产业化应用通过鉴定

日前,宿迁酒业集团、江苏乾隆江南酒业 股份有限公司、江南大学"乾酱白酒酿造工艺 关键技术研发及产业化应用"项目鉴定会在

有限公司总工程师周新虎、泸州老窖股份有 限公司总工程师张宿义、北京红星股份有限 公司总工程师艾金忠、贵州茅台酒股份有限 公司原副总工程师、中国首席品酒师彭茵等 鉴定会专家,共同出席了此次盛会。中国轻工 业联合会科技办李永智处长主持会议。

近几年,中国白酒已经进入"长期不缺 酒,长期缺好酒"的发展阶段,白酒从量级追 求向品质追求转变,消费者对更高品质白酒 有新需求,未来的产业升级就是酿好酒、卖好 化的前提下,继承传统工艺,并加以进一步地 提升和发展,推出符合消费者饮酒习惯的酒,

酿造工艺的改造与提升,以及对乾酱香型白酒 风味物质的分析,生产出的酒幽雅飘逸,入口 细腻圆润的产品,以适应现代消费理念。

多年来,乾隆江南酒业坚持"品类、品质、 品牌"三品战略,布局"酒业+科技+文化",始 力,把握产业和行业发展趋势;持续加大科研 投入, 乾隆江南酒业与江南大学成立联合实 验中心在微生物多菌种发酵技术运用、酒体 健康成分分析、风味物质研究和酒体创新、饮 后舒适度等方面深入研究; 将传统工艺与现 代生物技术有机融合,成功研发了以"乾酱香

酒酿造传统工艺,在酿造生产工艺及微生物 的优化、培养及复配方面进行了创新性研究, 实现乾酱白酒生产工艺的全过程控制,形成

鉴定委员会通过了"乾酱白酒酿造工艺关 键技术研发及产业化应用"项目鉴定,项目的 技术研究和应用成果得到各位专家的认可。项 目课题组勇于探索、敢于实践、大胆创新,从理

中国轻工业联合会科技办李永智处长在

型、芝麻香型、董香型白酒生产工艺特点,解 析与应用中国白酒酿造功能微生物,丰富了 别说这个事能不能干成,咱就说这个事 曾荣获省优产品、国家食博会金奖和布 "2013 年第七届山东省白酒行业评委年 话。 乾酱白酒香味因子与功能因子, 提升了乾酱 白酒风格特色。该项目建立了乾酱白酒的"多 粮配料、三曲共用、调温堆积、清蒸混入、石窖 发酵"独特的技术工艺。通过复合功能微生物 的应用,实现了发酵体系微生态的精准调控, 使产品的品质特色更加稳定、优质。

鉴定委员会认为项目总体技术达到国际 领先水平,一致同意通过鉴定。建议加快推广

宿迁酒业集团党委书记、江苏乾隆江南酒 业股份有限公司名誉董事长张建良在致辞中 表示,企业要想持续发展,要想做大做强,必须 依靠科技支撑,依靠科技创新,走科技兴企的 道路。乾隆江南酒业近年来的成长过程就是科 技创新、聚焦三品的发展过程,坚持创新+差 异,聚焦品类创新;坚持"传统+科技",聚焦品 质提升;坚持文化+体验,聚焦品牌建设。

前不久,经政府批准,由洋河新区政府与 江苏乾隆江南酒业股份有限公司共同组建成 立宿迁酒业集团。集团致力于做强酒企第二 梯队,做优产业倍增工程;做长完善全产业 链,做响整合区域品牌;做大战略合作平台, 做特洋河核心产区,体现酒都特色;走差异化

发展之路。 中国酒业协会理事长宋书玉在总结发言 中表示, 乾隆江南酒业也是把握住了这个重 要的契机,包括整个酒行业新的商业模式的 推行,新的品质价值表达体系的构建。在酒 都、产区、酒庄等这些引领酒业产业发展的方 向,乾隆江南酒业都做得十分优秀。近年来紧 紧抓住了这些机遇,推进了企业的发展。尤其 是在未来产品品质的提升上, 此次鉴定会就 充分的说明了乾隆江南酒业抓住了以技术创 新为核心推动力,提升了酒的品质。乾酱酒就 是在品质升级的同时做好了产品的表达的一 次非常好的尝试, 我希望乾隆江南酒业能成 为中小酒企在产业发展上的样板。乾隆江南 酒业在技术创新探索和企业发展思路上都值 得肯定。同时,我也坚信未来乾隆江南酒业在 酒都和产区的规划建设当中,会继续为酒业

