



柳林酒业提质技改万吨优质基酒项目全面启动

日前,陕西柳林酒业提质技改万吨优质基酒项目全面启动仪式在凤翔县柳林镇举行,宝鸡市人大常务委员会主任马秉宣宣布开工令。

宝鸡市委常委、宣传部长武勇超,宝鸡市常委、副市长毕晓明,宝鸡市政协副主席王虎贤,中国酒类流通协会常务副会长刘凤明,中国酒业协会、白酒技术创新战略发展委员会秘书长葛向阳,陕西柳林酒业集团有限公司董事长付小钢,宝鸡市人大秘书处长范同兴、宝鸡市财政局局长李朝明,宝鸡市国资委主任朱吉良,宝鸡市统计局局长王莉,凤翔县委书记赵永怀,凤翔县委副书记、县长王宏强等领导出席了此次全面启动仪式。中国食品发酵工业研究院院长崔建群、中国白酒产业经济学者联盟等多位行业专家以及赖高淮、梁明昌、白希智、栗永清、张五九、韩兴武等专家,宝鸡市各白酒企业代表等参加了启动仪式。

柳林酒业总经理柳林介绍,柳林酒业本次技改项目总投资投入30亿元,项目总占地面积约2000亩,设计基酒年生产能力3万吨,储存能力20万吨。项目建成后,将实现产值40—50亿元,税收8—10亿元。项目将分三期建设,目前开工的一期项目,将投资10亿元,占地800亩。一期项目预计3年内全面建成,届时,柳林酒业基酒产能将达到1万吨,储酒能力可达10万吨。

柳林酒业总经理柳林指出,柳林酒业30亿元加码提质技改项目,其实就是实现白酒“智能制造”,这也符合习近平总书记关于“要推进中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、制造大国向制造强国转变”的重要讲话精神。

中国酒类流通协会常务副会长刘凤在致辞中对柳林酒业投入巨资30亿元进行提质技改万吨优质基酒项目给予了高度评价,认为此次提质技改项目对提高柳林酒的质量提升柳林酒的品牌价值具有重要意义。

柳林酒业董事长付小钢在全面启动仪式上发表了热情洋溢的讲话,对柳林酒业未来的发展很有信心和信心,号召大家向陕西酒业学习,秉承“做酒先做人”的训诫,传承凤香型白酒酿造“德、艺、馨”的文化精髓,将“品质、品牌、文化、生态”作为柳林酒业品牌未来10年的发展理念,以工匠之心做好每一滴酒,实现“品质柳林”目标,树立“百年柳林”品牌。

他人为此次柳林酒业万吨基酒项目的启动,不单纯是生产基地的扩张和技术的升级,而是覆盖了从原料到产品、从产品到车间、从前台到后勤,涉及包装、仓储、物流、原料等诸多配套保障能力。

付小钢说,也深刻认识到优质产品的重要性,他在全面启动仪式上恳切表示,柳林酒业有决心和信心,向凤翔酒业学习,传承凤香型白酒酿造“德、艺、馨”的文化精髓,将“品质、品牌、文化、生态”作为柳林酒业品牌未来10年的发展理念,秉承“做酒先做人”的训诫,以工匠之心做好每一滴酒,为业界奉献一杯醇正的凤香基酒,实现“品质柳林”目标,树立“百年柳林”品牌。

依托项目与当地政府打造特色小镇及“酒城”对接,引进相关配套的包装企业,形成以柳林酒文化加工、酒文化体验、生态旅游观光一条龙的产业链群。

据了解,柳林酒业此次提质技改项目包括:凤香型白酒产能改造、储存和包装、物流园区、凤香型白酒研究所、检测中心、柳林酒文化产业园,并配套建设生物科技项目。依托项目与当地地理环境打造特色小镇及“酒城”,对接,引进相关配套的包装企业,形成以柳林酒文化加工、酒文化体验、生态旅游观光一条龙的产业链群。

柳林酒业新工程建设,是将酿酒技艺传承、酒文化传播、工业旅游体验三者很好的有机结合,以品质、健康、环保三位一体,整合产业集群化发展的优势资源,建设柳林人心目中的白酒工业4.0发展新模式,为中国凤香型白酒增添新的发动机。

付小钢董事长介绍说,在项目建设过程中,柳林酒业还将与中科院、国内一流酿酒科研院校合作,建立专业人才培养机制,同时还建立陕西柳林“凤香型白酒研究所”和“凤香型白酒检测中心”以及酿酒人才实训基地,开展基础性、前瞻性的科技项目,实行一道建立产学研联盟,其凤香型白酒发展。柳林酒业将充分利用现代科技手段和互联网大数据、酿酒自动化、智能化等前沿技术,推动行业管理手段、管理模式以提高,提升行业管理要求,增强酿酒企业的竞争力,更严格的要求,构建凤香型白酒的未来发展。(据酒业新闻网)

