

广告

50元以下产品品鉴

孔府家红吉祥



酒精度:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:81
原料:水、高粱、小麦 大麦 豌豆
年份指数:2
原浆指数:3
甜爽度:2
生产厂家:曲阜孔府家酒酿造有限公司

G·R 酒评:这是一款成熟度比较低的白酒,适宜饮用,无太多的特色。香气较小,但是干净,无异杂香;浮香挺大,一直漂浮在酒杯上面,具备北方酒大体风格,如果要用一个字形容此酒,那就是“净”。

典藏牛栏山二锅头十二年陈酿



酒精度:46%vol
香型:清香型
G·R 官荣评分:85
原料:水、高粱、大麦、豌豆、小麦
年份指数:2
原浆指数:3
甜爽度:2
生产厂家:北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂

G·R 酒评:此款酒酒体清澈透明,具有典型的清香风格,入口醇和、甜净,但稍显单薄,应为酒中中品。

五粮液福中福祝君祥福



酒精度:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:85.5
原料:水、高粱、小麦、玉米、糯米、大米
年份指数:2
原浆指数:3
甜爽度:3
生产厂家:宜宾五粮液股份有限公司

G·R 酒评:此酒具有典型的五粮风格。它带有较为浓烈的窖香和五粮香气,糟香舒适,酒体酸度强烈,入口醇和、丰富,余味较悠长。

茅台集团 茅台贵州特醇珍品



酒精度:52%vol
香型:浓香型
G·R 官荣评分:85
原料:水、高粱、小麦
年份指数:3
原浆指数:3
甜爽度:3.5
生产厂家:贵州茅台酒厂集团技术开发公司

G·R 酒评:这款酒出自一位成熟的调酒师之手,能够感觉到他在勾调中的游刃有余,用较低的成本调制出一款香气纯正、酒体醇厚、协调、甘润、风格突出、拥有超高性价比的浓香型白酒。

谋划华东 全兴加速全国化进程

■ 王恒力

品牌复兴,必经之路是要全面实现全国化。当这一命题一直摆在“全国老八大名酒”之一的全兴面前,她将如何恢复昔日荣光?答案,藏在一场“奔跑行动”中。

在南京首站活动上,四川全兴酒业总经理祝勇,四川全兴酒销售有限公司副总经理江国兵以及上百位江苏各地经销商与会,共同见证老名酒的新征程。

44 天将征战 7 省 全兴为何奔跑?

2019 年以来,全兴的复兴战略正式启程。全兴围绕着 3456 的核心品牌价值,即三届中国名酒荣誉、四大独一无二二工艺、主要产品五年以上基酒保障品质、六大传统酿酒技艺四个维度,多元化生动性地向商家及消费者进行有效释放。

基于这一发展战略,在“十四五”开局之际,全兴设立了三年涨三倍、五年翻三番的“3353”目标。

“在‘十四五’规划中,我们要在全国形成几个销售板块。”全兴方面曾在春糖接受记者采访时表示。“以北京为中心建成京津冀板块,以上海为中心建成华东板块,以成都为中心建成西南板块,三大板块组成一个覆盖全国的大三角。然后再选取局部重点地区,建成小三角市场。”大小两个三角基本将中国经济发展的四个增长极涵盖在内。

据记者进一步了解,每一个板块市场都有对应的发展目标。当大小三角市场的联动效应显露,全兴的全国化战役将宣告胜利。

基于发展规划,全兴在去年就启动了第一轮全国化攻势。历时 42 天,全兴酒业先后在河北、河南、山东、重庆、江西、天津等 8 个省市举办财富招商会,对华北、华东、西南以及京津冀等区域实现“由点及面”的战略辐射和市场影响。

最后,全兴收获千家意向经销商的深度洽谈,如火如荼的战略布局与品牌攻势展示出名酒复兴的强劲动力。

短短的 42 天让一个老名酒重启快进键,强大的品牌势能及布局速度让“全兴归来”不是一句空口号,全兴速度一度成为业内热词。

阶段性的胜利也让全兴品牌势能高涨。当地时间迈入 2021 年,全兴再次全速起航。



5 月 20 日,以“奔跑吧,全兴”为主题的全国品牌推荐会

于南京正式启幕。在随后至 7 月 2 日的 44 天里,全兴还将先后跑进江苏、浙江、湖北、山东、河北、辽宁、内蒙古 7 省,在全国多地掀起一场“黄色风暴”。品牌复兴,必经之路是要全面实现全国化。当这一命题一直摆在“全国老八大名酒”之一的全兴面前,她将如何恢复昔日荣光?

