式等举措,提升华润股份在一线城市的竞争 要从"消费者连接、消费者运营多渠道营销、

五粮金樽的底气 在哪里?

以"五粮力作,品质如金"为主题的五粮 金樽·樽系列新品上市发布会近日在四川成 都费尔顿大酒店隆重举行。五粮金樽正式与 全国渠道商、消费者见面,并响亮的提出了做 强名酒品牌次高端产品的口号。

在当前一线品牌、区域品牌纷纷布局"次 高端"市场的竞争格局中, 五粮金樽提出做 强、做实次高端市场的底气在哪里?

身出名门无可比拟

樽全国运营中心董事陈啸洋以及来自全国各 地的经销商等 360 余人受邀出席了本次活

等 108 道工艺措施保证了五粮液产品的品 酿造工艺,身出名门,品质自然无可挑剔。

是专为满足各消费层次客户打造的梯度产 品,此系列产品迎合了消费者对高质量消费

专业团队强劲有力

这是一个品牌林立、繁杂纷争的时代,五 粮金樽提出做强做大的底气还有更深层次的

种力量来自于一线名酒的担当, 那就是勇于 挑起"次高端"的大旗,从200元到600元之 间的优质产品, 五粮金樽恰到好处的撑起了 这个价位段。

作为五粮液浓香公司的一个新产品,将 整合公司各项优势资源,在服务和资源两方 面给运营商赋能,解决商家的顾虑,并通过深 挖品牌文化,以消费者为核心,围绕品牌故 事、产品故事、文化故事讲出内容,让消费者 了解一瓶好酒、喝到一瓶好酒,真实的感受五 粮浓香的品牌价值、品质价值。五粮浓香公司 也将与运营商一起将五粮金樽打造为"定位 清晰、价格明确、单品突出、市场持续"的五粮

三百多位与会者更关心政策支持与未来 的发展空间, 五粮金樽全国运营中心总经理 王雷进行了系统的阐述, 他从行业发展的角 度从当前消费需求的转变, 到渠道需求的升 级,延伸到五粮金樽的产品特点、价值优势、 产品定位等。对于合作伙伴的支持,有市场体 系建设、品牌造势宣传、市场运营指导、产品 动销策略、团队管理培训指导等;未来的战略 规划以打造核心样板市场为基础, 完成配套 组织架构、以团购渠道为重点突破口,建立健 全渠道运营体系,实现核心市场超千万销售 目标。其战略目标从成都市场为起点, 甄选 3-5个战略市场,最终实现五粮金樽走向全 国,成为全国性的五粮系大品牌战略目标。

同时五粮金樽全国运营中心董事陈啸洋 明确的提出了将以"真金白银的投入、真心实 意的帮扶、真抓实干的精神"做大做强五粮金 樽酒,给所有到场的商家吃了一颗定心丸。

五粮浓香公司指出, 随着樽系列产品的 上市, 五粮金樽品牌的产品体系将进一步完 善,整个五粮金樽品牌也将进入发展的快车 道。"

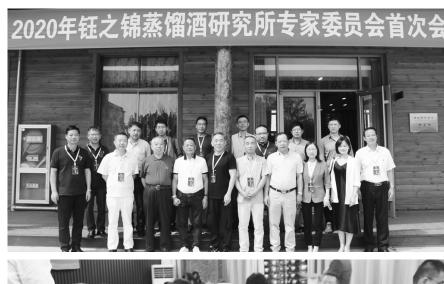
身出名门,金强为盾、专业运作,五粮金 樽·樽系列产品的上市,为一线名酒的次高端 战略吹响了号角,为五粮浓香公司"二次创业、 再铸辉煌"的发展承担了重要的担当与使命。

成都华昶永业科技有限公司(统一社 会信用代码:91510108350603266P) 因执 照被吊销决定注销公司。请公司的相关债 权债务人于本公告见报之日起 45 日内向 公司申报相关债权债务。

