

广告

后起之秀品鉴

湖北稻花香集团



典型代表:稻花香珍品一号
酒精度:42%vol
G·R 官荣评分:91
年份指数:2
原浆指数:5
甜爽度:3

说明:稻花香酒业是 2001 年 12 月由夷陵区龙泉镇白酒生产企业发展起来的,属稻花香集团最大的核心企业,是湖北省最大的白酒生产基地。稻花香酒采用传统的混蒸、混烧、泥窖发酵工艺精心酿造,产品具有清澈透明、窖香浓郁、醇厚绵甜、协调净爽、回味悠长之特点。

湖北白云边集团



典型代表:白云边 30 年陈酿
酒精度:53%vol
G·R 官荣评分:91
年份指数:2
原浆指数:5
甜爽度:3

说明:白云边酒在 1979 年、1984 年、1989 年连续蝉联全国白酒质量评比银质奖,以其“芳香优雅,酱浓协调,绵厚甜爽,圆润怡长”的独特风格被轻工部确定为全国浓酱兼香型白酒的典型代表。

洛阳杜康控股有限公司



典型代表:酒祖杜康
酒精度:50%vol
G·R 官荣评分:90
年份指数:2
原浆指数:5
甜爽度:3.5

说明:杜康,是华夏酿酒鼻祖,是中华美酒之源,是中国历史文化名酒,是中国酒文化的起源地;杜康,是人名,是地名,是酒名,是酒文化。现代杜康酒规模化生产始于 1972 年,周恩来总理亲自批示“复兴杜康,为国增光”,大力发展杜康酒。

哈尔滨玉泉酒业有限责任公司



典型代表:方瓶玉泉
酒精度:48%vol
G·R 官荣评分:88
年份指数:2
原浆指数:4.5
甜爽度:3

说明:1959 年,由国家商业部投资、黑龙江省政府组织下,黑龙江省玉泉酒厂正式成立。酒厂建立以后,在继承和发扬金代酿酒技术的基础上,不断改革创新酿造工艺。1975 年,全国白酒泰斗周恒刚领导的全国白酒技术精英专家小组,历经一年的苦心研制,首创出既有酱香、浓香型风味,又有地方特点的兼香型玉泉方瓶酒,成为当时中国第五大白酒香型。

重塑老八大名酒市场地位 全兴酒业规范 2021 年市场操作

■ 刘彬

“次高端将在调整中发展。”成都尚善品牌管理公司首席顾问、四川省酒类流通协会执行会长、四川大学白酒研究院执行院长铁犁判断,根据白酒发展周期规律,行业将可能进行新一轮调整,进入到行业整合周期。

“谁调整更到位谁,谁能抓住行业调整的机会,谁就拥有‘光明’的未来。”铁犁老师指出,度过此轮整合期,行业格局将重新固化,新品牌、新企业要想涌现必须再从头做起、从基础工作做起,而战略调整还没有到位的企业,将彻底丧失弯道超车的机会。

11 月 27 日,以“凝心聚力,重塑全兴大曲中国老八大名酒市场地位”为主题,四川全兴酒业 2020 年度全国总经销(区域总经销)品牌营运商沟通会在成都举行。

在这次会议上,四川全兴酒业总经理祝勇公开表示,以“打造一个真正以消费者、以客户为中心的战略型企业”为目标,全兴酒业正全力推进 5 年销售翻 3 番,希望与合作伙伴互助互益,共同成长谋求“光明”未来。

铁犁老师全程聆听了会议,并与参会者深度沟通后认为,应对调整战略领先的全兴酒业正在经历从渠道到市场至品牌的变革,而只要坚守住“控烟、控局、控盘”三大战略,复兴可期、光明在望。