遗失启事

成都华银永业科技有限公司统一社会信用代码:91510108350603266P,营业执照正本遗失作废。

长城之巔 大国之酿

青花汾酒 30·复兴版在中国长城举行新品发布会



9月9日,以“长城之巔 大国之酿”为主题的青花汾酒 30·复兴版上市发布会在北京居庸关长城举行。据悉,在中国长城举行新品发布会在业内尚属首次。

著名长城专家、中国长城学会副会长董耀会、中国工程院院士、北京工商大学校长、中国食品科学技术学会副理事长孙宝国,凤凰卫视 COO、凤凰网 CEO 刘爽,故宫博物院研究馆员、中国民族民间工艺美术家协会会长范洪琪,中国国家博物馆副研究员马秀银,中国工艺美术大师邱金,书法家奚鹤,上海韩天衡文化艺术基金会秘书长朱晓东、作家、《舌尖上中国》、《风味人间》总顾问吴宏非,演播艺术家任志宏,金东投资集团副总,复旦大学华裔研究中心副理事长、复旦大学校友会副会长、经济学院全球校友执行会长赵建理、京东零售集团大商超全渠道事业群消费品事业部酒类采销部总经理松峰等业内专家及领导共同见证了青花汾酒 30·复兴版盛大发布。

汾酒党委书记、董事长李秋喜,汾酒党委书记、副董事长、副总经理刘卫华,汾酒党委委员、董事、副总经理杨建伟,汾酒党委委员、董事、副总经理蒋建伟,汾酒党委委员、总会计师高明,汾酒副总经理、汾酒销售有限公司总经理、总经理李俊,及生产、技术、营销部门负责人出席了此次活动,活动由知名主持人赵晋主持。

提品质 增品种 创品牌

2020年山东省白酒感官质量鉴评会议在济南举办

■ 于元楠

由山东省白酒协会组织主办的2020年山东省感官质量鉴评会议日前上午在济南开幕。山东省酒业联合会会长、山东省白酒协会会长崔振福,白酒产区部分行业协会负责人及来自全省白酒行业的200多名白酒专家、评委共同参加了本届会议。山东省白酒协会秘书长蒋彬主持会议。

姜祖谦会长在会上作了工作报告,他认为:“过去的一年全行业干部职工紧紧围绕转型升级、调结构、推动白酒行业供给侧结构性改革的进程,积极实施‘提品质、增品种、创品牌’的三品工程。深入扎实开展生产技术创新、品质创新、产品创新和营销模式创新,推动了行业转型升级,使山东省白酒行业继续保持平稳的发展态势。”主要表现为三个方面:

一、产品品质有了显著提高。随着消费升级以及消费理念、消费方式、消费主体的转变,鲁酒企业坚持创新驱动发展战略,加大科技投入力度,加快科技创新步伐,向高端市场发展,以新品质为引领,以次高端价格带为突破,不断地“大酒观规模,增加储酒能力,采用机械化、自动化、智能化和智能化酿造等先进工艺,大大提高了生产的产品质量和品质水平。

二、发挥优势酒种带动作用,推动鲁酒产品结构调优。鲁酒将特有的,具备独特创新的芝麻香型白酒的产品优势转化为市场优势,巩固芝麻香产区地位。以芝麻香型白酒为基础,采用香型融合工艺研发的创新产品,丰富了体系,优化了结构。同时还顺应白酒市场消费趋势,大力推进鲁酒特色的低度浓香型白酒和浓香型白酒的发展。从高端鲁酒战略发展联盟成立以来,各企业纷纷加大了中高端鲁酒的开发力度,内在品质提升,文化内涵丰富,让消费者在享受产品的同时,领略博大精深的鲁酒文化。

三、加快产区建设,推动鲁酒发展。2019年10月,安徽、高青、巨野与贵州仁怀、山西汾阳、四川邛崃、江苏酒洪等24个地区一起荣获“世界美酒特色产区”称号。山东三大特色产区获此殊荣,代表鲁酒特点和齐鲁地域特色。通过加快推动“世界美酒特色产区”建设引领作用,打造景区、拔倒井、花冠龙头企业带动,产业链条完整、产业规模居全国前列的白酒核心产区,培育了2家历史文化悠久、自然生态环境好、技术创新能力强、品牌突出的“文化鲁酒特色产区”,尽快形成优势互补的区域产业集群布局,全力推进“产区名酒”向“名酒产区”新跨越。

姜会长也指出了鲁酒目前的困难和不足之处。一是发展速度滞后,收入、效益低于全国平均水平;二是科技创新能力差,品质创新、结构创新、品类创新速度较慢,中低端产品比重较大等问题。三是受疫情影响较大,对企业造成了库存积压、资金严重不足,影响正常生产。针对存在的问题和不足,姜会长提出,鲁酒企业要坚定不移地提升产品品质,提升产品品质外,还要优化消费,提升品质,走差异化发展之路,把产品做优、做