从 2000 年以来, 威士忌被众多中国消费者奉若至宝。从最初的夜场商务招待到今天的精品威士忌酒吧, 饮用场景越来越丰富; 接踵而至的威士忌酒 展,更令人目不暇接。威士忌不但俘虏国人的感官,更吸引了无数资本竞相入场。

一中国威士忌的先行者

为中国烈酒正名 靠品质闯出市场





香气:带有紫罗兰的花香,温带水果香, 8年的积累 如苹果、甜杏;牛奶糖和百香果的香气,尾香

道,单宁感中等,收尾干净,酒体中等偏上。

限公司出品的威士忌,经自主研发,潜心经 家沟镇安香寺村西北,遗址遗留的汉白玉柱 营,开创国产威士忌新时代。

国际化视野 领先布局中国威士忌

烟台海市集团董事长仲崇沪说,据网络 特征又展现着历史与文化的厚重感。 资料显示,全球烈酒市场容量(消费口径) 2092 亿美元,行业总收入 916 亿美元, 质,在做威士忌的生产与灌装,集团董事长 酵罐。 2015年我国威士忌酒行业销量约2275.1万 仲崇沪2010年便有了自己做单一麦芽威士 沃族蒸馏车间内共有16个1500升的 特口味和适宜冻饮,与派对结合向年轻人传 2014年的 9.13亿元增长了 25.96%。2015 市生产单一麦芽威士忌铺出了道路。 年,我国进口威士忌酒已达1576.9万升。由 段,但是上升速度飞快。中国消费了大量的 蒸馏厂考察学习。2015年夏天,酒厂购置第 有两台 1500 升容量的壶式蒸馏器,一台用 威士忌,主要来源于进口,而自己本土的威 一批蒸馏设备进行调试,并聘请有丰富蒸馏 于初馏,一台用于精馏。 士忌并没有形成很大规模的发展。所以在威经验的专家进行技术指导。 士忌生产和市场这一块中国还有很大的发 展空间,市场需求也很大。

许是一连串外国品牌。但若限定为中国威 到百分之百达标,这就给威士忌生产带来了 忌。 士忌,"涌金"这个名字必然不会被遗漏,因 一定的困难。首先是粉碎,大麦颗粒饱满程

熘厂,这也是中国第一个单一麦芽威士忌的 理想。为此花费了一个周的时间探讨研究实 士忌。定期从各个桶中抽取小样,举行威士 带来更加个性化的特点和选择性,因此对酵 蒸馏车间,填补了中国威士忌产业的空白。 验,甚至去面粉厂请教,终于解决了:先将大 忌品鉴会,邀请业内专家、威士忌爱好者品 母的品种要求需求很强烈。

黄二海,东临烟台,南接青岛,北与天津、大 整个粉碎过程只需要调整一次对辊间隙,大 连等城市及朝鲜半岛隔海相望。境内分布 大减少了粉碎时间。 黄水河、平畅河、战山河、平山河等主要河 大麦的种类有很多,国产的,进口的,特 流,市域内地下水资源丰富,水质优良。蓬莱 种的,一级的,特一级的等等,他们走访几家 地处中纬度,属暖温带季风区大陆性气候, 麦芽厂,国内的麦芽指标是按照啤酒的要求 在一个几乎由进口产品主导的市场,海 此外,海市集团与中国食品发酵工业研 年平均气温 11.7℃,年平均日最高气温 生产的,没有威士忌需求的指标麦芽。2个 市威士忌需要靠品质闯出属于自己的市场。 究院确立战略合作关系,成立了蒸馏酒实验 28.8℃,年平均日最低气温-2.3℃,极端最高 月的时间筛选理化数据,麦芽种类。先选货 通过品评在橡木桶中熟成3年的酒体可 室用于研究威士忌的酵母及糖化酶。双方此 气温 38.8℃,极端最低气温-14.9℃,年平均 源有保证并且理化数据较为接近的,接下来 发现,涌金原酒液在没有添加焦糖色的前提 次合作,将探索培育中国特色的酵母菌种, 降水量 664mm,年平均日照量 2826 小时, 就是糖化实验,这个实验工人没日没夜地倒 下就已呈现漂亮的深琥珀色,此时酒精度在 酿造出中国特色的威士忌产品。中国是未来