规范市场 确保价格每年匀速增长

从大趋势上看,当下国人喝酒社交性驱动依旧大于自我消遣性的消费,由此,白酒的价格不仅仅是对价值的反映,还成为了酒价值本身的组成部分。

针对很多人喝酒喝得是价位的习惯,创造价值便成了白酒品牌打造的重要方法。

出于此,四川全兴酒业品牌运营商负责人在为总经销品牌营运商提供业务指导时,

11 月 27 日,以“凝心聚力,重塑全兴大曲中国老八大名酒市场地位”为主题,四川全兴酒业 2020 年度全国总经销(区域总经销)品牌营运商沟通会在成都举行。以“打造一个真正以消费者、以客户为中心的战略型企业”为目标,全兴酒业正全力推进 5 年销售翻 3 番……

公开规范市场行为的一系列配套措施,希望在厂商通力合作下保持产品价格每年匀速增长。

“价值决定价格,价格体现价值,各品牌营运商要保持产品涨价的战略定力,产品价格不能越卖越低。”品牌营运商首先要从思想根源上意识到价格乱象的危害,从自身做起,放眼长效益益。

而为了更好的维系价格,重塑老八大名酒市场地位,全兴酒业销售公司也将帮助各品牌营运商做好产品价格带的梳理工作,并希望同一价格带的产品能错开区域经营,从源头上规避内耗可能。

记者获悉,全兴酒业销售公司已计划用两年时间协助品牌营运商找到自己最佳的产品销售重点区域市场,以更好实施产品市场区隔和价格市场区隔策略,进而彻底规避窜货窜价行为的发生。

“从 2021 年开始,将规范品牌营运商产品价格体系,对最低价和最高价进行管理。”针对各总经销品牌运营商反复提及的要对窜货窜价进行严厉处罚等要求,在 2021 年都会一一落实到位。

记者还进一步获悉,从 2021 年开始,全兴酒业将细化品牌营运商产品流向,每个季度都会整理出产品库存和流向表,并应经销商要求和双方事先规定,对发生窜货乱价行

为的进行通报和处罚,以相互监督。

除此而外,全兴酒业还对总经销产品线上运作加强了管理。

“目前公司不建议品牌营运商产品大规模到线上销售,如果有强烈需求的客户,可以告知公司电商部,由公司从总体上把握好节奏。”全兴酒业电商负责人表示。

“这意味着全兴酒业将电商运营权统一归口,总经销产品的线上运作需得到授权,降低了电商低价倾销风险。”一位参会总经销品牌营运商向记者表示这一措施很给力,让线上乱价不再是管理的空白地。

坚持“聚焦” 规范渠道和品宣

除净化市场外,为加大对总经销品牌营运商的支持力度,全力推进市场开发和产品动销,全兴酒业还将在品牌建设上发力。

“公司将全力重塑‘全兴大曲-中国老八大名酒’的行业市场地位,以传承 650 年和川酒浓香正源为信任支撑进行品牌重新定位,加大品牌传播力度。”为顺应当下新形势的变化,总经销品牌运营商能展开网络宣传和直播销售等新形式的尝试。

据全兴酒业负责人介绍,全兴酒之所以历经弥新,一直受到大众喜爱,最主要凭借“3456”四大核心竞争力:

“3”——全兴大曲曾于 1963/1984/1989 三度荣获国家质量金奖和“中国名酒”荣誉,是中国“老八大名酒”之一;“4”——全兴大曲不

断代传承的“传世水谱”、“秘制双曲”、“超长发酵”和“降度储存”四大工艺,让品质和口感始终如一;“5”——全兴大酒的产品,至少是储存 5 年以上的基酒勾调,充分体现好酒必备的陈香味;“6”——在机械生产成为普遍趋势的当下,全兴大曲始终坚持绝大多数产品采用传统酿造工艺,其“传统制曲”、“拌料润粮”、“上甑蒸馏”、“摊晾加曲”、“入窖发酵”以及“出糟起窖”六大传统技法,能最大限度保证消费者可以喝到记忆中最原汁原味的全兴酒。

