

广告

婚庆类产品品鉴

泸州老窖特曲



酒精度:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:92
原料:水、高粱、小麦
年份指数:3
原浆指数:4
甜爽度:4
生产厂家:中国泸州老窖股份有限公司

G·R 酒评:当酒液倒入杯中,散发出浓郁的底窖香。它入口饱满,醇厚,层次感强,酒体适中,回味悠长干净,实属佳品,不愧为老牌优质名酒。

茅台集团经典品位珍品



酒精度:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:87.5
原料:水、高粱、小麦、玉米、糯米、大米
年份指数:3
原浆指数:4
甜爽度:3
生产厂家:贵州茅台酒厂(集团)习酒有限责任公司

G·R 酒评:这是一款极具层次感的白酒,粮香、陈香、窖香完美结合,步步深入,让酒香显得极度富裕,非常舒适,绵柔爽口,口有余香,香气流连持久。

五粮液股份公司金六福双福星



酒精度:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:83
原料:水、高粱、小麦、玉米、大米、糯米
年份指数:1
原浆指数:2
甜爽度:2
生产厂家:四川金六福酒业有限公司

G·R 酒评:此款酒的浓郁母糟香气比较大,多粮香较舒适但带双乙酰的生嫩味道,微微带点馊,像是成熟过头的感觉。品其味,醇和甘甜,顺咽,干净无杂味。总体缺陷不大。

茅台集团白头到老酒喜结良缘



酒精度:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:82
原料:水、高粱、小麦
年份指数:1
原浆指数:1.5
甜爽度:2
生产厂家:贵州茅台酒厂集团技术开发公司

G·R 酒评: 这这是一款略显平淡的酒,虽然香气较浓较正,口感较柔和,甜净,但是后味因为酒的甜度显得稍有点腻口,使得饮后感觉并不爽口。

三大自信促宝丰酒业逆势增长

■ 陈振翔

过去的一年,对于中国白酒来说可谓是机遇和危机并存,产区优势进一步凸显,随着跨界资本的“杀入”,白酒风头正劲。在白酒品牌中,销量、消费火爆的有两个产品,一个是茅台,另一个是清香型白酒代表宝丰,宝丰“愁酒”以日消 2 万瓶,买酒凭身份证,限购两箱的超高性价比成为行业内现象级成功案例。

宝丰酒业如何做到逆势增长,快速发展背后有哪些法宝。3 月 27 日,在以“聚势·启新·共赢”为主题的宝丰酒业 2021 年度经销商大会上给出了答案。

品质自信 工艺革新助力产品赋能

在宝丰酒业销售公司总经理张伟皓看来,宝丰酒业实现了连续三年稳健增长,并完成了未来高速发展的基础条件构建。特别是去年,在疫情的大背景下,宝丰仍然实现了逆势增长,除社会各界,特别是商业伙伴对宝丰酒业发展大力支持之外,最大优势是始终坚守品质、品牌和文化自信的结果。

在工艺上,宝丰酒业以“宝丰六艺”酿造法为基础,用全新语言向消费者传递工艺内容和品质价值,并升华创作了“六净归一”全新的工艺宣传片。“六净”即历经六艺层层净化,好曲制净,蒸粮润净,下曲归净,陶缸守净,蒸酒留净,摘酒取净。归一即归于酒海储藏,赋予宝丰酒稀有品质。历淘洗,经六艺,六净归一,方得宝丰美酒。在产品布局上,推动主营产品聚焦和高线光瓶布局,强势赋能行业变革和市场需求。

随着消费迭代的催动,消费渠道、消费场景的变革,酒业掀起一轮“高线光瓶酒”运动。新兴的消费群体对光瓶酒的需求和品质、特色以及个性化,已经发生巨大改变,光瓶酒迈入“名、优、新”时代,“量、价、质”齐升,光瓶酒的高线化发展态势明显。宝丰高线光瓶酒,以宝丰大曲、金标宝丰酒为代表,传承古法酿制,酿造金奖品质,堪称名酒中的民酒,简装中的贵族,更加符合新兴消费群体对光瓶酒的品质、个性化需求,拥有强劲的市场潜力。

2021 年,是十四五规划开局之年,也是白

宝丰酒业如何做到逆势增长,快速发展背后有哪些法宝。近日,

在以“聚势·启新·共赢”为主题的宝丰酒业 2021 年度经销商大会上给出了答案。宝丰酒业有限公司董事长助理兼首席品牌官许英杰,宝丰酒业销售公司总经理张伟皓,宝丰酒业有限公司广宣部总监南亚辉,宝丰酒业销售公司市场总监杨旭,宝丰酒业销售公司省内大区总监高洋,宝丰酒业销售公司郑州大区负责人尚小惠,宝丰酒业销售公司大客户运营总监杜培培以及经销商、媒体 400 余人出席。

酒行业新十年发展的起点。消费升级依然是推动中国经济发展的主要动力,由此为酒业带来行业集中度提升、名酒消费聚集、香型消费结构变化、高线光瓶快速崛起等趋势。行业趋势中的机遇,也代表着宝丰酒发展的机会与空间。面对行业背景下的清香机遇,宝丰酒有品牌自信、有品质支撑、有产品优势,在走向名酒复兴的道路上,期待与全体经销商携手共创辉煌。