特、做精。二是要继续以优势品种带动鲁酒产品结构优化,以新品质为引领,以次高端价格带为突破,不断地“大酒观规模,增加储酒能力,采用机械化、自动化、智能化和智能化酿造等先进工艺,大大提高了生产的产品质量和品质水平。

二、发挥优势酒种带动作用,推动鲁酒产品结构调优。鲁酒将特有的,具备独特创新的芝麻香型白酒的产品优势转化为市场优势,巩固芝麻香产区地位。以芝麻香型白酒为基础,采用香型融合工艺研发的创新产品,丰富了体系,优化了结构。同时还顺应白酒市场消费趋势,大力推进鲁酒特色的低度浓香型白酒和浓香型白酒的发展。从高端鲁酒战略发展联盟成立以来,各企业纷纷加大了中高端鲁酒的开发力度,内在品质提升,文化内涵丰富,让消费者在享受产品的同时,领略博大精深的鲁酒文化。

蕴含了华夏民族的原始精神,是一种源自民族本身的力量和民族文化的根。谈及“活态文化”,李秋喜表示,汾酒既是一个“鲜活载体”,又是一个“活态文化”。汾酒是中国白酒产业的奠基者、传承中国白酒文化的火炬手、中国白酒酿造技艺的教科书、见证中国白酒发展历史的“活化石”,是“国酒之源、清香之祖、文化之根”,是“中国酒魂”。“中国酒魂”的“魂”就是鲜活载体和活态文化的重要体现。也是之后汾酒文化工作的重要方向。

定位高端 汾酒战略添新品

此次发布的战略新品,定位高端。青花汾酒 30·复兴版吸取的中国山水绘画的意境,运用釉下青花非物理化学工艺,在瓶体上绘制充满中国意境的山山水水。并与汾酒核心的工匠精神的载体“汾酒老作坊博物馆”作为青花汾酒的品牌IP。青花汾酒 30·复兴版定位高端,李秋喜坦言:“今天我们在长城召开青花汾酒 30·复兴版的新品发布会,就是要将长城精神与汾酒复兴相结合,打造出一款为见证汾酒复兴和中华民族伟大复兴而生的高端化大单品。”

不仅如此,此次的青花汾酒 30·复兴版从酒体品质、外观研制、防伪溯源和销售模式等方面对青花汾酒进行了全方位升级,旨在为消费者提供更具体时代特色的产品选择,展示汾酒在新时代下焕发出的崭新面貌。对于这款战略新品,李秋喜寄予厚望:“青花汾酒 30·复兴版作为汾酒实现复兴征程中高端产品的突出代表,将在长城精神的引领下蓄势待发,乘势而上,在时代洪流中充分彰显青花汾酒的独特魅力。”

任志宏认为,国宝的价值就在于科学性、艺术性和历史性,这三种属性在青花汾酒 30·复兴版身上都有体现。卓越的品质、优质的产区、“活态文化”内核,青花汾酒 30·复兴版已经具备高端名酒的所有特点。至此,汾酒的战略布局再添一子,这一举措也被业内看做“汾酒复兴”的重要一步。

李秋喜在讲话中指出,长城作为中华民族的象征,与汾酒复兴的大基于一脉相承。汾酒与长城同为中华民族最为珍贵的文化和瑰宝,共同见证了一代代中华儿女对美好生活的向往和不懈追求。长城精神传承千载而生生不息,也是汾酒实现复兴要坚守的精神品质。

长城是延续至今的活态文化,其中

李秋喜在讲话中指出,长城作为中华民族的象征,与汾酒复兴的大基于一脉相承。汾酒与长城同为中华民族最为珍贵的文化和瑰宝,共同见证了一代代中华儿女对美好生活的向往和不懈追求。长城精神传承千载而生生不息,也是汾酒实现复兴要坚守的精神品质。

李秋喜在讲话中指出,长城作为中华民族的象征,与汾酒复兴的大基于一脉相承。汾酒与长城同为中华民族最为珍贵的文化和瑰宝,共同见证了一代代中华儿女对美好生活的向往和不懈追求。长城精神传承千载而生生不息,也是汾酒实现复兴要坚守的精神品质。

李秋喜在讲话中指出,长城作为中华民族的象征,与汾酒复兴的大基于一脉相承。汾酒与长城同为中华民族最为珍贵的文化和瑰宝,共同见证了一代代中华儿女对美好生活的向往和不懈追求。长城精神传承千载而生生不息,也是汾酒实现复兴要坚守的精神品质。

李秋喜在讲话中指出,长城作为中华民族的象征,与汾酒复兴的大基于一脉相承。汾酒与长城同为中华民族最为珍贵的文化和瑰宝,共同见证了一代代中华儿女对美好生活的向往和不懈追求。长城精神传承千载而生生不息,也是汾酒实现复兴要坚守的精神品质。