水资源条件,同时适宜的温度、湿度条件及

蒸馏厂始建于 2010 年,2013 年建成,

李景明,中国食品发酵工业研究院教授宋绪 是一家成立于1997年,最早致力于葡萄酒 的酵母作对比试验,发现酵母也有很多种, 磊,中国食品发酵工业研究院教授江伟,美生产的民营企业,发展至今已有20多年历 挑选了几款威士忌酵母,又选了几款大麦酵 国 BJCP 认证啤酒评委、wset 四级、日本 SSI 史,现已成为了一家综合酒类生产加工型企 母,这酵母价格也是惊人,1000 多一包 清酒研究院 sake master 认证张凯等专家, 业和贸易服务企业。海市的产品线覆盖葡萄 (500g),采购这批酵母花了将近 10 万元,好 对沃族(蓬莱)葡萄酒庄有限公司研发生产 酒、威士忌、白兰地、伏特加、利口酒等,其见 蒸馏的不同风味威士忌进行品尝,共同认为 证了中国葡萄酒行业的发展,也开启了本土

口感:入口较柔顺,醇厚,麦芽与蛋糕味 强形式装瓶发售的本土品牌单一麦芽威士

专家一致认为:蓬莱市钰之锦蒸馏酒有 个寺庙,该寺庙位于蓬莱城东 10 公里的刘 神严格把控生产流程,需要时间的沉淀。 础材质、形制、风格均带有唐代特征,曾在此 槽,和热水混合后进行搅拌糖化。因为水质 大奖赛参评,并获得了CWSA双金奖。 发现隋朝经幢、唐朝汉白玉佛头、汉白玉佛 对威士忌品质影响大,海市采用的糖化用水 三日建",当地民间流传着"先有涌金寺,后 过反渗透处理降低水的硬度。 有蓬莱阁"的说法。以涌金为名既突显地域

验简单测量下大麦的质量,由于国内威士忌 进口了干红葡萄酒桶,经过刨桶,烤桶和三 提起威士忌,首先跳入消费者脑海的或 稀少,大麦主要用于制作啤酒,质量不能做 个月的干白葡萄酒养桶后,用于熟成威士 开始追求个性化、特点鲜明、表达主题明显 为这是中国大陆第一个单一麦芽威士忌。 度不一致,导致破碎比例失调,不停地调整 大量波本桶、雪莉桶,并用树莓酒、柠檬汁、 馏和贮存,对原料和酵母等发酵过程不会很 它出产自中国山东省蓬莱市沃族酒庄蒸 粉碎机对辊间隙,消耗很多时间,效果还不 桃汁养了众多果味桶,用于熟化各类风味威 蓬莱市地处胶东半岛最北端,濒临渤、 麦过下筛子,然后用温水淋湿,再进行粉碎, 鉴指导。

无霜期平均206天,相对湿度65%,年均风 替连轴操作,请来的专家3天只休息了5个 68度以上,通过闻香能感受到舒服的花香与 威士忌最大的消费市场,海市将成为新兴市 小时,调整工艺,整改设备,制作工具,熬了 橡木桶香气,没有酒精的刺激感。加水稀释后 场的领头羊,打破传统的威士忌产区概念,

手。发酵会不时有几罐染菌、发酵不彻底,发 蒸馏设备于2015年竣工,在这个车间中,金 细菌是哪里来的?用取样器抽取各个部位的 样,显微镜观察80%的数据指向罐口处,原