杜安民退休后在家休息了不到一星 产区和产业的健康发展贡献自己的一份力 (据中国酒业新闻网)

怀县茅台镇家中找他。

2017年金秋,茅台集团原董事长季克良先生亲临古贝春,对公司的酱香型产品进行了品鉴指导。他感慨,他的老师杜安民先生34年前来武城 酒厂研制古贝元,时至今日,他"来迟了"。对于古贝元的品质,季老给予极高的评价,并挥毫题词:"南酒北酿 酱香传承。'

三代师徒传承匠心 37年演绎经典传奇

-山东古贝春公司酱香型古贝元酒发展历程纪实



决定搞两个实验池。当时生产设备简陋,

一朵傲然开放的奇葩。此酒具有"酱香突

览,但条件是展览完毕马上拿走,绝不出 领导的认可,1953年晋升为茅台酒厂生 业。 手。我试探性地问他多少钱可以考虑,他 产技术科长。 我都没卖,现在更是多少钱也不卖了。这 土也不服,但他在张子文书记无微不至

1983年,正是山东武城酒厂如日中 粮选择到进入池内发酵,每个细节他都

"酒厂正红火着呢,搞什么酱香不是 多此一举吗? 万一搞不成咋办? 别'搬起

石头砸自己的脚'! "茅台是南方的特产,北方能造出来 了。从此,武城酒厂的系列酒中又增添了 好酒在洞中。

闻。在全厂干部大会上,他发话了。

该不该干。大家想想,现在酒厂红火了, 鲁塞尔国际银质大奖。中央首长陈云夫 会"在济南举行,古贝元酒又摘得"2013 周晓峰董事长高度评价了杜安民先 不就是咱敢于创新吗?要是都按秦始皇 人、著名营养学家于若木品酒题词曰: 年度山东省白酒感官质量奖金奖"。这些 生为我公司研制酱香古贝元所做出的卓 他奶奶的老黄历办事,一辈子也出不来 "不是茅台,醇似茅台,空杯留香,香袭 荣誉的获得标志着古贝春公司的酱香型 越贡献。他指出,先生通过长期的酿酒实 '古贝春'! 所以固步自封吃老本,早晚要 人。" 吃亏。有人说我这是'搬起石头砸自己的 而杜安民老先生,哼着他的南方小 为下一步古贝元酒的市场拓展奠定了坚 培养了包括季克良在内的技术人员,还 脚',叫我说,不搬石头还盖不起楼来 调携妻带子在武城酒厂一住就是十年, 实的基础。 呢!"一席话说得在座的干部都低下了 与张子文及武城酒厂的干部职工结下了

要想造北方"茅台",离不开茅台酒 厂的帮助。但茅台酒厂是酒业老大,凭什 么和我们这个小字辈合作呢? 张子文当

有个"大媒"! 这个人应该是谁呢? 兰踏进门来。一见石永兰,张子文真是喜 莫测的市场所淘汰。 出望外。原来,他想到了时任贵州省副省 长的傅爱农,五、六十年代傅爱农曾任德 是机遇,那么不忘初心才是古贝元能傲 人的坚守和多位大师的匠心独运。

兰曾当过傅的秘书,这件事还得请石永 成,更得有周晓峰的执著与坚守!

