

# 企业家日报 中国酒

Chinese drinks weekly 周刊

## ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第 261 期 总第 10241 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 责编:杜高孝 版式:黄健 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2021 年 10 月 23 日 星期六 辛丑年 九月十八

### 新闻周讯 | News bulletin

#### 2022第19届 北京国际包装与食品加工 展览会将举办

中国国际食品包装与加工展览会(CF)创办于2002年,是食品加工与包装的行业例会,它已经成功举办了18届,成为中国食品行业知名的展会之一。历时近二十多年的发展,CF已经成为业内领先的贸易展览。2022第十九届中国国际食品包装与加工与包装展览会(CF)将于2022年5月31—6月2日在北京中国国际展览中心召开。展览会(CF)覆盖多个行业重要领域,包括各类包装制品、包装机械、食品加工设备、安全检测设备与仪器、食品智能制造技术等,为中国迅速增长及日趋进步的制造业提供与时俱进的解决方案,是开拓庞大的中国市场的理想交易平台。

#### 羽量酒业 新增腾讯公司为股东

上海羽量酒业有限公司发生工商变更,新增深圳市腾讯创业创新发展有限公司等多名股东,同时公司注册资本由147.83万元人民币增加至163.02万元人民币,增幅为10.27%。企查查信息显示,该公司成立于2020年,法定代表人为刘喆,经营范围包含:酒类经营;食品经营;服装服饰零售;文具用品零售等。

#### 青青稞酒 预计前三季度扭亏为盈

青青稞酒发布业绩预告,预计2021年前三季度归母净利8000万元~9000万元,上年同期亏损6431.26万元。对于业绩变动原因,公司表示,白酒行业趋势向好,公司整体业务得到逐步恢复;公司持续聚焦白酒板块,核心区域业务得到了修复;公司营业收入较上年同期增长50%~60%。传播上倾向新媒体,关注用户到达率;有效提高广宣投放的效率和精准率。同时,明确了国之德系列、第三代出口型系列、星级系列产品为公司主推产品,调整核心产品价格体系,优化产品结构,中高档产品占比显著提高。整体业绩实现扭亏为盈。

#### 夜郎古荣膺 “中国酱酒卓越企业”

日前,2021中国酱酒产业圆桌会议在天津津卫大酒店召开,贵州夜郎古酒业销售有限公司总经理王东出席会议,并做了题为“争做茅台镇酱酒核心区的伟大贡献者”的主题发言,“从产业到产区,从品类到品牌,从匠心到艺术,夜郎古酒争做茅台镇酱酒核心区的伟大贡献者!”本次圆桌会议由中国酱类流通协会主办,白酒泰斗季克良、中国酒类流通协会会长王新国、贵州各大酱酒产区及山东等北方酱酒产区政府领导、领军企业出席会议,共同探讨产区工艺标准、文化传承、品牌建设等核心议题。贵州夜郎古酒业作为仁怀产区代表出席会议,并荣获“中国酱酒卓越企业”殊荣。

#### 西凤:“十四五” 目标销售收入 200 亿

目前,西凤酒召开媒体座谈会。2021年上半年西凤酒实现销售收入41.43亿元,完成半年任务131%,较去年同期增长92%。针对企业下一步规划,西凤酒党委书记、董事长张正提出,“十四五”末实现销售收入200亿元以上,力争达到300亿元。

#### 花冠第 20 届 中华储酒节开幕

日前,第二十届花冠集团中华储酒文化节暨花冠年份老酒战略发布会在花冠集团国花酒庄品牌馆举行。据悉,自2002年举办首届以来,花冠储酒文化节已走进第20个年头。从一个企业活动变成了一个品牌IP、一种文化现象。(综合)

新闻热线:028-87319500  
投稿邮箱:cjb490@sina.com



## 海岱文脉催醪熟 东沂紫气润酒香 第十一届九九秦池酒文化庆典暨龍琬重酿·40 上市活动举办



■ 张召刚

日前,山东秦池酒业有限公司隆重举办“匠心品质·价值传承”第十一届秦池酒文化庆典暨龍琬重酿·40酒上市发布会。社会各界人士、酒界行业领导、秦池酒业客户代表、白酒专家、媒体朋友等共计300余位来宾欢聚一堂,共庆佳节,共品美酒。活动分为两大阶段:第十一届秦池酒文化庆典活动在秦池集团院内举办;龍琬重酿·40上市发布会及招待午宴在临朐揽翠湖大酒店举行。

