

广告

## 广东省名优酒鉴赏

## 南台酒



广东省平远县南台酒厂。平远古属梅州，酿酒历史悠久，宋代已有酿酒业，如嵇含《南方草木状》载：“草曲，南海多美酒，不用曲蘖。但杆米粉，杂以众草叶，治葛汁涤溲之，大如卵，置蓬蒿中，荫蔽之，经数月而成。用此合糯为酒。”平远米酒系由此发展而成。据《平远县志》载，明代嘉靖年间，民间酿酒较为发达，并形成独特风格的小曲酒品。1956年在小酒坊基础上建平远县酒厂，继承传统工艺小曲酒，因平远县地处南台山，南台素以壁立千仞及仙殿浮岚等八景著称，平远南台酒厂以南台下东霖古刹所在的天然岩洞作酒坊，引用岩泉制成佳酿，故名南台酒。

南台酒属米香型白酒。酒液无色，清亮透明，酯香浓郁，蜜香清雅，醇厚柔和，后味甘甜，具有米香型白酒独特风格。

南台牌南台酒曾于1984年、1987年被评为广东省优质产品。

## 凤城液



广东省顺德县酒厂。顺德县古属广州，据《广州府志》载：“风俗，元日饮柏酒，二月农民方里烹豚酬酒，端午酿雄黄酒，九月九日登高饮茱萸酒。”清代酿有烧酒。1953年将小酒坊合并改建为中国专卖事业公司广东省公司酒类加工厂，1956年更为现厂名，1976年投产此酒。

凤城液属其他香型酒。此酒，酒香馥郁，味柔和、圆润、怡畅、留香持久。凤城液酒质优良，芳香醇正，风味独特，具有老窖酒的风格。

红荔牌凤城液于1977年被命名为广东省名酒称号，1984年、1989年被评为广东省优质产品。

## 狮泉玉液



产于广东省澄海酒厂，澄海县民间酿米酒已有近百年历史。早在清代，当地的乡村墟镇就有生产米酒的小酿酒作坊，当时称为“白酿酒”。1956年建澄海酒厂成批生产米酒，选择品质最优的产品，称为选庄米酒。1974年，经过酿酒技术的革新，生产出狮泉玉液。澄海酒厂附近有一座小山，因形状极像猛兽狮子，故名狮山。狮山由狮头、狮身和狮尾构成，狮头处有一泉水，当地百姓称它为“狮涎”。这处泉水清澈如镜，甘润适口，是酿酒之佳泉。狮泉玉液因此而得名。

狮泉玉液属米香型白酒。酒液色清透明，蜜香纯正，爽冽回甜，后味怡畅，有广东传统小曲米酒风味。酒度为55°。

团结牌狮泉玉液曾于1977年被评为广东省优质酒。

## 深度染酱 海南椰岛“一树三花”

齐轩

6月26日，以“椰岛致敬遵义，百年红色传承”为主题的2021椰岛酱酒封坛仪式暨新品发布会在酒都仁怀盛大举行。这标志着椰岛在白酒板块的“一树三花”战略布局已经初步落地。

## 传承红色文化，海南椰岛不忘初心

今年正值建党100周年暨长

征胜利85周年前夕，海南椰岛在遵义举行红色文化主题活动显然意义重大。海南椰岛集团董事长冯彪在致辞中表示，椰岛从海南北上与之结缘，是为了与这座英雄城市的人们一起讴歌革命、铭记历史、书写红色传奇。同为不同酒种的道场，仁怀与海南，千里姻缘早注定，两地文化一家亲。

遵义作为党和红军的革命根据地，是历史转折的重要地点，同时也是酱酒核心产区。而海南椰岛的血脉里同样铭刻着深深的红色印记。90多年前，在海南有一支红军英雄部队——琼崖纵队。他们坚守在海南二十三年红旗不倒，为中国革命胜利和海南解放立下了不朽的功勋。

而海南椰岛与琼崖纵队有着特别的渊源。抗战时期，琼崖纵队司令员冯白驹将军的叔父冯质夫毅然决然踏上琼崖革命征程。作为纵队军医，他将已有300多年祖传秘方泡制药酒为战士们驱除伤痛。海南解放后，已是纵队军需处处长的冯质夫无私将祖传秘方献给了椰岛集团前身国营海口市饮料厂，传承至今已有20代。从冯氏家族将鹿龟酒配方带到琼崖纵队那一刻起，就已将红色基因融入了海南椰岛的血脉。

冯彪指出，百年党建，百年椰岛。椰岛将传承红色基因，凝聚前行力量，不忘初心，不负韶华，达成使命。今天是椰岛上又一个新征程的起步，将秉承敬畏之心，“以胜利期许胜利”、“百年创造百年”，相信与糊涂酒业的精诚合作，必将创造又一个百年的酒业传奇。