第二天,石永兰带领酒厂供应科的 随着人们消费习惯的转变,古贝元酒在 总经过科学研判认为,在北方特别是山 曲技术人员、其长女作为茅台酒厂的勾 刘宝申,昼夜兼程前往贵州省贵阳市。 上世纪九十年代后期作为北方酱香型白 东地区,消费者更青睐低度白酒,如果 兑师,都指导过武城酒厂的古贝元生产。 当时,贵州省工业会议正在贵阳召 酒的代表逐渐淡出人们的视线。后来在 能让酱香型白酒不但降度,还能保留酱 拥有了制曲、酿造、盘勾三大关键技术的 开。当傅爱农得悉二人的意图后,立即把 人们的视野内,似乎看到更多的是浓香 香的独特风味口感,二者达到完美平 古贝元,更具茅台嫡传血统,也更具贵族 茅台酒厂厂长季克良从会上找来。傅爱 型古贝春为鲁酒争得了众多荣誉,而酱 衡,则对于消费者来说是一个美好的享 气质。 农对季克良说:"这二位是我的德州老 香型古贝元颇有几分"退隐山林"之意。 受。 乡。他们所在的国营武城酒厂生产地方 其实则不然,在这 20 余年间,新一位掌 吴兆征这位杜安民先生的嫡传弟 庆祝大会上,杜定英表示:"昨天我参加 名酒古贝春,是浓香型的,想再开发个酱 门人周晓峰从未放弃酱香产品的潜心打 子,勇敢地挑起了这项重担。但正如中国 了父亲诞辰95周年纪念活动,令我非常 香型酒,你看看派个技术人员去帮帮他 造。如果将浓香、酱香比作一对翅膀,那 食品工业协会党委书记、白酒专业委员 感动。古贝春集团把父亲的故居、办公室 们的忙? "季克良听后笑了,说:"应该 酱香无疑是一支"隐形的翅膀",只待羽 会会长马勇所说,相对于高度酒来说,白 当成文物保护,还给他塑了像,以纪念他 说,技术不能外流。但省长发话了,对你 翼丰满,必然扶摇直上! 家乡这个忙,我怎么也得帮。"接着他介

绍了刚刚退休的老生产技术科长杜安 消费者饮酒口味的多样化以及对健康、 的技术难题。任务之艰巨、影响之重大, 民,并写了封信由石永兰拿着直接到仁 绿色、环保意识的不断加强,促使酱香型 作为中国白酒大师、亲手勾调夺得2005 承"的佳话。随着我公司酱香型产品的不 白酒倍受青睐。

期,这天中午就被两位远方之客叩开了 酒相比,酸度要高出很多,内含不易挥发 谁?既然时代选择自己,周总信任自己, 型产品的销量均保持100%以上增长幅 房门。石永兰递上季厂长的信说:"杜科 的上千种对人体有益菌,且刺激性小;酚 那就只能披甲上阵、一往无前! 长,茅台酒好喝,但很难买到。为了让俺 类化合物较多,长期适量饮用酱香型白

且求贤若渴的石永兰,被深深地感动了。 入喉柔和不燥辣、容易上口、幽雅细腻的

杜安民 1922 年生于贵州省怀仁县 个追求健康的时代,想让古贝元成为百 孜孜不倦地钻研,并取得了很高的成绩 这天,一位热心读者给我来电,称看 虚心向老师傅学习,从细微末节中积累 行生产研究。现在公司的酱香型有机白 到公司征集酱香型产品古贝元的老产品 酿酒经验,工作中取长补短、精益求精, 酒和有机原料基地已经双双通过了国家 基础。由于他工作认真出色,受到同事、 家拥有产品和原料 "双认证"的白酒企 样沧桑,正如一首歌中所唱:"从来不需

> 在原料基地,一片片沉甸甸的高粱 杜科长刚来武城时,生活不适应,水 穗闪着紫红色的光泽。

东西已经绝迹了,我宁肯自己把玩,也不 的关心与大力支持下,克服了种种困难, 我们投入巨资在我县大屯水库附近建设 能珍藏30多年,足以说明古贝元在 南北气候不同,从制曲润粮、粉碎、面粉 粱等作物在生长期间不添加任何化肥和 配比到踩制成型及曲室内管理,每个环 农药,做到了绝对无污染,这样就从源头 居。作为杜安民先生子女,杜定英女士于

一个月,分为两次投料,八次发酵,七次 据了解,酒仙洞内恒温、恒湿的天然环 临行,全体参观人员在杜安民先生故居 1984年7月,一个酱香型新品 品质。俗话说:"神仙在洞中,洞中有宝 仪式。 种——古贝元酒终于在武城酒厂诞生 藏。"现在可以这样说:"神仙在天上,