如今的涌金威士忌就在沃族酒庄蒸馏 后变成温暖辛香。 与闻香统一,甜度适中,有果酱和果干的味 忌,"涌金"的背后有许多不为人知的故事。 厂中生产着,从发芽磨碎到发酵蒸馏再到陈 涌金名字来源于沃族蒸馏厂附近的一 年装瓶,一瓶好的威士忌诞生需要有工匠精 的偏见,严控品质,每两个月进行一批次生

2005年前海市就有进口威士忌的资 从糖化槽中取出,经过过滤和降温后注入发 GARRA)。

升,行业销售市场规模约11.5亿元,同比 忌的想法,到2013年,沃族酒庄的建成为海 不锈钢发酵罐,投入的麦芽汁在恒温的发酵 达出了年轻、狂野、个性和充满活力的品牌 罐中经过72个小时发酵,在啤酒酵母的作精神,颇受年轻人喜爱,威末樱桃利口酒也 2015年初,海市酿酒团队先后到中国 用下糖被分解为酒精和二氧化碳。发酵完成 在2018年的中国环球葡萄酒与烈酒大奖赛 此可见,中国的威士忌产业一直处于萌芽阶 台湾、日本、苏格兰、美国、澳大利亚等地的 后的酒液会被注入蒸馏器中蒸馏。车间装配 上获得了 CWSA 双金奖。

二次蒸馏后集取酒精度 70 度左右的新 生产时单批次的大麦都要进行浮沉实 酒,注入橡木桶中进行陈年熟成。海市专门

多品类发展

海市为扭转消费者对于中国烈酒粗糙 产,每批次产出约五百瓶。海市将乔恩特精 首先,麦芽经过适度磨碎后投入糖化 酿金酒送至 2018 年中国环球葡萄酒与烈酒

像等,经幢上书铭文"开皇五年十一月二十 取自当地地下100米以下的深井水,并经 的进一步提升,海市在利口酒生产上也有了 突破,采用艾草、丁香、藏红花等近30种中 糖化过程利用大麦粒发芽后自身带有药材神秘配方黄金比例,经过浸泡蒸馏等多 的酶把淀粉转化为糖,将混有麦芽粒的麦汁 道工序,海市精酿出威末利口酒(GARRA

威末利口酒酒精度达 32% vol,因其独

差异化研发 探索独特个性威士忌

随着精酿理念的深入人心,很多消费者 的威士忌产品。这种变化趋势也给威士忌的 除了红酒桶、干白桶,海市集团进口了生产技术带来很大的改变,以前大家强调蒸 重视,现在个性化的酵母和原料会给威士忌

> 在此背景下,海市集团于2019年成立 了钰之锦蒸馏所、钰之锦蒸馏研究院。钰之 锦蒸馏所拥有一台 500L 小型蒸馏设备,用 于开发威士忌、金酒、朗姆酒、利口酒等一系 列蒸馏酒。

蓬莱可谓是依山傍水,气候宜人。丰富 2个整月,前前后后大小蒸馏实验104次, 酒香变得更加开放与清爽,更多花蜜和谷物 提高国产威士忌知名度和国际影响力。

逆势上扬 便利店如何为酒业赋能?



的损失的。啤酒营销在线上发展,这只是应 点,也是对华润雪花"要打一个翻身仗"的呼 对疫情突袭的主要方向,只是一个销售渠道 的补充而已,这是我们的一些看法。",华润 啤酒 CEO 侯孝海在"2020 中国啤酒产业年

企業家日報中国酒

从一开始就确定了要打一个翻身仗,彻底 家的门店数量位居 2019 便利店企业门店数 对手的机会。"

出,随即,喜力星银借助"以广东为中心"的 联合,重启赖茅品牌,双方共同投资组建贵 食午是一个复合型社区新零售服务品牌,采 消费者的数字化阵地,品牌馆也是饿了么为 便利店——美宜佳,"利刃"直插珠江啤酒大 州赖茅酒业有限公司,加大开放合作,共谋 用人工智能、物联网大数据、5G通信等互联 快消品牌提供的解决方案之一

