”“服务便捷”等方面的要求会

越来越高,这也反向影响着企业变革的方向。因此,在名酒企业着急酝酿、编制“十四五”规划的同时,我们也应从政治与社会担当、供需模式转型、行业格局变化与行业革新愿景这三个层面,来预测未来可能达成的行业愿景。

我们必须注意到,名酒企业绝大多数有着国企背景,这就意味着,他们未来将承担更多的政治责任与社会责任,这在外部环境剧变的时代背景下,有着特别的意义。

在茅台的战略研讨会上,茅台集团党委副书记、总经理李静仁提出,要突出大局站位的“高度”,强化战略研究的“精度”,拓展协同推进的“广度”,加大责任落实的“力度”,更强调“茅台的‘十四五’规划事关全省发展大局,是茅台集团作为国有企业和全省支柱企业必须承担的责任和使命”。这次会议上,茅台高层提出编制“十四五”要切实做到“吃透上情、摸清下情、了解外情、掌握内情”。

汾酒方面,汾酒集团党委书记、董事长李

秋喜从三个方面对汾酒未来的复兴战略和“十四五”规划作了重点阐述:一是研判战略发展环境,二是瞄准汾酒中长期复兴,三是规划“十四五”发展战略。

基于“疫情”的教训和整个食品行业的发展潮流,名酒企业在今后产品研发、渠道建设方面,将更为重视“安全”和“便捷”。譬如茅台在事关十四五的战略研讨会上,就一再强调,要筑牢安全、环保、质量“三条生命线”。

名酒对政治责任与社会责任的重视,意味着对中央“内循环”战略,将积极响应并加以落地,而这也影响到疫后的供需模式,意味着将更为重视挖掘国内消费市场。在行业格局与行业革新方面,大部分未入“三甲”的名酒企业都在制定“赶超”策略,这一点将在未来的“十四五”发展战略中有所体现,成为影响行业格局的重要因素;基于消费需求的变化,名酒在“十四五”期间,势必会针对渠道、产品进行新一轮变革。(酒协)

广告

双汇熟食 SHUANGHUI DELI

三重卤,更入味

剑南红

四川剑南红酒业有限公司

地址:成都市科华北路62号力宝大厦北塔21楼

客服:400-630-5999

新闻热线:028-87319500 投稿邮箱:cjb490@sina.com