醇醲从鲁去 但凭特色灿新元 走过了一段崎岖坎坷的道路。从杜安民 业的厚德无私和大爱无疆的博大胸怀。 有了好的工艺和产品,是不是就万 先生远涉千山万水将茅台工艺留在武城 他强调,杜安民先生及全家为古贝春付 然比别人更清楚。想和茅台合作,一定要 事大吉呢?当然不是。一个优秀的产品, 酒厂,到东阳好酒崭露头角一时风光无 出的努力必将激励一代代古贝春人不计 如果不能有近乎痴迷的持续多年的守 限,从九十年代的退隐山林卧薪尝胆,到 名利勇往直前,做北宗酱香的坚定守护 这天他正在办公室琢磨,突然石永 望,和对工艺的不断改良,早晚会被变化 新世纪古贝元重出江湖纵横天下,古贝 者、传承者、光大者!要继承和弘扬先生 元的发展颇具戏剧性更具必然性。这里 留下的宝贵精神财富,克服困难、勇攀高 如果说大胆决策是前提,多方支持 面有时势造英雄的时代背景,更有几代 峰,创造和迎接中国酱香、北宗酱香事业

州地委书记,而武城县离休老干部石永 视北方的关键,有了张子文的决策和促 2014年开始,周晓峰董事长指示吴 兆征总工研制中度酱香古贝元。当时酱 杜安民先生和全家人都功不可没。杜安 正如公司总酿酒师董福新所说的, 香型白酒已经被消费者广泛接受,但周 民在武期间,其老伴作为茅台酒厂的制

> 酒的降度技术更加复杂,难度更高。特别 对古贝春做出的贡献。作为他的子女我 2013年,随着人们消费水平的提高、 是酱香型白酒的降度曾一度是白酒业界 非常感谢。 年全国浓香型白酒质量鉴评第一名的百 断丰富和产品质量的持续提高,市场份 众所周知,酱香型白酒与其它香型 年老窖的吴总自是心知肚明。但舍我其 额逐步扩大。据了解,近两年我公司酱香

2018 年 11 月 18 日,德州凤冠假日 乡亲们喝上武城'茅台',我们今天专程 酒有益人体健康,能增强人体的免疫力。 酒店彩旗烈烈、拱门高举,各级行业领 经典。古贝元,凭借高贵血统和优良的品 来请您了……"杜安民展信看到季厂长 不仅如此,在香型差异成为大众消费发 导,著名白酒、保健专家,市县老领导,健 质,正在振翅欲飞。相信在不久的将来, 的明朗态度及眼前迢迢数千里奔波而来 展趋势的前提下,人们开始更多地选择 康协会、各武城商会、团购企业、古贝春 它必将遨游天际,创造更大的辉煌!

国首款 46 度酱香型白酒的隆重推出。

本次会议推出的 46 度酱香型古贝 元白版酒,师承茅台,历经35年工艺沉 淀,以中国白酒大师吴兆征领衔的创新 团队 3 年打磨,20 多轮次白酒专家和消 费者的品评,在降度的基础上完美保留 了香气的丰满、酱香的优雅,让口感更舒 适,获得了酒体的完美平衡。对于该酒的 问世, 与会领导和专家给予了充分肯定

中度酱香的成功推出,令吴兆征松 '一口气。不但为自己,也为对得起季克 良先生"南酒北酿 酱香传承"的充分肯

2017年金秋时节,季克良先生莅临 可人春指导工作。在仔细查看了中高温

要想起,永远也不会忘记。"

2018年12月26日至27日,我公司 "为从源头上保证有机白酒的质量, 纪念杜安民先生诞辰 95 周年活动。杜安

拷酒,分等级入库储存,再经过精心勾 境,使原酒的老熟速度是洞外的三倍。良 前合影留念。回到新厂,一行人在杜安民 好的储存环境,造就了古贝春酒上乘的 先生塑像前举行了庄严肃穆的敬献花篮