品牌自信 “一清双品”战略优势凸显

宝丰酒业确立了以“一清双品”提升为轴线,以人才建设为驱动,以品质和品牌双提升为战略,以百年非遗传承为基础,争创国家级清香类白酒研发中心,在品牌重塑、品质提升、生产智能化、管理先进化等方面,开展提升工作,大力构建“走出去”与“引进来”的双向发展格局。

从 2018 年开始,宝丰酒业加大品牌推广攻势,线上搭建新媒体传播矩阵,线下投放千万广告资源,各地市文化旗舰店先后开业,强

势提升品牌氛围。过去三年,宝丰酒业重建基础、重蓄力量、重新布局、重塑规模,圆满完成了全省市场布局重建,并实现了连续三年高速增长。

2019 年,宝丰酒业趁势推出国色清香?师作,正式冲击次高端市场。986 天匠心孕育,10000 多次品评,成就卓越清香品质,国色清香?师作荣获颇丰荣誉,赢得无数赞誉。2020 年,宝丰酒业针对国色清香陈坛系列全新优化升级,换装瓷瓶,升级品质,赢得更多消费者的喜爱。

在品牌创新上,宝丰酒业有限公司董事长助理兼首席品牌官许英杰认为,宝丰酒业坚持打造“一清双品”战略,坚持清香战略主体,打造百年清香品牌。同时坚持“品牌”和“品质”双核驱动。在品牌上,宝丰酒业发布了历时 1 年多打造的全新品牌 TVC 和工艺 TVC。宝丰全新的品牌价值体系以“净”为价值核心,以“不负心中真我”为价值诉求,希望向公众传递,宝丰酒业将不忘初心,坚守匠心,坚持清香,不负时代使命的品牌理念。

文化自信 中国名酒焕发强劲动力

作为中国清香名酒之一,宝丰酒拥有 4100 年源远流长的历史文化,106 年前斩获国际大奖,65 年前荣膺河南名酒,32 年前晋升中国名酒。一直以来,宝丰酒凭借深厚的文化底蕴,独特的酿造工艺,至臻的产品品质,成就辉煌的品牌发展。

宝丰酒业有限公司董事长助理兼首席品牌官许英杰认为,仪狄造酒,传承四千年;大唐贡酒,文人青睐;北宋鼎盛,程氏酒法;明清传承,烧坊云集;甲等大奖,开启世界荣耀。许英杰讲到,这些文化遗产和品牌荣耀,是宝丰酒的根和魂。未来将坚定不移的传承好文化基因,继承好品牌荣耀,把宝丰故事发扬光大。同时更将不断的创新净化发展,不负时代使命,用时代语言链接新消费者。

在“新”上,明确“一清双品”新宝丰战略和厂商一体共发展。建立师作、陈坛为中高端产品,芳华为腰部支撑,金标宝丰、宝丰大曲为大众消费的清晰化产品价格线;以强资源投入为新宝丰营销战略作支撑,强运营体系赋能新宝丰,在郑州、许漯、南阳、商丘、洛阳、安阳、平顶山,东南西北中,各个区域均设立运营中心(中枢)服务整个商业,进行“厂商一体”的战略支持;商家要做决策和参与,形成品牌的、市场的业务发展,和合作商自身的规模、能力和市场资源的共同壮大成长,形成厂商一体的核心利益;在“赢”上,宝丰酒业未来将做强区域,布局全国,在清香崛起和名酒复兴的大趋势下发展动力强劲。

张伟皓告诉记者,在“新”上要洞察趋势,顺势而为。新周期下,行业集中度持续提升,企业分化、价格段分化、消费升级趋势下,结构化增长,以高端化增长扩容带动了行业消费结构的调整。未来,宝丰酒业在区域市场将聚焦次高端和大众及年轻消费两个维度进行重点布局和发力,在全国市场以多维的新发展体系进行战略扩张尝试和布局。

吕玉华:生产甯酒的企业 绝不允许在仁怀继续存在

■ 卢凯瑞

“甯酒、伪劣酒严重损害酱酒整体品质与品牌公信力,为了酱酒市场的长远发展,一定要坚定不移地打击甯酒。”

“生产甯酒、伪劣酒的企业决不能姑息,必须让其在仁怀市生存不下去。”

3 月 23 日,遵义市(仁怀市)酒业协会执行副会长兼秘书长吕玉华在接受酒业家专访时,掷地有声地表示。

酱酒持续热激发巨大市场想象空间,酱酒专家权图最新预判:本轮酱酒热潮将会是一轮持续 20 年以上的大热周期,届时酱酒的规模和利润将分别增至 5000 亿和 3000 亿。然而,酱酒热潮背后,以次充好的甯酒、伪劣酒却悄然在酒都仁怀冒出苗头,企图在酱酒热潮中分一杯羹。