家。其中,易捷、昆仑好客以 27600 家、20000 量前两位,美宜佳以19236家的门店数量位

创新发展,为"赖茅"谋定新坐标,开启了百 量优势、动销能力及在零售行业的影响力, 茅将自身线上线下资源进行整合,推出"赖 锋品牌,有效提升消费者的就餐体验。 喜力星银将全面进驻广东市场,拉开向全国 在一起过心年"的春节推广主题口号,赢得

如今,无论是酱香酒体验店如雨后春笋

整期,便利店企业会更加"专注、聚焦、精耕 细作"。这里的精耕细作,除了在空间上加大

续关注社区布点、优化商品和到家服务,精 准触达和服务",同时,全渠道线上线下融合 度加深,底层经营逻辑从场地运营逻辑向客 户运营和供应链运营逻辑转化。

地位",而与美宜佳的合作或许可以看作是 消费者数据"方面,建立消费者有效连接。其 赛道,争取更广阔天地的法器,通过此举,触 "线上的发展是无法也不可能弥补线下 华润股份"积极践行决战高端举措"的发力 中,要建立"消费者私域数据银行,店内行 达更广泛的消费者,挖掘潜在的消费需求,

有分析称,借助于美宜佳强势的线下流 年品牌的"新征程"。从 2020 年春运以来,赖 体门店,打造出"超级方便商店"预煮鲜食先 线下融合互动优势,到与饿了么牵手,都将

在终端市场竞争日趋白热化的当下,酒 路狂歌,融入传统,更需要拓宽赛道,打破自 类产品无论是牵手便利店,还是与在线平台

"渠道为王"与"品牌致胜"需数字化助力

庄稼一样,成片"涨"了出来。

随着科技的发展,人们阅读习惯的改 酒企业数字化转型的动力。 变,逐渐摆脱了对传统媒体的依赖,新媒体

1个亿的广告给媒体,就不愁一年回收4个数字化浪潮下,"渠道为王"与"品牌致胜"也 持续地繁荣发展 亿的回款。于是乎,有了央视的天价标王拍 都需要新变革、新形式。正如我国十九大明 卖,有了强势区域媒体一旦抱着银子去晚了 确指出,我国经济已由高速增长阶段转型至

此外,"数字化"是全社会、全行业 崛起,数字化传播越发兴盛,似乎给传统媒 的趋势,在白酒行业也是如此。通过数字 发展模式成为酒企和渠道商纷纷布局的重 场竞争中能够赢得先机,获得长远发展。正 体猛砸钱,换取高额营销回款的日子也一去 化的转型与变革,企业的市场竞争力将得 头戏。随着大众消费时代的到来,消费者越 如中国酒业协会理事长宋书玉所描述的那 不复返了。那么,对于传统的白酒行业,如何 到有力增强。未来,企业间的竞争将不仅 发重视性价比,品牌意识不断强化,消费分 样,进入白酒产业发展的新时代,同样也进 在数字化时代实现转型,就显得尤为重要。 仅是资源、市场、资金的竞争,更是数字 布呈现广而散、层级多的特点,消费习惯则 入了全球经济一体化的新时代,"必须建立 与此同时,近年来,整个白酒行业产能 化转型与变革能力的竞争。在中国经济进 呈现多样性。未来,企业通过数字化营销与 中国白酒全新的表达方式,才能与时代接 过剩。随着白酒产业供大于求、消费多元化 入改革加速期的时代背景下,在数字化转 创新满足用户更"个性化"的消费需求,成为 轨、与世界接轨!"