2013年6月20日,52度淡雅酱香 在了武城酒厂,也受到了酒厂干部职工 说咸道酸的不少,可张子文充耳不 出、细腻优雅、酒体丰满、空杯留香隔日 型古贝元酒被中国食品工业协会白酒专 的尊敬与爱戴,并由此结下了善缘。今 不绝"的风格特点。产品投放市场后,倍 业委员会授予"2013年度中国白酒国家 后,我们要让这颗种子生根发芽、开花结 "很多人替酒厂担忧,我很理解。先 受用户青睐,有"中国北方茅台"之称誉。 评委感官质量奖";7月17至19日, 果,继续缔造"南酒北酿、酱香传承"的佳

> 白酒生产工艺获得了专业机构的认可, 践积累了丰富的酿酒经验,不但为茅台 酒大师,开启了酱香北宗新纪元。今天我

在第二天举行的酱香传承 35 周年

度,前景非常广阔。

对标国际 锐意创新

企業家日報中国酒

2020年中国酒业协会国家级果露酒评委年会顺利召开



日前,由中国酒业协会国际蒸馏酒、利 没有变化,强者恒强,领头企业比重继续 口酒分会主办,蓬莱市葡萄与葡萄酒产业 增大,与第二层次的差距仍然在拉大;品 发展服务中心和钰之锦蒸馏酒研究所承 牌推广升级,注重场景与体验;产品开发 朗姆酒、伏特加、金酒、利口酒的生产技 家级果露酒评委年会在蓬莱举行。

葡萄酒产业发展服务中心主任吴强,果 口味向复合化、果味性发展。

本次年会以"对标国际、锐意创新、拥 促进果露酒产品质量提升和创新。

大影响。但在王琦看来,果露酒各酒种已 品。 经呈现出不同的发展特点:

增速放缓,但仍有增长空间;生产格局仍

二是果酒行业呈现产品种类繁多、各

中国酒业协会执行理事长王琦,蓬莱 具特色,创新能力不断提升,品牌包装特 区委常委、宣传部长牟云,蓬莱市葡萄与 色化、时尚化和年轻化;品质提升幅度大,

三是国际蒸馏酒进口量增加,前景看 升。目前中国已经成为欧洲烈酒第三大 春,果露酒技术委员会果酒主任林红,果 好,2017年12月对于国际蒸馏酒的关税 出口市场,2019年直接出口额为5.89亿 露酒技术委员会露酒主任刘胜华,国际 降低以及跨国公司的多年经营和培育,近 欧元。当前干邑在世界市场中表现良好, 露酒评委出席了本次活动。会议由中国 润和怡园酒庄投资威士忌生产,未来国际

业的整体发展,加强果露酒行业之间的 23625.12 千升,增长了 5.3 倍;利口酒更 技术交流,了解和加深对国际主要蒸馏 多的利用了愉悦的口感、美好的外观以及 酒产品的认识,提高技术人员品鉴能力, 多样的饮用方式满足了消费者的个性化 香气转化为'陈酿的橡木香'。在品评白兰 考市场流行利口酒的产品风格、包装特 点、饮用场景和方式、品牌打造和推广模 今年疫情对果露酒行业也造成了较 式,尽早研发出满足市场需要的利口酒产

一是配制酒(保健酒)行业市场需求 对标世界中国蒸馏酒未来可期



此次年会培训涉及白兰地、威士忌、

解了伏特加、金酒、利口酒的特性与工艺。 谈及酒精饮料在世界市场中的发展, 献,同时伏特加在全球销量也是非常可观 法国国家干邑行业管理局中国代表李滢的,78%的伏特加在俄罗斯、乌克兰销售

指出,全球饮酒者达到23亿人,2025年 中表现优良,不少品牌在市场营销中的做

果露酒技术委员会国际蒸馏酒主任 集中度逐年提升。二是产销量基本呈现逐 张葆春在以"优质白兰地感官特征"为主 年下降的趋势,相比五年前减少了1325.4 四是利口酒进口量增幅巨大,从 香气类型非常丰富,且具有悠长性、层次 酒类产业在充分市场化的驱动下,酒类产