金秋九月,秋高气爽,丹桂飘香。秦池院内,欢歌笑语,酒旗飘扬!集团内的活动共分:欢聚一堂、金秋开坛、追祖溯源、质量誓师、九九投粮、战略合作签约、书画献礼、盛世封坛等系列文化活动。伴随着《盛世花开》歌舞的明快节奏,第十一届秦池酒文化庆典活动徐徐拉开帷幕。此次活动由山东秦池酒业有限公司酒文化推广人崔梦迪和知名主持人陈曦主持。

敬献礼帛后,山东秦池集团董事长胡福东先生致欢迎词,欢迎大家到来!随后,相关领导致祝贺辞,肯定了秦池这些年来在市场

拓展、品牌重塑和企业文化建设方面所取得的成就,对争创山东白酒新标杆的做法给予赞扬和肯定。

农历九月初九是酱香酒投料、头排摘酒和秦池酒业拜师祭祖的日子。在追祖溯源环节,通过请酒神、拜酒神、诵读《祭酒神文》、诵读《酒祖训词》、表演《乐舞祭》、职工同唱《酒神曲》等一系列庄重的祭祖仪式,表达了秦池人对酿酒始祖丰功伟绩的追忆,并立志将传统酿酒技法发扬光大的信心。秦池特地从酒窖中取出了一坛窖藏老酒,这坛酒是为了纪念2007年“秦池牌”荣获“省轻工业协会十大自主品牌”而封存的美酒,与各位嘉宾共享。

合作是发展的根本,为秉持“匠心酿造,为美好生活添光彩”的企业使命,保障产品品质,助力秦池发展,秦池与中国食品发酵工业研究院进行深度战略合作,此次合作旨在探究秦池酱香白酒典型风格特征及关键酿造工艺,实现资源共享,合作共赢。

质量是企业的生命,是走向市场的通行证,借重阳佳节之际,质量誓师隆重举行,由山东秦池集团董事长胡福东授旗,山东秦池

酒业总经理助理、生产部门负责人张德忠接旗,并领誓秦池人的质量誓言。

秦池能生产出品质过硬的产品并能声明远播,离不开一代代秦池人的坚守和品质传承。在这个美好的日子里,秦池没有忘记老酿酒职工为企业发展所做出的突出贡献,两位老职工郑仁、张明玉都是70年代末到茅台酒厂学习酱酒生产技术的酿酒工人,也是秦池酒酿造技艺的传承人,四十多年来,这两位老职工一直心系企业发展,参与企业龍琬酱酒工艺调整和技艺挖掘,为企业的发展做出了突出贡献,可谓德高望重,功勋卓著。山东秦池集团党委书记、董事长胡福东先生为郑仁、张明玉颁发秦池酿酒功勋杯和证书后,开始了秦池一年一度的酱酒投粮仪式。

秦池农历九月九封坛储存原酒一直是一个传统,秦池生产酱酒已经有40多年的历史,秉承茅台,是山东六大酱香酒标杆企业之一,今年,为纪念酱香型白酒出品40周年,十位贵宾受邀为企业封存了十坛酱香酒,储存在秦池储配库内。

上午十一时许,厂区庆典活动在《我和我的祖国》的歌伴舞中徐徐落下帷幕。所有来宾

充满期待转场至揽翠湖大酒店参加本次活动的第二项内容:龍琬重酿·40酒上市发布会。

王建伟总经理致欢迎词,从王总精短的致辞中,深切表达了秦池酒业不忘初心,坚持为社会创造价值,为人民酿好酒,为合作伙伴带来利润,为员工谋福祉。欢迎与在座的新老朋友密切协作,携手共进,共商共建共赢,共创美好明天!

整个活动在欢乐明快的节奏中圆满结束。从临朐蔚庄酒坊算起,秦池已经走过80余年的光辉历程,80余年来,秦池人创新发展,励精图治,不忘初心,牢记使命,用匠心精神成就不朽品质,用使命担当再续历史辉煌。企业在荣膺“鲁派六大酱香标杆企业”荣誉称号,生产的百年秦池·头排酒·龍琬·魯壹號产品被评为“最受消费者喜爱的鲁酒高端产品”、“2020齐鲁白酒酒体设计金奖”荣誉称号,深得消费者认可,引领了鲁酒消费新时尚。

海岱文脉催醪熟,东沂紫气润酒香。相信这款有着40年底蕴的酱香白酒80余年底蕴的白酒,在社会各界的关注支持和企业的持续努力下,一定会引领鲁酒消费新时尚,为重振鲁酒发展再添风采,再立新功!