李秋喜在讲话中指出,长城作为中华民族的象征,与汾酒复兴的大基于一脉相承。汾酒与长城同为中华民族最为珍贵的文化和瑰宝,共同见证了一代代中华儿女对美好生活的向往和不懈追求。长城精神传承千载而生生不息,也是汾酒实现复兴要坚守的精神品质。

李秋喜在讲话中指出,长城作为中华民族的象征,与汾酒复兴的大基于一脉相承。汾酒与长城同为中华民族最为珍贵的文化和瑰宝,共同见证了一代代中华儿女对美好生活的向往和不懈追求。长城精神传承千载而生生不息,也是汾酒实现复兴要坚守的精神品质。

李秋喜在讲话中指出,长城作为中华民族的象征,与汾酒复兴的大基于一脉相承。汾酒与长城同为中华民族最为珍贵的文化和瑰宝,共同见证了一代代中华儿女对美好生活的向往和不懈追求。长城精神传承千载而生生不息,也是汾酒实现复兴要坚守的精神品质。

李秋喜在讲话中指出,长城作为中华民族的象征,与汾酒复兴的大基于一脉相承。汾酒与长城同为中华民族最为珍贵的文化和瑰宝,共同见证了一代代中华儿女对美好生活的向往和不懈追求。长城精神传承千载而生生不息,也是汾酒实现复兴要坚守的精神品质。

李秋喜在讲话中指出,长城作为中华民族的象征,与汾酒复兴的大基于一脉相承。汾酒与长城同为中华民族最为珍贵的文化和瑰宝,共同见证了一代代中华儿女对美好生活的向往和不懈追求。长城精神传承千载而生生不息,也是汾酒实现复兴要坚守的精神品质。

李秋喜在讲话中指出,长城作为中华民族的象征,与汾酒复兴的大基于一脉相承。汾酒与长城同为中华民族最为珍贵的文化和瑰宝,共同见证了一代代中华儿女对美好生活的向往和不懈追求。长城精神传承千载而生生不息,也是汾酒实现复兴要坚守的精神品质。

李秋喜在讲话中指出,长城作为中华民族的象征,与汾酒复兴的大基于一脉相承。汾酒与长城同为中华民族最为珍贵的文化和瑰宝,共同见证了一代代中华儿女对美好生活的向往和不懈追求。长城精神传承千载而生生不息,也是汾酒实现复兴要坚守的精神品质。

李秋喜在讲话中指出,长城作为中华民族的象征,与汾酒复兴的大基于一脉相承。汾酒与长城同为中华民族最为珍贵的文化和瑰宝,共同见证了一代代中华儿女对美好生活的向往和不懈追求。长城精神传承千载而生生不息,也是汾酒实现复兴要坚守的精神品质。

李秋喜在讲话中指出,长城作为中华民族的象征,与汾酒复兴的大基于一脉相承。汾酒与长城同为中华民族最为珍贵的文化和瑰宝,共同见证了一代代中华儿女对美好生活的向往和不懈追求。长城精神传承千载而生生不息,也是汾酒实现复兴要坚守的精神品质。

李秋喜在讲话中指出,长城作为中华民族的象征,与汾酒复兴的大基于一脉相承。汾酒与长城同为中华民族最为珍贵的文化和瑰宝,共同见证了一代代中华儿女对美好生活的向往和不懈追求。长城精神传承千载而生生不息,也是汾酒实现复兴要坚守的精神品质。

李秋喜在讲话中指出,长城作为中华民族的象征,与汾酒复兴的大基于一脉相承。汾酒与长城同为中华民族最为珍贵的文化和瑰宝,共同见证了一代代中华儿女对美好生活的向往和不懈追求。长城精神传承千载而生生不息,也是汾酒实现复兴要坚守的精神品质。

李秋喜在讲话中指出,长城作为中华民族的象征,与汾酒复兴的大基于一脉相承。汾酒与长城同为中华民族最为珍贵的文化和瑰宝,共同见证了一代代中华儿女对美好生活的向往和不懈追求。长城精神传承千载而生生不息,也是汾酒实现复兴要坚守的精神品质。

李秋喜在讲话中指出,长城作为中华民族的象征,与汾酒复兴的大基于一脉相承。汾酒与长城同为中华民族最为珍贵的文化和瑰宝,共同见证了一代代中华儿女对美好生活的向往和不懈追求。长城精神传承千载而生生不息,也是汾酒实现复兴要坚守的精神品质。

李秋喜在讲话中指出,长城作为中华民族的象征,与汾酒复兴的大基于一脉相承。汾酒与长城同为中华民族最为珍贵的文化和瑰宝,共同见证了一代代中华儿女对美好生活的向往和不懈追求。长城精神传承千载而生生不息,也是汾酒实现复兴要坚守的精神品质。