> 恢复,工业生产加快恢复,累计增速由负 忌双耳杯执杯者协会终生会员、2020年威 士忌行业大赏中国区年度苏格兰威士忌品 售持续增加,金融运行稳定,市场信心增 牌大使刘伟则与嘉宾共同分享了威士忌之强。这对中国酒业而言无疑是一个好消 美。在他看来,威士忌受消费者青睐的原因 息。同时,随着年轻消费者的崛起,中国蒸 在于其多样性、丰富性、复杂性的特点。当 馏酒与利口酒发展持续向上,未来可期。

妙饮科技为消费者奉献一杯温暖心灵的"妙饮"

传统梅瓶器型,中国龙图腾在骨质瓷自身 的保障。 具有的通"、"透"、"润"的映衬下,完美呈 现典雅、大度通畅的稀世性格。

另外,妙饮科技也代理了习酒·君藏 享誉中外的酱香型白酒原产地保护区茅 典期间,相关行业领导、专家、经销商、媒 君子之风和陶艺之韵,以清康熙《万寿盛 国酒茅台同享得天独厚的地理、气候、水 饮科技艺术总监董佳霖,毕业于中央音乐 体代表以及特邀嘉宾等300多人出席,共 典》所载酒经梅瓶为型,尊古瓷艺烧制为 源和微生物群等自然环境资源。 同见证了新时代背景下妙饮科技在白酒 器。贵州茅台酒厂(集团)习酒有限责任公 行业的创新发展以及在新媒体领域的跨 司,属茅台集团全资子公司,中国名优白 限公司灌装生产,公司年产优质酱香白酒

科技代理了贵州茅台酒·中国心意系列。 公司合作,全国运营"妙饮·珍酒",贵州珍 窖池 500 余口。 (白)、浮翠流丹(蓝)。酒体取自国酒茅台, 妙饮科技与贵州珍酒酿酒有限公司此次 "妙饮·酱香酒 2020 新品上市发布盛典", 好事物的人们带来更多有趣的视频。 瓶体采用中国陶瓷工艺顶级制造商"国瓷 携手推出"妙饮·珍酒",让妙饮科技为广 同时也参加了 2020 年第 103 届全国 (济

此次新品发布会上,隆重发布了妙饮 三处布展,预计整个糖酒交易会期间将接 验。 科技的新品"智者·妙饮",该酒酒体产于 待全国 500 余家客户。

水河畔传承千年酱酒白酒传统工艺,秉承 产区,距离茅台酒厂直线距离 500 米,与

此外,妙饮科技与贵州珍酒酿酒有限 现有制曲车间 1 栋,酿酒车间 10 栋,发酵 钧介绍,妙饮科技将会在更多领域与相关

赤龙幻彩(红)、金昭玉粹(黄)、月白风清 厂作为贵州茅台酒厂易地酒厂闻名于世。 冰介绍,此次妙饮科技在山东济南举行 讲公益"为创作原则,为热爱生活、热爱美

永丰源"特别定制的骨质瓷酒瓶,取中国 大消费者提供品质酱香白酒有了强有力 南)糖酒交易会,并在济南喜来登酒店、济 图持续为广大白酒消费者带来更优质的 南国际会展中心以及济南东方大酒店等美酒、更周到的服务、更美妙的酒文化体

国缘启动配额制 9 条新政"缘"助商家

近日,今世缘酒业主产品国缘四开于 本月起执行配额制,产品零售指导价调整 为 588 元/瓶。

值得关注的是,国缘在今年7月1日 刚进行了价格调整。时隔三个月,国缘再 出新政,对今世缘未来发展和占据次高端 市场都有着特殊意义。

"四开"领跑旺季

梳理国缘品牌今年的市场动作,如果 算上这次,这已是半年多来的第三次举 措。在此番国缘四开新政背后,是今世缘 对产品及市场的高度自信。 早在 2020 年发展大会上,今世缘便 国缘在当地已经形成了消费潮流,另一方 升 2.58 个百分点。