一点,就"明天请早"!同时,一系列白酒品牌 高质量发展阶段。转型升级、转变经济增长 着互联网的迅猛发展,各行各业都开启"互 营销模式的升级改造,实现数字化营销模式 在占领最高灯塔的那一瞬,挥舞着旗帜,"看 方式将是中国白酒企业未来的重点工作,而 联网+"模式。互联网在逐渐改变人们生活 驱动业务增长也引起了业界的关注。业内专 啊看啊,买我买我"地振臂一挥,像施了肥的 高质量、标准化、个性化的产品也成为白酒 方式和消费习惯的同时,也在逐步取代传统 家普遍达成共识,未来会有越来越多的白酒 企业的重要目标之一,这是从根本上驱动白 线下门店营销模式,成为很多行业转型升级 企业在快消行业深耕经验及技术创新优势, 的必经之路。

那么,该如何做才能让整个白酒行业在 发展先机。在白酒企业数字化转型实践方 纵观当下酒水行业,"互联网+酒水"的 数字化营销建设之路,从而在未来激烈的市

弘扬水浒文化 打造生态酿酒

首届梁山义酒文化节举行

■ 李玉友

裹着秋的收获,携着秋的喜悦,近日,山 东梁山酿酒总厂有限公司新厂落成开窖仪 式暨首届梁山义酒文化节隆重举行。

山东省航运局原王栋局长、山东省白酒 协会蒋彬秘书长、济宁市工业行业发展服务 中心李广吉主任、江南大学国家科技园殷宝 良院长、梁山县马涛副县长、山东梁山酿酒 总厂有限公司董事长马克长总经理关金库 等领导和嘉宾出席。

梁山酿酒总厂有限公司总经理关金库 首先致欢迎词,他对各位领导嘉宾以及全 国各地经销商代表莅临现场表示感谢。

关金库介绍说,山东梁山酿酒总厂有限 公司建于1976年。2018年相应政府号召, 纳入退城进园重大项目建设,并与四川泸州 桂康酒业联合兴建新厂。2020年1月19日 搬迁进入济宁市(生物)食品科技工业园。 新厂区占地 109 亩, 计划分期投资 3.5 亿 元,建窖池600余个。酿酒班组10个,原酒 年产值 1.8 亿元,利税过千万。

目前投资8000余万新建的酿酒区、储 能力,并获得国家颁发的生产许可证。目前 牌、"梁山好汉"牌三大系列108个品种,深 仪式。

年生产 2000 余吨,商品酒 5000 余吨,实现 酒区、罐装区、成品库已落成,且具备了浓、 正在筹建具有水浒旅游文化主题的酒文化 酱、清香型、黄河滩生态小米深加工酒生产 体验馆。以高品质生产的"义"字牌、"水泊"

与赠书。一度被中国文化部酒文化协会评为 首届"中华地方文化名酒"、"中华文化名 酒","义"字牌注册被认定为山东省著名商 标。并成为山东省首批获"国家白酒生产许 可证"的专业生产厂家。 关金库表示, 站在新的发展起点上,我

受业内外专家、领导、知名人士的高度赞誉

们将继续遵循古法酿酒工艺,秉持匠心酿好 酒的义酒理念。弘扬水浒文化,打造义酒百

山东省白酒协会蒋彬秘书长、济宁市工 业行业发展服务中心李广吉主任、梁山县马 涛副县长分别在仪式上发表了致辞,对梁山 义酒乔迁之喜、义酒文化节开幕以及取得的 成绩表示祝贺。

会上,还举行了授牌仪式,山东省白酒 协会蒋彬秘书长分别向关金库总经理、马广 圣副总经理颁授53度度国義酱酒、42度柔 雅 5年义酒、2020 齐鲁白酒酒体设计优质 奖荣誉称号奖牌;梁山县市场监督管理局李 莱茵局长颁授了 2019 年度济宁市放心消 费示范单位荣誉称号奖牌。

