

大民族系列
酱香型白酒荣获
巴拿马万国博览会
“特等金奖”

■ 启轩

2021年第106届美国巴拿马万国博览会新产品新项目推介会上,贵州民族酒业(集团)销售有限公司总经理——大民族品牌创始人张怀仁先生出席金奖颁奖典礼,代表民族酒业领取奖章并发表获奖感言。

张怀仁先生表示:“贵州民族酒业以‘让全世界人民喝上正宗健康的民族酱香酒’为使命,以酿造高品质好酒,弘扬民族精神、传播民族文化为己任,始终树牢‘打响中国品质,点亮中国品牌,树立中国品牌形象’的企业意识。”

民族酒业立足于社会责任的承担与奉献,持续努力将中国优质酱酒及远流长的酒文化推向国际市场和更大的舞台。此次能够荣膺“巴拿马等金奖”,意味着民族酒业酱香品质再次在数家企业的竞争中脱颖而出,获得又一个里程碑性质的国际殊荣。

未来贵州民族酒业将继续恪守传统酿造工艺,深耕酱香市场,用诚信、匠心和品质与国际再次接轨。

此次获奖是大民族酒继 2021 美国旧金山世界烈酒大赛(SFWSC)、2021 酒选赛,成为国际烈酒大赛(CISC)、2021 国际葡萄酒与烈酒大赛(IWSC)获奖后,今年再次在国际烈酒大赛上斩获大奖。为大民族酒又增添了一座极具含金量的行业奖牌。

众所周知,巴拿马万国博览会是一个历史悠久的评选盛会,最早可追溯至 1915 年首届巴拿马太平洋万国博览会,是历史最长、参加人数最多、权威性最高的世界级盛会。

大赛评审团涵盖了全球烈酒行业的各类专业人士,包括品酒师、酿酒师、酒类杂志编辑、烈酒企业创始人、大学教授等,所有参赛酒品由评审团采取交叉盲品的方式层层筛选,评选结果公平、公正,其权威性和专业性不言而喻。此次经评选推荐的大民族·运系列“天字号系列”酱香酒白酒,均是大民族品酒高端系列产品。

从踏上评委席的那一刻,就有评委称赞弥漫的酒香,随后每个评委开始嗅、品之后纷纷赞美“大民族系酱香酒”的独特口感,随后是唇香、花果香,充分展现出

大民族·运系列酱香酒,从外包装到产品本身都蕴含着深厚的文化底蕴,经过多轮评审,其权威性和专业性不言而喻。此次经评选推荐的大民族·运系列“天字号系列”酱香酒白酒,均是大民族品酒高端系列产品。

大民族·运系列酱香酒,是大民族品牌倾心打造的“扛鼎之作”,以存封多年的陈年老酒做底,经过多达 165 道工序的层层甄选和多轮的品质追溯,仅有约 10% 的酒才符合其苛刻品质的要求,再经两次上百次精心勾调,优中选优,终得玉液琼浆。

经岁月淬练沉淀,闻其味酒香馥郁,入口温润,酱香典雅,回味悠长细腻,具有大曲酱香酒经典风范,饮后给人愉悦心畅之感。

纯酣烤花瓶设计,结合书香文本,意蕴典雅,附有中国龙图腾代表祥瑞盛世,各族同兴!外体礼盒精美祥龙与龙山的山脊遥相呼应,独特方庄主大气,彰显非凡质感,红色外观意蕴吉祥,尽显中国传统文化韵味。

天字号系列酱香酒以“天”字为名,寓意飘于天,无所不至,上品。精选足年窖藏的老酒勾调,酒质醇厚,入口喷香明显,陈香飘逸,甘润醇雅,口感饱满,轻啜一口,

从烟台市海洪街三仙胡同酱酒走一走,60 年老窖池,1950 年更多为烟台烧锅,1965 年迁至烟台市芝罘区只楚路 49 号,

优中选优,终得玉液琼浆。

经岁月淬练沉淀,闻其味酒香馥郁,入口温润,酱香典雅,回味悠长细腻,具有大曲酱香酒经典风范,饮后给人愉悦心畅之感。

纯酣烤花瓶设计,结合书香文本,意蕴典雅,附有中国龙图腾代表祥瑞盛世,各族同兴!