李秋喜在讲话中指出,长城作为中华民族的象征,与汾酒复兴的大基于一脉相承。汾酒与长城同为中华民族最为珍贵的文化和瑰宝,共同见证了一代代中华儿女对美好生活的向往和不懈追求。长城精神传承千载而生生不息,也是汾酒实现复兴要坚守的精神品质。

李秋喜在讲话中指出,长城作为中华民族的象征,与汾酒复兴的大基于一脉相承。汾酒与长城同为中华民族最为珍贵的文化和瑰宝,共同见证了一代代中华儿女对美好生活的向往和不懈追求。长城精神传承千载而生生不息,也是汾酒实现复兴要坚守的精神品质。

李秋喜在讲话中指出,长城作为中华民族的象征,与汾酒复兴的大基于一脉相承。汾酒与长城同为中华民族最为珍贵的文化和瑰宝,共同见证了一代代中华儿女对美好生活的向往和不懈追求。长城精神传承千载而生生不息,也是汾酒实现复兴要坚守的精神品质。

“玖藏”风暴 15 天召开 65 场客户中秋答谢会

■ 杨孟涵

“百城万店”品鉴活动还在火热推进中,玖藏西酒面对双节专题活动也同时启幕。一系列“战术组合动作”的背后,见证着一个品牌的强势崛起。

答谢着眼的消费者培育

15天,65场客户答谢会——玖藏西酒全规划策人、陕西七野牛商贸有限公司总经理牛学军决定,将面向陕西全省,以高频次、全覆盖的答谢活动迎接双节。

“2020玖藏西酒核心客户中秋答谢会”系列活动,从位于西安、宝鸡之南的杨凌拉开帷幕。其后,频率逐渐提高,以每天1场次、乃至于2—6场次的速度,同时在多地推进,颇有在全省市场“全面开花”之势。

9月2日—鄂邑,9月3日—彬县、岐山,9月4日—南郑、蓝田,9月5日,答谢会活动进入第一个高潮,咸阳、蒲城、旬邑、西乡、千阳、留坝、礼泉。

9月6日在礼泉、长安、宝鸡、周至,9月7日在商南、旬阳、临潼;9月8日在泾阳;9月9日在安康,9月10日在紫阳、武功等地。

按照15—20天举办65场次的总量来计算,平均每天需要举办3场次以上。与每个区域答谢会相对应的,则是针对当地消费者开展的“月饼”、“手机”、“笔记本电脑”等各类豪礼,统统上。

如果说几乎在同时予以推进的“百城万店”万人品鉴“活动”是着眼于消费者培育的话,那么这场同样高潮、高密度的“核心客户中秋答谢会”,则是兼顾消费者培育与厂、商协同。

香槟区采收 2020 年出色的年份

■ 张特

2020年8月17日,香槟区的部分地区开始了今年的采收第一剪;到9月,这个香槟区历史上最早开始的采收年份以出色的葡萄酒质量正式开始采收结束。2020年也标志着——首杰出三部曲的完美终结;如同之前的2018和2019年,天气情况成就了高量度的采收,而这也正是酿造一款伟大葡萄酒的首要因素。今年

区域酒庄如何突破走向全国市场？

市场分化的趋势下,区域酒庄承受的压力更大。一些曾笑傲国内的名酒板块,在新的调整期下,逐渐有被边缘化的迹象。那么对于这些板块的区域酒庄来说,全国化是其未来突围的唯一方向吗?

边缘化的微酒？

在全国的名酒地图上,微酒绝对是不容忽视的一环。曾以营销力闻名全国的微酒,拥有多个知名品牌,仅仅按照上市企业来估算,在19家白酒上市企业中,微酒就占据四席之多,比之川酒板块,也不逊色多少。

但是最新的一些经营数据表明,微酒板块的竞争力,可能比之前有所弱化。2020年半年报显示,古井贡酒、金种子酒、口子窖等微酒安徽四家营收合计为88.68亿元,净利润率为15%。这显示,微酒板块在全国白酒的版图中,有被边缘化的风险。

于微酒板块的占比。不仅比重很低,而且从企业的现实发展来看,大幅下降的营收也有一定比例。口子窖2020年上半年营收同比下降35.12%;古井贡营收同比下降7.82%;迎驾贡营收同比下降27.32%;金种子营收同比下降19.09%。这显示,微酒板块在全国白酒的版图中,有被边缘化的风险。

四家上市企业数量占全国白酒上市企业总数的21%,从这一点来看,约占7%的营收和净利润不成比例。与之比较,另一白酒板块川酒也同样有四家上市企业——五粮液、泸州老窖、舍得、水井坊。