此外,大会还举行了启动球触摸和封坛

一颗精品酒庄新星

丘山谷里,硕果飘香。日前安诺酒店 田径协会副主席兼中田公司董事长祝仁 兴、烟台市蓬莱区委常委、宣传部部长军 云、原东华大学副校长刘春红、烟台市葡 萄酒局局长高京涛、蓬莱区葡萄与葡萄 酒产业服务中心主任吴强、中国酒业协 会葡萄酒分会秘书长火兴三、烟台蓬莱 区总工会主席于风格、上海安诺其集团 股份有限公司董事长、安诺酒庄创始人 纪立军等以及来自艺术、金融、体育等领 域的近200名嘉宾,共同见证了安诺酒 庄的开庄仪式。

2013年,安诺酒庄的蓝图规划在区 景秀美的丘山谷启动,历经近8年的筹 备与建设,占地共1200余亩的安诺酒品 辞中表示,"品匠心独运,铸百年酒庄" 这是今天的开庄主题, 也是我们未来的 使命,我们希望把葡萄酒产业做好做仇

心地块——丘山山谷产区,以"酿一瓶丘 谷风土的酒庄酒"为理念,业态集群涵盖 了优质酿酒葡萄种植、葡萄酒文化推广 和交流、葡萄酒主题酒店、休闲旅游、周 养基地、5G 数字经济等。"安诺酒庄是「 国葡萄酒小产区的实践者,中国葡萄酒 产业融合发展示范区的践行者。"就像中 国酒业协会葡萄酒分会秘书长火兴三在 致辞中提到的,"放眼望去,一座新的精 品酒庄正在崛起,我们期望安诺酒庄能 够做出自己的特色,与丘山谷葡萄酒休 闲体验区的其他六大精品酒庄, 共同为 蓬莱'一带三谷'葡萄酒产业发展布局注 入新的发展动力,推进蓬莱葡萄酒产业 高质量发展, 也为中国葡萄酒产业的发 展做出更大贡献。

局,以"优质产区、特色葡园、精品酒庄 常委、宣传部部长牟云表达了对安诺派

庄致力于做精品酒庄的殷切期望。 日前,2020 蓬莱国际葡萄酒节正在 进行中,安诺酒庄开庄作为本届葡萄酒

酒产业创新发展、高质量发展的使命。 在开庄仪式现场, 上海中外文化艺 く 交流协会 上海抽象画会副会长王沅 安诺酒庄总经理李顺庆共同为"中外文 化艺术创作交流基地"揭牌。

品美酒、话发展、谋合作,为带动更 多企业、更多朋友来蓬莱投资兴业,进一 步加强企业家之间的交流,建立长效对 接机制,寻求更多合作项目,共同推动互 惠共赢发展,"e+汇百业联盟企业发展交

流中心"也将落户安诺酒庄。 如今,短视频对于旅游新经济发展。 带动效力,不容小视。为了与消费者的需 求同频共振,中国 5G 短视频直播(网 红经济)产业联盟直播基地在安诺酒庄 成立,未来,将积极探索新形势下葡萄酒 产业的新型传播方式, 开拓新的发展思

随后,来宾们对神秘的安诺酒庄进 行了参观,一睹安诺酒庄的全貌,参加了 采摘、品鉴、踩踏等活动

午宴开始前,安诺酒庄总经理李顺 庆与中国酒业协会葡萄酒分会秘书长火 兴三一同揭幕了安诺开庄新品——丘谷 葡萄酒。据悉,丘谷葡萄酒采用手工精 选,低温浸渍工艺,在橡木桶中陈酿12 个月,入口平衡饱满,单宁细致富裕,酒 体层次分明,余韵持久,透露着丘山谷的

力量。

当天下午,第二届尚乎艺"数"创享 展在安诺酒庄举行,作为中外文化艺术 创作的交流基地,安诺酒庄致力于推进 蓬莱葡萄酒文化与艺术合作的推广交 流,来自全国各地的艺术家们为来宾呈 现了一场葡萄园里的"艺术展",丰富并 开阔了大家的视野。