### 酒业论坛 | Observation

## 酱酒不可“神”化 也不可“妖魔化”

■ 张瑜宸

“有人问酱酒能热多久?我说只要中国经济没有大的波动,大家追求高品质的白酒的属性跟人的社会历史是一脉相承的,那么酱酒热就会持续下去。但在酱酒热的情况下也要理性分析,毕竟里面还有暗流。”

近日,中国酒业新闻网主办,北京华都酒业联合主办的,以“将理性发展进行到底”为主题的酱酒理性发展论坛在北京举办。会上,国家食品质量监督检验中心副主任、教授级工程师、中国食品工业协会专家委员会专家、比利时布鲁塞尔烈酒大赛4届大赛评委程劲松提出要正确认识酱香型白酒。

的确,在全民“染酱”的今天,酱酒热已经体现在方方面面。不仅仅是海量的市场规模,

还有各路资本争相涌入。但自茅台建厂以来,酱香型白酒就诞生了,为什么酱酒以前不热,现在热?说到底,还是有硬核“内涵”在作支撑。

“我们的白酒以多种粮食为原料,多菌种发酵,不仅比啤酒、葡萄酒、黄酒及洋酒的发酵周期长很多,贮存时间也长,再加上具备保值投资功能,所以洋酒等其他蒸馏酒都是‘撼山易撼中国白酒难’。”程劲松指出,这充分证明现在好白酒的稀缺性,好酒的确是比较多。

从酱酒的发酵工艺来看,好的酱酒具备高端优质白酒的感官特征,即净、绵、厚、雅、陈。

前几年能够像茅台这样醇厚丰满,优雅细腻,不带土腥、咸、涩味的酒不超过30%,所以各路英雄豪杰奔赴茅台镇选不到合适的好酒。酱酒的特点是生产周期长、成本高、风险度大,做不好会发苦发涩。

因此,以茅台为代表的酱酒以前产量很少。眼下随着酱酒质量、规模成倍增加,加上互联网经济、社群营销,茅台镇的酱酒各有各的卖点。但不容忽视的是,热潮下暗流涌动。

程劲松指出,酱酒质量参差不齐、泥沙俱下。“曾经很多投资人说让我给他们带路去茅台镇‘扫街’,一个个的酱酒厂去看看。哪个酒好,哪个酒的价格性价比高?我可以告诉大家200块钱也很难买得到性价比好的酒。”程劲松指出,茅台虽带动了茅台镇白酒的火热,但在纯粮固态属性认定、非法添加、年份识别、选酒特征及一致性认定等方面监管上仍有待提高。

此外,酱香型白酒异军突起,行业新产品辈出,如何检评?怎么扶持?图标制订又要怎样界定?都需要行业深思。

因此,我们应该正确看待酱香型白酒,既不能过度“神”化,也不能轻易“妖魔化”。说到底,酱酒热的背后,离不开品质,也少不了积淀。

以北方酱酒为例,不管是有茅台帮扶的华都,还是山东代表性酱酒品牌——“齐鲁酱”中的云门、古贝元、赖茅、祥酒、龙琬重酿、金贵,均有几十年的酿造酱酒历史。

“北方酱酒跟南方酱酒相比,香气优雅、立体丰满、绵甜柔和、甘冽圆润。此外,大家普遍认为在北方藏酒更合适。”程劲松指出,北方天气干燥,不容易长霉,储酒的外坛干净,更有利于酒与大自然的呼吸,有利于陈酿。

“茅台酒是价格标杆、价值标杆、质量标杆,几十年不变,但是人的口味是会变的。如果北方酱酒能够做出更加醇厚、焦香柔和、体质更轻松的酱酒,会给企业留下充分发挥的市场空间。”程劲松如是说。

双汇熟食 SHUANGHUI DELI

三重卤,更入味

唯怡天然饮品

植物蛋白 · 富含天然维E

喝唯怡, E多更美丽!