其中,五粮液2020年上半年实现营业收入307.68亿元,归属上市公司股东的净利润为108.55亿元;泸州老窖2020年上半年实现营业收入76.34亿元,归属于上市公司股东的净利润为32.2亿元;舍得酒业股份有限公司2020年上半年公司实现营业收入10.26亿元,实现净利润1.64亿元;水井坊上半年实现营业收入1.84亿元,归属于上市公司股东的净利润为1.03亿元。

这样看来,川酒板块四大上市企业的营收合计402.32亿元,净利合计143.42亿元,占到白酒板块上市公司营收的31.8%,总净利润率29%,远高于微酒板块。

不止是高端产品承压,这些区域酒庄的扩张努力也受到打击。口子窖方面,其省外市场的扩张受



实际上,“玖藏西酒核心客户中秋答谢会”,不止是聚集经销商、终端商、核心消费者的盛宴,更是厂商沟通、传达“玖藏精神”、群策群力推动品牌向前发展的重要载体。

在9月5日举行的咸阳答谢会上,群贤毕至,嘉宾云集。陕西西酒品牌运营有限公司副总经理韩建科、陕西西酒品牌运营有限公司品牌经理景国强、陕西七野牛商贸有限公司董事长牛学军、玖藏西酒咸阳经销商及各区经销商、终端商以及行业媒体嘉宾共400余人到场参与,玖藏西酒品牌号召力之强,于此可见一斑。

此次活动中,从位于西安、宝鸡之南的杨凌拉开帷幕。其后,频率逐渐提高,以每天1场次、乃至于2—6场次的速度,同时在多地推进,颇有在全省市场“全面开花”之势。

他透露,在今后发展的规划中,西酒将持续推进品牌聚焦和整合工作,全面整顿中低价位子品牌,有提升优秀品牌市场竞争力,同时也将对年份酒实行管控,全力支持玖藏西酒这样有团队、做市场、思路开阔、大手笔运作的优秀品牌。

牛学军在致辞中,则表达了对咸阳市场的期望——他坚信当地经销商,在玖藏西酒品牌传播策略的加持下,在消费者抬头看到,低头也要看到,无缝衔接的传播推广下,咸阳市场年销1000万的目标将会很快实现。

“玖藏”速度体现的是厂商协同

从5月至今,玖藏西酒动作不断,接连推出多个微酒度、频次高的市场活动,且各个活动之间的衔接极为紧密,形成了一个波次又一个波次的高潮。

值得注意的是,这些战术动作的推进,是厂、商一体、协同配合的结果。在这个过程中,玖藏西酒运营团队的执行力、各区域经销商的协同力,体现的分外明显。

在彬州,与玖藏西酒已经合作了三年多的经销商杨开明,对此感触颇深,他感谢在各项活动中玖藏团队的精心指导,也这样接地气地感谢十分赞赏。年初至今,彬州市场近200万的销售成绩,证明了玖藏西酒各项市场行动的卓越成效。

在宝鸡,万顺酒水批发张云发早在玖藏西酒上市之初,即开始与之合作。玖藏西酒品牌运作方对市场的那种支持,他看在眼里、记在心头,双方合作推进的每一步,同样印象深刻。2年间连续每年增长率皆达到30%以上的

健康状态。葡萄酒平衡清新、果味浓郁、香气饱满,酒精度在10—10.5%之间。

由于Covid-19疫情的影响,使得香槟区2020年的采收需要到葡萄园及压榨中心约12个月的季节才能实现。考虑到当前的健康防疫措施。考虑到各家酒庄及果农的采收速度较往年略有提升,但由于涉及到不同村庄及不同葡萄

品种间的果实成熟度,采收期仍然维持在三周左右的时间。对葡萄果粒和果核的品质以及对果实含糖量的检测使每一位果农都能够把握葡萄的最佳成熟期开始采收,并对所有能够地区出最佳的采收路线。凭借出色的2018/2019—2020三部曲,香槟将会在调配中有完美表现,并且极有可能酿造杰出的年份香槟酒,在全世界人民期待的Covid-19终结庆祝活动中大放异彩!

专家学者们在公司负责人的陪同下,先后深入金徽曲曲中、酿酒车间、员工公寓、养酒窖、酒文化展览馆等地实地考察,并就酒道文化与陇酒文化开展交流研讨。研讨会,省酒类商品管理局副局长沈明程作讲话,沈明程说:“作为江河上游最著名的金徽酒,雄踞黄河右岸、长江上游流域,于中国酒业而言绝无仅有。江河佑金徽,百姓享福。尤其是在传承创新江河水文化的复兴中,金徽酒更是责任重大、更勇于担当,为推进江河文化发展做出自身应有的贡献。省委省政府高度重视陇酒产业发展,金徽酒是我省白酒业的领军企业,应当首先冲在前列,在做好自身高质量发展的同时,注入江河文化的新内涵,讲好金徽故事,注重生态文明建设,打造出更多高品质的品牌名酒,把金徽酒做的更大更强。”