贵州糊涂酒业集团总经理刘良智在会上也表示，椰岛糊涂酒业秉承着“得天地人和，承百年古法，酿酱香典范”的基本宗旨，致力于运用新的商业思维实现企业的高效运转，



6月26日，以“椰岛致敬遵义，百年红色传承”为主题的2021椰岛酱酒封坛仪式暨新品发布会在酒都仁怀盛大举行。这标志着椰岛在白酒板块的“一树三花”战略布局已经初步落地。从4月27日发布公告与糊涂酒业集团合资成立新公司，到新产品预上市，海南椰岛仅用了2个月的时间。回归酒类主业的海南椰岛正在书写“椰岛速度”。

用最好的产品，精准的营销打开市场新局面，实现短期内在白酒板块上市的理想目标，进而引领白酒行业新发展，成为贵州省乃至全国白酒行业的标杆企业。

## 五大支撑，椰岛将重新定义中国新式酱酒

众所周知，酱酒已进入一个前所未有的新时代。从产业周期看，酱酒是中国白酒产业新周期，正处于上升红利期；从市场热度看，酱酒是中国白酒消费新潮流，且酱酒全国化趋势逐渐加快；从盈利情况看，酱酒以低占比完成了高利润的收割，2020年酱酒以8%产能贡献了全行业26%的销售额和39.7%的利润。

而对于酱酒的布局，海南椰岛则早有谋划。2011年椰岛便推出了海南第一款高端酱酒“儒法堂·酱香鼎典”，为海南建省30周年而封藏，彼时酱酒热还未兴起；2020年11月，椰岛开创海派酱酒，推出海酱10、海酱20两大单品，意味着自身酱酒风格的形成；而今年4月携手糊涂酒业在仁怀成立椰岛糊涂酒业，标志着椰岛已完成在酱酒核心产区的布局。

海南椰岛酒业总经理兼椰岛糊涂酒业董事长陈涛表示，酱酒是中国白酒产业上升新周期的核心，也是中国白酒消费新潮流趋势，椰岛回归酒业主业，聚焦大健康产业，必须赶上酱酒这趟车。

根据规划，未来5年内，椰岛将投资50亿元，为椰岛糊涂酒业提供“万吨红粮、万吨制曲、万吨产能、万吨储能、实力保障”五大支撑，打造出规模仅次于茅台的酱酒新势力。在产品方面，椰岛糊涂酒业未来将以“贵台”为战略核心产品，以“国运、椰岛、糊涂”形成“一树三花”产品阵列。

此外，为进一步提高产品品质，椰岛糊涂酒业集结了原茅台集团总经理助理、高级酿酒工程师、国家级注册酿酒师钟怀利，原茅台酒股份有限公司质量检验部副主任、制曲三车间主任、贵州省白酒评酒委员、全国白酒工艺大师、国家一级评酒师严腊梅等“茅台系”顶尖专家为椰岛酱酒品质把关。

“椰岛糊涂酱酒是顺应白酒发展趋势，是椰岛的一个重大战略。”冯彪表示，椰岛将携手糊涂酒业，为消费者提供好而不贵的酱酒，以资本、科技、文化，构建“三位一体”的椰岛竞争力，重新定义中国酱酒新方式，引领酱酒行业发展新时尚。

## “一树三花”全面绽放，“椰岛速度”气势如虹

作为保健酒唯一上市公司和龙头企业，海南椰岛自2020年9月以来，在冯彪董事长的带领下，明确了未来5—10年的战略发展方向，即围绕“大健康产业”为中心主干，以滋补型椰岛鹿龟酒、轻养型椰岛海王酒和原产地精酿白酒为公司战略的“一树三花”战略布局。

在保健酒层面，椰岛鹿龟酒系列、椰岛海王酒系列已全新升级亮相，在实现“无糖型、

更健康”以及口感更加舒适的同时，进一步借助自身健康基因和高端品牌形象，成为行业关注的焦点。

而在白酒版块，椰岛用原产地白酒股合作的形式同样迅速形成了“一树三花”布局。具体来看，从3月31日与四川宜府春酒业共同投资成立椰岛粮造成都酒业，到4月28日与河北衡水湖缘酒业共同投资成立椰岛粮造衡水酒业，再到底现在的椰岛糊涂酒业新产品的首秀发声。短短三个月的时间内，椰岛已完成了对浓香、清香、酱香三大主流白酒香型的战略布局，这应该也是业内普遍赞其发展为“椰岛速度”关键原因所在。

椰岛方面表示，集团打造的“百年椰岛、百亿椰岛”的发展目标已正式进入第一阶段的实施步骤。公司在四川、河北、贵州，投资建立不同的公司，将充分发挥产地优势与区域人文优势，全面提升公司的综合实力。

业界普遍指出，海南椰岛回归酒类主业后，在产品升级与创新、持续优化渠道和拓展酒业版图等方面举措效果显著。同时，规模与核心竞争力也得到了大幅提升，这为海南椰岛全面发展奠定了良好的基础。尤其是后疫情时代，伴随大健康的消费热，先天具有健康基因的椰岛酒业的发展潜力也将进一步被激发。

“我们正处在大健康产业的黄金赛道，椰岛团队以及所有的合作伙伴将共同努力，致力将百年椰岛打造成‘全球健康消费品生态产业链综合运营集团’，成为全球健康消费品的制造者和提供者。”冯彪如是说道。