此外,全兴酒业还再度梳理了品牌营运商定位。

“对于全国总经销品牌营运商,我们希望控制在两个系列产品以内,并在 8 个省份以上销售;区域总经销商品牌商,原则上只能营运一个系列产品,在 4 省范围内销售。”从产品结构、市场区域以及销售任务等方面明确了全兴酒业的产品不会固守一地,而是泛区域化产品,这是符合全国老八大名酒品牌定位的。

记者获悉,全兴的品牌营运商都将聚焦运营不超过 2 个系列的产品,加强对自身经销产品货物流向的管理,以终端消费者为最终服务导向,以求成功构建三个以上地市级重点市场。

对此,有参会总经销商向记者表示,这样一来,可引导经销商将资源更聚焦地放在高质量建设总经销产品上,真正关注自己的终端消费者;从而有利于整体市场行为规范,规避因窜货乱价而引发的“内耗”。

马吉光:用洞藏守住岁月的静好

■ 李剑

传说洞藏酒:汲奇洞古岩之精华,天然陈酿,造化莫测,静默老熟,堪称绝世佳酿!有白酒专家也曾经指出,中国人把酒在洞里储藏是一大创造。但是,说起洞藏酒,很多人对于它的理解就是将白酒存储于山洞之中慢慢熟化。而在山东烟台,他却把白酒储藏在了另一种洞中——防空洞。他就是山东德藏酒业有限公司总经理马吉光。经过不断的发展,他带领公司团队研究的一套独具特色的防空洞藏酒体系逐渐成形,并促进了一二三产业融合发展。近日,记者独家专访了马吉光,让我们一起看看他的洞藏之道。

初遇闹市里的一个宝藏

6 年前,马吉光开始进入白酒行业,为此,他穿行于四川、贵州、云南、湖北、江苏等地考察,回来以后,便下定决心要做洞藏酒。

他说:“当时的想法就是中国白酒历史悠久,随着时间的推移,赋予了白酒历史的痕迹,多年之后打开酒坛仍能够回想起当年的时光,这是非常具有价值和意义的。本着这个心态,我就要做真正原产地、真正年份酒、真正纯粮原浆。”但是,由于一系列因素的影响,当时的环境条件并不能够支撑他复制南方的洞藏模式,他也并不满足于复制现有的洞藏模式。于是,他发现了烟台当地一个巨大的地理优势——防空洞。

就是凭着这股子劲儿,马吉光带领他的团队硬是把原本闲置的防空洞整理成了储酒的宝地。

藏出一坛丰满的细腻

马吉光说:“自创建以来,德藏酒业肩负着‘正本清源,规范打造中国白酒市场’的历史使命,始终坚守‘大德做事,厚德藏酒’的信念,秉承‘诚信经营,为民造福’的初心,主要做酱香、浓香型白酒产品,从川、贵选取优质原酒,在洞中陈酿,为老百姓提供优质可靠的好酒。”在模式上,他采取联储联销的经营模式,以会员体系及洞藏酒品鉴馆建设为依托,



以线上商城及线下社区便利店为平台,建立洞藏原酒储存基地。

白酒洞内贮藏使得白酒在一种恒温、恒湿、无光照的环境中自然老熟。在德藏酒业的防空洞中,温度常年保持在 16~18 摄氏度,湿度保持在 60%~70%,空气中微生物菌群种类丰富。由于环境优越,洞顶生长出了白色的小型钟乳石。

在这样的条件下,经过 3 年的物理化学反应,酒的辛辣味及不良气味逐渐消失或减轻,使酒体变得柔顺、醇和,香味协调,出现陈酒的独特风味,起到除去新酒味的老熟作用。而原酒中有益的香味物质又能较好地保存,并且乙醇损耗少。酒中醇、酸、酯、醛等微量成分之间的缔合,进行的各种物理化学反应能够自然平缓进行,经过长时间洞藏贮存后,酒体更加细腻、丰满、温润、醇厚,价值也越来越高。经过时间的打磨,马吉光前期陈酿的白酒已经出坛面市,受到了业内专家以及消费者的一致好评。

开发收藏地方特色之美

随着业务的不断深入发展,马吉光又有新的思考。

他说道:“之前德藏酒业做白酒,原酒用

的都是川贵地区的优质白酒,那为什么不能依托烟台本地的特色农作物,开发一款具有烟台当地特色的优质白酒呢?”