中国酒类流通协会会长助理、云商研究院副院长、西酒会创始人吴勇表示:“一带一路”开创了大国崛起新模式,金徽酒在丝路担当大旗。随着“双循环”经济方针的推行,产业发展到了新引擎。陇道文化与陇酒文化交流研讨会是一场思想的盛典,各位专家学者从不同的角度、观点、研究方向各抒己见,这必定会成为中国酒业的一次大事件。“潮平浪阔,风正一帆悬”,展望未来,相信金徽酒携手社会各界,共同开创中国酒业更加美好的未来,共同为中国酒业的发展作出新的更大的贡献。

西北师范大学文学院院长马世年题为《陇右文化与华夏文明传承》的主题演讲,就陇、渭流域的伏羲文化与黄帝文化、陇南周秦文化等详细阐述,并就金徽酒文化如何结合华夏文明传承文化提出宝贵意见。他说:“甘肃华夏文明传承创新区是迄今为止唯一的国家级文化创新发展平台,对于我省的文化建设有着非常重要的意义。建议省委宣传部、省社科项目规划办公室等要进一步加强对华夏文明理论研究的支撑,同时更依托甘肃先秦秦文化史学研究中心等机构,做好伏羲文化与黄帝文化、先周文化与早期秦文化、丝路文化与前丝路文化等领域的基础理论创新。”

与此同时,多位业内专家学者全面梳理分析了陇酒的发展路径与发展机遇,共同为陇酒的突破与飞跃建言献策。金徽文化评论家、资深媒体人赵建明、微县教育教研室副主任王义、微县文化馆馆长曹鹏鹏分别就生态文旅建设、微县未来发展以及陇酒文化与酿酒业发展建设了深度演讲。大家一致认为,陇酒文化历史悠久,金徽酒作为陇酒的一面旗帜,有其独特的酒文化精神,在今后的发展更要坚持文化自信,发挥自身历史悠久的巨大优势,不断强化金徽酒系列产品的品质,让酒香飘满全国各地,早日走出国门,走向世界。

此外,有专家表示,疫情后消费水平的恢复不如此前乐观,有限的消费能力能否支撑起区域酒庄的高端化理想和全国化理想,也是一个未知数。(据中国酒业新闻网)

不止是高端产品承压,这些区域酒庄的扩张努力也受到打击。口子窖方面,其省外市场的扩张受

于微酒板块的占比。不仅比重很低,而且从企业的现实发展来看,大幅下降的营收也有一定比例。口子窖2020年上半年营收同比下降35.12%;古井贡营收同比下降7.82%;迎驾贡营收同比下降27.32%;金种子营收同比下降19.09%。这显示,微酒板块在全国白酒的版图中,有被边缘化的风险。

四家上市企业数量占全国白酒上市企业总数的21%,从这一点来看,约占7%的营收和净利润不成比例。与之比较,另一白酒板块川酒也同样有四家上市企业——五粮液、泸州老窖、舍得、水井坊。

其中,五粮液2020年上半年实现营业收入307.68亿元,归属上市公司股东的净利润为108.55亿元;泸州老窖2020年上半年实现营业收入76.34亿元,归属于上市公司股东的净利润为32.2亿元;舍得酒业股份有限公司2020年上半年公司实现营业收入10.26亿元,实现净利润1.64亿元;水井坊上半年实现营业收入1.84亿元,归属于上市公司股东的净利润为1.03亿元。

这样看来,川酒板块四大上市企业的营收合计402.32亿元,净利合计143.42亿元,占到白酒板块上市公司营收的31.8%,总净利润率29%,远高于微酒板块。

不止是高端产品承压,这些区域酒庄的扩张努力也受到打击。口子窖方面,其省外市场的扩张受

“仰韶文化发现100周年纪念酒”在河南发售

仰韶文化,举世闻名。2021年,仰韶文化发现将迎来一百周年。日前,由河南仰韶酒业有限公司研发的“彩陶坊地利·仰韶文化发现100周年纪念酒”在河南省三门峡隆重发售。

据介绍,此款纪念酒是在原彩陶坊地利的酒基础上,从生产工艺、口感等方面进行全面提升优化升级,历经时光淬炼,更香、更醇、更陈、更柔、限量发售,将成为商务人士的宴饮新选择。

相关负责人告诉记者,仰韶彩陶坊系列酒是仰韶酒业的战略大单品,分为“天时”、“地利”、“人和”三大系列,自2008年上市以来,每年保持30%以上的增长率。2018年“天时”酒规格为“太阳”、“月亮”、“星星”三款产品,2019年仰韶酒业又推出了“地利典藏6”、“洞藏9”两款中端产品,不断丰富仰韶彩陶坊酒的产品结构体系。