椰岛正在强势崛起，将创造出怎样的“椰岛速度”，我们拭目以待。

## 王新玉：打造酱酒IP集群平台 3—5年布局3000家体验馆

江楠

平台型企业在未来流通领域的赛道上还有很大机会。

相较于传统线下渠道，酒类互联网平台能够在订单获取、信息挖掘和传递等方面具备更高的效率。

2020年的一场疫情改变了消费者的饮用场景和购买方式，也让酒类互联网平台生意红火。春糖期间，酱酒智造总裁王新玉作客酒业家专访间，接受记者专访，分享了对于酒类互联网平台发展趋势的研判和对白酒未来变化的诸多观点。

## 平台型企业依然有很大机会

酱酒智造是一家专注于酱香型白酒领域的互联网平台公司，“我们公司愿景有三句话，一是链接酱酒最核心产区，二是赋能酒商，通过个性化的柔性生产、互联网营销工具给到合作伙伴，三是服务酒友，为消费者提供高品质的真酒、好酒、放心酒。我们围绕消费者个性化需求、场景化需求，去提供个性化的定制服务，而且我们时间也比较快，最快一周左右就可以拿到，同时我们也为很多酒商打造属于他们自己的IP小品牌产品，未来目标是创造IP的一个平台，我们做IP的集群和矩阵。”王新玉介绍说。

2020随着疫情之下电商的火爆，酱酒智造也实现逆势增长。“去年较前年有153%的增长，因为我们的模式和传统的不太一样，一是个性化需求，就算去年在疫情之下，很多饮酒只是场景发生了一些改变，传统门店受到了一定影响，但我们更多是采用互联网方式，有自己的一套完整的营销工具，打造了一些



适合去年行情之下的爆款。客户不用出门，直接可以送货上门，我们的合作伙伴用一个链接、一个分享就可以把产品销售出去，所以在去年我们还是取得了很多增长。”

据介绍，酱酒智造目前在全国设有9大运营中心，合作伙伴达2000多家，因为主营酱酒，因此战略市场也与各大酱酒品牌高度重合。王新玉说：“今年的河南、山东、广东，这三个市场肯定是最有竞争的，未来西北也会作为我们的一个重点市场去考虑布局。”

王新玉认为，酱酒热对于酒类互联网平台发展是一个利好趋势，“酱酒的火爆现在到达了消费端，越来越多人了解、接受酱香型白酒，甚至主动去寻找、主动去饮用酱香型白酒，对我们来讲是利好，因为我们是专注做酱酒的平台，同时加上个性化定制需求越来越

多，我们提前布局，都判断到了，所以对我们来说是比较好的一个变化。”

此外他预测，酒类互联网平台前景依然十分广阔，“因为中国流通领域不管从规范程度、连锁普及率，它都是远远不够的，所以我认为平台型企业在未来流通领域的赛道上还是有很大机会的，包括目前的酒仙网、1919都是做得比较好的，国内未来可能会有5—10家乃至更多的平台跑出来。”

## 建设数字化产业园

2021年第一季度酱酒智造业绩向好，对于接下来的发展，王新玉信心十足，“我们今年开年情况还是不错的，特别是今年很多酒商都在找酱酒的产品，除了部分代理头部品牌以外，很多也在考虑打造自己的小品牌、小IP，开年以来我们已经签约了超过100家的小

IP打造的客户，今年我们预计增长较去年至少翻一番，我们在全国布局的拓展，能够保证我们在5年之内，每年业绩都能实现100%的增长。”

2021年起，酱酒智造计划加强市场渠道建设，“我们会加强对市场渠道的建设，在全国各地我们建了很多酱酒智造体验馆，因为我们认为酱香型白酒一定是需要做深度体验的，消费者虽然现在主动去喝酱酒，但是在消费层面，酱酒的传播和体验还是远远不够的，很多消费者还是没有办法去识别酱酒的品质，所以未来我们会更多建设这种体验馆，目前我们有300多家，我们规划通过3—5年的时间在全国布局3000家左右。”

另外王新玉透露，开放供应链是酱酒智造的下一步举措，“我们拥有自己的设计师团队、定制工厂，我们会开放这一块，包括酱酒智造的条码我们也会开放，我们希望和更多想做自己品牌IP的酒商来合作打造IP。未来会在贵阳(总部)建设数字化产业园，我们会把酱酒数字化产业做成集智能仓储、IP、文创、柔性定制、旅游观光、酒旅融合、培训教育的数字化产业园，这是我们比较重要的发展规划和方向。”

王新玉预测，中国白酒未来的发展持续向好，“从整个白酒产业结构来说，肯定未来会朝高质量发展，会向头部集中。从消费层面来看，可能过去比较粗暴的营销方式也会逐步改良改善，朝喝健康酒、喝少一点、喝好一点的方向去做。淘汰落后产能，但是整个行业的收入规模我认为还有很大的增长空间。在酱酒层面，我们判断可能在2—3年会有很多新品牌出来，市场会有很多乱象，这时候谁有稳定的品质、成熟的体系，谁就能发展得更好。”