在吕玉华看来,整治甯酒、伪劣酒是天大的事情,不仅关乎仁怀产区的金字招牌,更关乎整个酱酒市场的未来。

政府 + 协会,联合整治甯酒乱象

甯酒,是以食用酒精为原料,甯蒸大曲酱香工艺的丢糟,然后采用固液蒸馏方法生产出来的具有酱香味的液态法白酒。因其成本低廉、具有酱香味,常被不法商人用以冒充大曲酱香酒。

吕玉华表示,因甯酒、伪劣酒未经过检测就流入市场,存在很大的安全隐患,严重危及消费者健康和酱酒品质、品牌公信力。“消费者喝到假冒大曲酱香酒的甯酒之后,其糟糕的品饮体验会导致对酱酒的不信任,直接损害酒都仁怀以及整个酱酒市场的利益。”

为擦亮仁怀产区的金字招牌,2020 年 6 月,仁怀市委、市政府成立专门领导小组和工作机构,整顿市内甯酒生产企业,严查各地食用酒精输入仁怀。6 月 12 日,仁怀市酒业协会



发出《通知》,表示将对仁怀白酒行业制售甯酒行为进行大力整治;6 月 15 日,仁怀市有关部门印发《仁怀市整治生产甯酒乱象工作方案》,当晚 8 时,仁怀全市 10 个交通卡口启动开展酒精查控工作。

“如今,在仁怀市各大路口,都有执法人员严查过往危化品运输车辆,彻查整车食用酒精进仁怀市现象。此外,遵义市委、市政府还将打击甯酒、整顿白酒市场乱象纳入扫黑除恶范畴,接受群众举报,一旦发现有机厂违规操作,将依法严格惩处。”吕玉华告诉酒业家。

在仁怀市政府及遵义市(仁怀市)酒业协会的努力下,整治甯酒、伪劣酒行动取得了卓而有效的成果。“目前,整车食用酒精进仁怀市的现象已被杜绝,市面上的甯酒、伪劣酒大幅减少。”吕玉华表示。2020 年,仁怀市酱酒企业纳税增长 10%以上,其中打击甯酒、整顿白酒市场乱象做了很大贡献。

据吕玉华透露,近日,领导小组刚查获了一个违规生产甯酒的酒企,该酒企拥有数十口窖池,甯酒产量巨大。“对于这样的企业,并非一罚了之,而是依法吊销其生产许可证,再在行业中予以曝光,让其今后再也无法在仁怀市生存下去。”

持续加码,提升酒都品牌公信力

甯酒缘何屡禁不止?在吕玉华看来原因有二:

一是甯酒利润太大。以成本计算,正宗的大曲酱香酒,需要遵循“12987”酿造工艺,5 斤红高粱、小麦才能产出一斤酒,至少 5 年才能出厂。“酱酒生产工艺复杂,算上原材料、人工、水电、环保、存储、包装、运输等成本,一箱大曲酱香酒的出厂价就达到 200~300 元。而甯酒使用食用酒精生产,其单瓶成本不到 10 元。甯酒以低价销售极大扰乱了酱酒市场的

正常秩序。”吕玉华分析说。

二是普通消费者难以区分真假大曲酱香酒,给了甯酒、伪劣酒可乘之机。“对于专业人士而言,只需要闻一闻就能辨别出真假大曲酱香酒,而大多数普通消费者却不容易辨识出假冒大曲酱香酒的甯酒、伪劣酒。真假难辨,给了甯酒、伪劣酒生存的空间。”吕玉华说。

在酱酒市场乱象最严重时,甯酒厂家“9.9 元一瓶”、“百元一件”的所谓酱香酒的广告铺天盖地。“市场乱象之下,酒企难以找到优质经销商,经销商也难以扩大自身影响力,消费者更难以喝到正宗优质的大曲酱香酒。甯酒、伪劣酒逐渐从酱酒市场的肌肤之痒转变为心腹大患。”作为仁怀产区酒业协会的话事人,吕玉华对甯酒对酱香酒市场的危害深恶痛绝。

吕玉华也注意到,上有政策下有对策,甯酒生产企业采取了种种方法规避领导小组的查处。无法整车运输食用酒精,他们就以分装形式偷偷运输;仁怀市内检查严格,他们就将生产企业转移到仁怀市以外。

因此,吕玉华建议:“针对甯酒生产企业,必须省、市联动,进行全方位的严查整治,从源头上杜绝甯酒、伪劣酒的生产。此外,经销商也需自律,不得违规销售甯酒、伪劣酱酒。”

此外,吕玉华还介绍说,为了提升仁怀市酱酒整体质量,筑牢酒都酱酒品质护城河,仁怀市酒业协会还定期组织专家委员会成员深入企业指导。指导内容包括生产现场管理、制酒制曲工艺规范、安全隐患、生态环境保护等方面,巡查企业每一轮次基酒的生产情况,稳步提升基酒质量。

“协会还将组织企业进行行业展示、互动交流,对外整体展示遵义产区和仁怀核心产区名优白酒品牌,促进白酒企业技术进步、品质提升、结构优化,提升酒都酱酒品牌公信力。”吕玉华补充道。