(原文)

西贤雅集 金徽论道

蜀道文化与陇酒文化研讨会在金徽酒举行



日前,蜀道文化与陇酒文化交流研讨会在美丽的金徽生态酿酒园隆重举行。中国酒类流通协会会长助理、云商研究院副院长、西酒会的创始人吴勇,甘肃省酒类商品管理局副局长沈明程,西北师范大学文学院院长马世年等省内知名专家学者、媒体人应邀出席会议,共同探讨蜀道文化与陇酒文化的深厚渊源。

专家学者们在公司负责人的陪同下,先后深入金徽曲曲中、酿酒车间、员工公寓、养酒窖、酒文化展览馆等地实地考察,并就酒道文化与陇酒文化开展交流研讨。研讨会,省酒类商品管理局副局长沈明程作讲话,沈明程说:“作为江河上游最著名的金徽酒,雄踞黄河右岸、长江上游流域,于中国酒业而言绝无仅有。江河佑金徽,百姓享福。尤其是在传承创新江河水文化的复兴中,金徽酒更是责任重大、更勇于担当,为推进江河文化发展做出自身应有的贡献。省委省政府高度重视陇酒产业发展,金徽酒是我省白酒业的领军企业,应当首先冲在前列,在做好自身高质量发展的同时,注入江河文化的新内涵,讲好金徽故事,注重生态文明建设,打造出更多高品质的品牌名酒,把金徽酒做的更大更强。”

中国酒类流通协会会长助理、云商研究院副院长、西酒会创始人吴勇表示:“一带一路”开创了大国崛起新模式,金徽酒在丝路担当大旗。随着“双循环”经济方针的推行,产业发展到了新引擎。陇道文化与陇酒文化交流研讨会是一场思想的盛典,各位专家学者从不同的角度、观点、研究方向各抒己见,这必定会成为中国酒业的一次大事件。“潮平浪阔,风正一帆悬”,展望未来,相信金徽酒携手社会各界,共同开创中国酒业更加美好的未来,共同为中国酒业的发展作出新的更大的贡献。

西北师范大学文学院院长马世年题为《陇右文化与华夏文明传承》的主题演讲,就陇、渭流域的伏羲文化与黄帝文化、陇南周秦文化等详细阐述,并就金徽酒文化如何结合华夏文明传承文化提出宝贵意见。他说:“甘肃华夏文明传承创新区是迄今为止唯一的国家级文化创新发展平台,对于我省的文化建设有着非常重要的意义。建议省委宣传部、省社科项目规划办公室等要进一步加强对华夏文明理论研究的支撑,同时更依托甘肃先秦秦文化史学研究中心等机构,做好伏羲文化与黄帝文化、先周文化与早期秦文化、丝路文化与前丝路文化等领域的基础理论创新。”

与此同时,多位业内专家学者全面梳理分析了陇酒的发展路径与发展机遇,共同为陇酒的突破与飞跃建言献策。金徽文化评论家、资深媒体人赵建明、微县教育教研室副主任王义、微县文化馆馆长曹鹏鹏分别就生态文旅建设、微县未来发展以及陇酒文化与酿酒业发展建设了深度演讲。大家一致认为,陇酒文化历史悠久,金徽酒作为陇酒的一面旗帜,有其独特的酒文化精神,在今后的发展更要坚持文化自信,发挥自身历史悠久的巨大优势,不断强化金徽酒系列产品的品质,让酒香飘满全国各地,早日走出国门,走向世界。

此外,有专家表示,疫情后消费水平的恢复不如此前乐观,有限的消费能力能否支撑起区域酒庄的高端化理想和全国化理想,也是一个未知数。(据中国酒业新闻网)

不止是高端产品承压,这些区域酒庄的扩张努力也受到打击。口子窖方面,其省外市场的扩张受

于微酒板块的占比。不仅比重很低,而且从企业的现实发展来看,大幅下降的营收也有一定比例。口子窖2020年上半年营收同比下降35.12%;古井贡营收同比下降7.82%;迎驾贡营收同比下降27.32%;金种子营收同比下降19.09%。这显示,微酒板块在全国白酒的版图中,有被边缘化的风险。

四家上市企业数量占全国白酒上市企业总数的21%,从这一点来看,约占7%的营收和净利润不成比例。与之比较,另一白酒板块川酒也同样有四家上市企业——五粮液、泸州老窖、舍得、水井坊。

其中,五粮液2020年上半年实现营业收入307.68亿元,归属上市公司股东的净利润为108.55亿元;泸州老窖2020年上半年实现营业收入76.34亿元,归属于上市公司股东的净利润为32.2亿元;舍得酒业股份有限公司2020年上半年公司实现营业收入10.26亿元,实现净利润1.64亿元;水井坊上半年实现营业收入1.84亿元,归属于上市公司股东的净利润为1.03亿元。