有序导入主导产品"控价分利"模式,建立 减少,执行配额制能够让他们剩下的产品 措并举抢抓动销,为商家开出9条"缘"助 香"饮后四绝,引领江苏高端白酒再升级, 统一稳定、有竞争力的价格利益体系,促 更有赚头。 进市场高质量发展。因此,从今年有条不 今年受到疫情的影响,所有白酒企业 的二季度动销恢复提供了动力。 紊的市场动作来看,这显然是对市场价格 的经销商目前都有资金压力,厂家采取配 "从'双节'的节点来看,往年全国高 再次拔升国缘品牌力。 秩序优化的层层落实与推进。从产品本 额制本质上是在给经销商减负,避免出现 端名酒在应对旺季窗口之际,在供不应求 专业人士表示,就今世缘目前的发展 身实力看,产品零售指导价调整为588 大量库存积压的情况。这也体现了公司尊 形势之下,也纷纷会将配额制和价格双轨 处境来说,未来起跳增量的关键无外乎两 元/瓶的国缘四开凭借高品质、高性价和 重市场、重视数据、理解经销商、实事求是 制提上议程,以此加强对市场的管控。因 方面:全国化、高端化。在这个过程中,国 高利润等多重优势,让消费者对国缘的品 的经营理念和作风。

指出今年将深入推进渠道三化建设水平, 面双节期间需求旺盛势必导致渠道库存

今世缘半年报显示,2020年上半年 将有助于今世缘实现对产品、库存、经销 看,目前国缘的销售业绩在企业整体白酒 实施配额制的先决条件,也是国缘品牌在 国缘系列占比提升至约75%,其中战略 商、终端、价格等多个层面的精细化管理, 收入的比重持续上升,而得益于次高端红 次高端市场站稳一席之位的有力证明。 新品 V 系列占国缘比重提升至近 10%。 为即将到来的旺季提供强大的渠道资源 利的释放和江苏优厚的经济基础,国缘的 准海大区的经销商则透露,国庆实施 同时,第二季度特 A+实现收入 7.04 亿 和终端网络支撑,提升市场主动权和在竞 增长势能有望进一步延续,市场也还将处

讲善惜缘 和谐发展

而,通过实行配额制和价格双轨制政策, 缘系列显然是重要的引擎驱动。从数据 配额对他们来说是好事,因为一方面目前 元,同比增加8.3%;占比61.83%,同比提 争中的话语权。"业内观察人士分析说。 于放量黄金期。

国缘高端白酒未来可期

2018年,今世缘将国缘品牌战略定 位从"江苏高端白酒创导品牌"升格为"中 国高端中度白酒",并发布了国缘品牌全 国化策略。不难看出,国缘未来或继续保 持强劲的增长势能以及打造其为"金字品 牌"的规划。

产品层面,国缘品牌系列进行了聚焦 和整合,包括价格带及主线产品越来越清 断。战略布局国缘 V 系列产品,继续发力 高端白酒市场,先后于2018年推出国缘 V3、V6,2019年推出超高端战略新品国缘 V9 清雅酱香,突破了传统酱香型白酒酿 造工艺、生产方式及产地限制,独创"色如 黄钻、清雅飘逸、细腻柔滑、舒适自然"四 可以看出,在今年上半年,今世缘多 大舒适体验,并以"慢醉、快醒、舒适、留 新政,承受住了前期压力,也为疫情减缓 成为中国清雅酱香白酒开创者。今世缘酒 业通过 V 系完成品牌升级传承,同时也

天塞酒庄携 2020 年代战略新品

日前,天塞酒庄举办的特邀媒体品鉴 会亮相第 103 届济南秋季全国糖酒会酒店 展,来自山东及拥有全国影响力的近20 家行业与大众主流媒体共同参与此次活

品鉴会伊始,新疆天塞酒庄营销有限 公司副总经理于雷发表以"新疆何处不天 山,中国无处不天塞"为主题的演讲,围 绕风土、品质、品牌、渠道等方面,对天 塞酒庄发展潜力进行深层剖析,并明确未 来市场战略。他表示通过更加精准科学的 庄将由"小而美"的精品酒庄迈向"大单 品+大品牌+强渠道"的中国精品酒庄领 军品牌,成为广受国际认可的中国名庄。 随后,天塞酒庄为现场媒体带来一场