随后,他找到了一个新的方向——“烟薯 25 号”。

他经多方走访、联合国内多家高校以及科研院所,经过不断的研究,首创了一套以“烟薯 25 号”为原料的甘芋果香新型白酒酿造技术。该技术摒弃传统的淀粉转化工艺,全部利用其本身的可溶糖,经过原料蒸熟、特种发酵菌液培养、10 次导罐、5 次过滤、4 次复蒸、超低温冷冻等环节精酿成白酒。马吉光介绍说:“用该技术生产白酒有几个优势:第一,不用酒曲发酵,不添加任何添加剂,包括水;第二,对人体的黏膜刺激性降到最低,口感清香柔和,不辣喉;第三,酒质分解时间短,醒酒时间短。然后再配合防空洞藏,让酒体充分陈年,最终生产出一款优质白酒,该款酒产出后得到了烟台农科院专家以及酒行业专家的高度评价。”

当前国家大力提倡节约粮食、保护环境,该酿造技术贴合了当下发展的主旋律。马吉光说:“‘烟薯 25 号’是烟台本土的一大特色,打造一款具有烟台本土特色的优质白酒,对于上下游产业链都有好处。我们借助这个项目,在第一产业,带动农户种植,同时帮助甘

薯种植农户解决残缺薯无法销售的问题,我们已经与多个甘薯种植集体达成了合作,有些种植大户在听到这个项目后主动前来要求合作。据我们估算,每年能给农户带来每亩 1000 多元的增收,并且未来项目完全开展后,预计能够重新利用荒地 50 万亩左右。在第二产业,我们实现了新旧动能的转换。在保证酒质的基础上,改进了工艺,酿造残留的淀粉被做成化肥重新利用,剩余原料基本 100%转化为酒,做到了无残留、无污染。在第三产业,依托之前建设的防空洞藏体系,将逐步打造一个集文化休闲、娱乐参观、展览展示为一体的酒旅融合项目。”

聚势谋远未来可期

近几年,随着白酒行业深度调整期的结束,酒业进入发展新阶段。酒文化及白酒酒庄作为特殊旅游资源,受到越来越多消费者的追捧,国内白酒行业的酒旅融合发展成为新时代引领酒行业发展的新风口。马吉光对这一方面有着深深的期许。

烟台作为全国优秀旅游城市,地处北纬 37 度,阳光充足,四季冷暖分明,水果甘甜可口。他透露,“我们已经成立了‘烟台果酿酒业有限公司’,未来将进一步开发以烟台当地特产烟薯 25、苹果以及其他土特产果酿系列酒,带动当地经济发展,扩大防空洞的规模,发展洞藏文化旅游,打造文化旅游综合体。”

在模式运营方面,他表示,将依托烟台中小微企业联合会成立的酒文化工作委员会,加强烟台酒企的信息共享、经营互融、共同发展。同时,打造一个窗口、一个平台、两个基地:即建立洞藏酒品鉴馆,打造中国洞藏酒展示窗口;打造自己的互联网销售平台;打造自己的主要产区生产基地。

在网络合作方面,他表示,将与京东、淘宝、拼多多、小米四家电商合作,创建德藏“爱逛”社交电商平台。

马吉光在白酒行业中走出了一条他自己的路,犹如那四通八达的防空洞,他也在默默规划着他和德藏的多彩未来,并在此努力前行。