在 5 月 20 日-7 月 2 日的 44 天里,全兴规划将陆续在江苏、浙江、湖北、山东、河北、辽宁、内蒙古 7 省召开品牌推介会。

依旧是“两大品牌三大系列”的产品矩阵亮相此次品牌推荐会。两大品牌即“熊猫”和“全兴大曲”。三大系列则指熊猫赏鉴系列以及全兴大曲旗下的老名酒系列、新名酒系列。

全兴再次发挥了高速奔跑的特质,带着全兴的悠久历史与品牌内核让市场,经销商和终端近距离审视新时期的老名酒。

首战南京,全兴透露深化全国战略的“8 字秘诀”

再启全国化攻势,全兴为何选择在南京首发?记者认为,应该看到南京市位背后更大的市场。

南京,是长三角经济区的重要组成城市。众所周知,长三角地区是我国经济最活跃、开放程度最高、创新能力最强的区域之一。从经济总量上看,2020 年长三角联盟七区 GDP 总

量超过一万亿元,人均 GDP 达到 17.2 万元,达到发达国家水平。

此外,长三角还同京津冀、珠三角及成渝经济圈并称中国经济增长四极,所以全兴 2021 年的市场布局紧密围绕这四个增长极,可以说落子精准。

推荐会上,四川全兴酒业有限公司总经理祝勇也表示:“长三角集中了目前中国 1/4 的经济总量,是世界级的城市集群。而江苏,不仅是长三角的重要一角,也是白酒的产销量大省。”

而放眼整个长三角,南京是个特殊的存在。叠加了长江经济带、长三角一体化和自贸区建设等多重战略机遇,南京都市圈有着更大的想象空间。毋庸置疑,南京都市圈有望成为上海之后助力长三角地区打造世界级城市群的新支点。

可以说,全兴全国品牌推介会首发南京,正是圈中长三角城市集群中南京所处的战略高地位置。

占位发展战略来看,对于全兴而言,圈中长三角经济区,也意味着全兴“十四五”规划中的华东板块构建工程。可以想象,当大本营西南市场和华东市场同步巩固时,全兴全国“三角联动”的局面已经筑牢两个角。

为了更好地推进全国化深化新征程,全兴方面表示,2021 年将坚守“保质、控盘、稳价、增利”八字方针,进一步保障品牌的持续平稳向上生长,多措并举助力全兴打造一个复兴样本。

牢守产品品质。全兴主要产品五年以上基酒保障,四大独一无二工艺确保酒质,六大传统酿造技艺让消费者喝到原汁原味的正统名酒。

打造产品矩阵。现阶段主力打造 100-300 的主流产品,由彩系列及樽 20 快速占领基地市场,未来将重点培育 300-500 的产品,将樽 30 及水晶装逐步深植市场,远期将规划储备 500-800 元的高档产品,完善中高端产品的全面布局。

优化渠道结构。按照城市规模建设二级核心终端销售模式,规避多级分销。厂商资源高度融合,以核心终端为载体,依托数字化工具,资源直接面向消费者。

强化营销秩序管控。2021 年全兴还将加大对大流通渠道的管控,加强一物一码使用效率,避免各类低价乱价行为对品牌造成负面影响。同时全兴将进一步调整产品线,进一步强化中档名酒的核心价值,控盘市场增利赋能经销商。

任兴洲:中国葡萄酒发展进入窗口期

■ 李冰玉

国际上大量的酿酒葡萄和多样化的产品以及酿造技术进入到中国,倒逼了我国葡萄酒产业的发展。虽然现在来看,我国葡萄酒产业发展面临很多困难,但是近二十年来,我国葡萄酒产业仍有非常大的进步,这是需要被看到的。

从宁夏到广西,在中国广袤的土地上“葡萄经济”正在兴起,燎原之势已成。如今,葡萄及葡萄酒相关产业正焕发出勃勃生机。谈及个中原因,无外乎利好经济发展,为人民的美好生活增光添彩。

2021 年,中国葡萄酒迎来了变革之年,这也许是中国葡萄酒从调整期转向窗口期的重要一年。日前,记者专访了国务院发展研究中心市场经济研究所原所长任兴洲在她看来,大力发展葡萄酒产业对相关经济带来了极大的利好。

同时,2021 年对中国葡萄酒而言注定是不平凡的一年,中国葡萄酒发展进入了窗口期,对于澳大利亚葡萄酒征收倾销税后,中国葡萄酒市场更加健康有序地发展,实现了各国葡萄酒企业更加公平的竞争,为消费者带来了更好的饮酒体验。

利好区域经济 把荒滩变成绿洲

谈及为何要大力发展葡萄酒经济这一问题,任兴洲指出,主要在于四个方面:

首先,大力发展葡萄酒产业对相关地区尤其适宜种植酿酒葡萄的地区,可以做到因地制宜发展特色产业。酿酒葡萄更加适合生长在我国的西部地区,如贺兰山东麓、天山地区、甘肃武威等地方。酿酒葡萄种植属于第一产业,酿造葡萄酒的过程则属于第二产业,葡萄种植、酿造与酒庄旅游相结合,形成了一二三产业相互融合的重要特点。对于我国西部地区而言,特色产业的发展有利于当地经济发展。

其次,种植酿酒葡萄可以更好地利用当



地的土地资源,并有利于改善农村的生态环境。酿酒葡萄的特点是根系发达,耐干旱、贫瘠土地适应性强。在我国,酿酒葡萄主要生长在西部和北部干旱地区,甚至荒漠滩涂。此外,葡萄种植还能防风固沙,减少水土流失,盘活贫瘠的土地资源和限制的荒漠沙地。这不仅对地区经济发展带来利好,对我国的土地有效利用也带来更多利好。此外,酿酒葡萄主产区很多位于海拔较高、昼夜温差的区域,病虫害较少,有机、生态的种植方式大大减少了相关污染,酿就了优质的葡萄酒,也改善了当地的生态环境,把荒滩变成绿洲。

再次,有利于区域农村农业发展和农民的增收,有利于有效、精准的扶贫。葡萄酒酿造产业让农业作物与制造业紧密地结合起来,促进了农业生产的同时,提高了酿酒葡萄的附加值,同时创造了大量的工作岗位,吸纳了大量的农业工人,实现了农民增收,从而起到了调整产区农业结构的作用。

最后,种植酿酒葡萄使中国的葡萄酒能够满足人民日益增长的美好生活需求。多年来,中国葡萄酒的品质日益提高,获得了国内外专家的高度认可。这说明我国风土条件、资

源条件有着非常大的优势,也为中国葡萄酒在世界葡萄酒的整体版图和格局中,占据了重要的“一席之地”。

创造公平有序的发展环境 至关重要

自 2012 年以来,中国葡萄酒行业进入深度调整期。在业内看来,连续下滑的葡萄酒行业将在今年迎来拐点。2021 年,澳大利亚葡萄酒对中国倾销之势将逐渐止步,市场环境进一步优化。

对此,任兴洲告诉记者:“中国的市场大门是打开的,欢迎国际上的产品进入中国,分享中国的市场。但是,中国市场的竞争要遵守国际规则,也要遵守中国的相关法律法规。倾销是违反国际贸易规则的。”

相比于中国的葡萄酒行业,不少国家的葡萄酒产业发展时间长,形成了一定的竞争力。此外,在很多国家的相关规划中,葡萄酒产业从前端种植到酿造开始,都作为农业产业,获取了大量农业补贴这是葡萄酒产品容易以低价格在中国倾销的重要原因。在任兴

洲看来,这对中国的葡萄酒产业是不公平的,随着中国法律法规越来越健全,在国际贸易中依据国际规则行事,为中国葡萄酒产业打造了公平竞争市场环境,这对于年轻的中国葡萄酒产业十分重要,同时也有利于其他国家的葡萄酒在中国市场上公平竞争。

窗口期之下 年轻的中国葡萄酒产业正在前进

宁夏、新疆等部分地区已经把葡萄酒打造成地方特色产业。尽管如此,中国葡萄酒仍在负重前行。

在我国很多地区,冬天温度较低,至今,埋土仍是较好的选择。冬天埋土、春天上架,在这一过程中产生了大量的物料、人力成本。此外,与国外相比,葡萄酒的酿造属工业领域,相关税费较高,与国外的“农业”葡萄酒相比,享受到的相关优惠政策和补贴差距很大。同时,进口葡萄酒竞争力较强,美誉度、认知度较好,这与葡萄酒被看作是舶来品看有很大关系。任兴洲认为,多方原因造成了中国葡萄酒处在调整期的时间较长,有些地区出现了下滑的情况。

任兴洲表示:“中国市场经济的发展周期中,涌入了很多来自世界各地的葡萄酒,优质的国际葡萄酒进入中国后,满足了消费结构升级之下消费者对葡萄酒的更高需求,也满足了一部分消费者对国际名牌葡萄酒的需求,形成了中国市场消费的不断增长,也为中国葡萄酒产业发展创造了条件。”

任兴洲坦言,国际上大量的酿酒葡萄和多样化的产品以及酿造技术进入到中国,倒逼了我国葡萄酒产业的发展。虽然现在来看,我国葡萄酒产业发展面临很多困难,但是近二十年来,我国葡萄酒产业仍有非常大的进步,这是需要被看到的。”

谈及中国葡萄酒未来,任兴洲有着更好的祝愿:“希望中国的葡萄酒产业能克服困难,解决自身产业在发展中的问题,用更好、更快的发展带动区域特色经济崛起,有一个更好的未来。”