关于新疆焉耆风土的深入解读,并引领大 家对T系列四款大单品进行细致品鉴。其 中,四款T系列酒品包括T20霞多丽干户 葡萄酒、T20 西拉/马瑟兰干红葡萄酒 T50 西拉干红葡萄酒、T95 马瑟兰干红葡 萄酒, 主打中高端市场。T 为天塞酒庄的 首字母缩写,是天塞酒庄 logo 形象的凝 练。T源自"天塞" (Tian Sai)、"天 山" (Tian Shan)、"凤土" (Terrior) "技艺" (Technology)、"传统" (Tradition),涵盖天塞酒庄的地域风土与酿造工 艺。同时, 20 彰显即将到来的 2020 新时 代大背景;50 寓意天塞酒庄2800 亩葡 园,分为50个田块,彰显着十年经验积 累, 更是每一个天塞人匠心精神的完美说 释;95取"九五"二字至尊至圣之意 品质, 也是天塞酒庄 T 系列的旗舰款

国葡萄酒大发展充满信心。沈伟敏总经理 有着丰富的国际大葡萄酒集团工作经验 今年上半年加盟天塞,彰显出葡萄酒专业 人士对中国葡萄酒的前景高度看好。

天塞酒庄创建于2010年,坐落于新 疆天山南麓焉耆盆地产区。十年来,始终 秉承"呈现自然之美"的品牌理念,将 2800 亩戈壁化作葡萄绿洲。2014年,被 中国农学会葡萄分会、中国酒业协会联合 授予"中国酿酒葡萄种植示范基地" "中国干旱地区葡萄酿酒研究中心"。2017 年,成为全国首个通过中国酒业协会"酒 庄酒"商标使用现场审核的酒庄。至今, 已斩获国内外顶级赛事大奖200余项,并 曾两度荣获 RVF 中国优秀葡萄酒评选 "年度最佳酒庄", 堪称中国精品酒庄酒?

业的杰出标杆。 推广上,天塞酒庄勇于探索,品牌影响力 不断提升。连续八年发布生肖酒,堪称中 国酒庄首创之举; 打造"霞多丽女神"中 事";并致力于跨界文学、艺术、体育等 领域。近年来,天塞酒庄大力拓展市场渠 道,从最初的会员制为主到如今越来越广 泛的传统大渠道,同时深耕高端渠道,进 驻万豪、柏悦、香格里拉等国际顶级连锁 酒店, 登陆全球最大星巴克臻选烘焙工坊

2020年正值天寨酒庄建庄十周年,

自年初起便不断蓄势而动、创新求变, 意

在探寻一条代表中国精品酒庄良性发展的

经营模式之路。春节期间在中央电视台投 放广告片; 5 月成立新疆天塞酒庄营销有 限公司,专业化团队运作全国营销推广与 销售。同时,集天塞十年积淀,推出T系 列、S系列 2020 年代战略新品;7 月举办 "风华十年铸中国名庄,引领国潮敬伟为 时代"新疆天塞酒庄建庄十年暨 2020 年 代战略新品分享会, 自此开启京津冀市场 与全国"十年十城"巡回盛典系列活动序 幕;国庆中秋前后,跨界2020中国年青 马安平大奖赛、第十五届玄奘之路商学院 戈壁挑战赛,再度联手两项国内重大体育 赛事。近期,又精准发力北京地铁广告等 线上投放,提高天塞的消费者认知度;产 品持续斩获国际权威大奖, 积极参与 "UCW 向上中国葡萄酒 U 品质"全国 11 城巡展。以上系列品牌营销动作, 无疑都 彰显着在当前葡萄酒市场遇冷的大背景 下,天塞酒庄主动出击、逆势而上的勇气 与决心。同时,也引发中央与地方的强势 媒体及行业头部媒体高度关注和持续传 播,带来更多圈外流量。

值得一提,天塞酒庄以双酒店、双展 位的豪华配置, 在本届济南秋季全国糖酒 亮相。这是天塞酒庄成立营销公司以来, 首次亮相糖酒会,也是继今年8月第四届 中国高端酒展览会后,第二次参与全国大 型酒展。可以说,如此高规格参加秋糖 会,可谓 2020 年代品牌营销战略大升级 战略之下, 天塞酒庄一以贯之的营销举 措, 更是今年系列品牌营销动作的延续, 以及针对中国精品葡萄酒消费市场的集中