外体礼盒精美祥龙与龙山的山脊遥相呼应,独特方庄主大气,彰显非凡质感,红色外观意蕴吉祥,尽显中国传统文化韵味。

天字号系列酱香酒以“天”字为名,寓意飘于天,无所不至,上品。精选足年窖藏的老酒勾调,酒质醇厚,入口喷香明显,陈香飘逸,甘润醇雅,口感饱满,轻啜一口,

从烟台市海洪街三仙胡同酱酒走一走,60 年老窖池,1950 年更多为烟台烧锅,1965 年迁至烟台市芝罘区只楚路 49 号,

优中选优,终得玉液琼浆。

从杨氏烧坊至今 360 余年,坚守的不只是传承匠心,更是民族精神的无尽传承,大民族·运,让世界共享健康纯粮美酒佳酿!

从杨氏烧坊至今 360 余年,坚守的不只是传承匠心,更是民族精神的无尽传承,大民族·运,让世界共享健康纯粮美酒佳酿!

“胶东第一窖”烟台古酿焕新颜

■ 王维强

山东烟台酿酒有限公司90周年庆典

封坛仪式



双轮底加倍,老窖池和一般窖池相比,窖泥微生物更加丰富,产酒香味物质更加复杂多样,酒体更丰满。”

“烟台古酿不讲年代久远的历史故事,实实在在靠品质说话,具有 90 年历史积淀和胶东第一窖的积累沉淀,值得肯定。”在庆典活动现场,中国史学家、山东社会科学院历史研究所研究员王赛时还盛赞,当代中国白酒的新发明,从烟台酿酒厂开启。

王赛时口中的新发明,是指 1955 年中国酒业泰斗周恒刚先生带领的“烟台试点”以及出版的《烟台酿酒操作法》,结束了酿酒行业手摸、口尝的传统操作方法,是中国酿酒工业迈向新技术、新操作的“新起点”。

在酒道馆内,记者看到了三张大横幅的黑白照片,其中一张是 1955 年,在四川省 50 强企业座谈会上,宜宾五粮液集团有限公司相关负责人透露,1—9 月,五粮液集团实现销售收入 1069 亿元,同比增长 17%,实现利润总额 246 亿元,同比增长 19%。在稳中有进的态势下,五粮液对四季度的冲刺很有信心:力争全年销售收入突破 1400 亿元,利税总额突破 500 亿元。

“预期间接好于去年同期。”11 月 19 日,在四川省 50 强企业座谈会上,宜宾五粮液集团有限公司相关负责人透露,1—9 月,五粮液集团实现销售收入 1069 亿元,同比增长 17%,实现利润总额 246 亿元,同比增长 19%。在稳中有进的态势下,五粮液对四季度的冲刺很有信心:力争全年销售收入突破 1400 亿元,利税总额突破 500 亿元。

业内人士认为,中秋国庆期间的旺季,终端补货更加积极,大多数终端第四季度销售旺季乃至元旦、春节等旺季备货的需求会更加强烈,这对于五粮液各地经销商来说是一件好事,只有终端消费者增加,消化库存不成问题。随着第八代五粮液批价企稳回升和系列酒部分增量,五粮液的优势地位正在释放。

对于消费者而言,产品品质和价值是消费的第一要素。

张锋是杭州一家家装企业的负责人,在他看来,五粮液的千元价格带是稳固的,相对于茅台,五粮液的优势并不只是价格,更多的是营销的创新和时代的精神,仍然是十分有效的。”

在酒类营销和消费中,认知是第一

位的。千元价格带的日益稳固在一定程度上得益于五粮液的多次创业和营销创新。

五粮液作为中国浓香型白酒的典型

代表和行业龙头企业,其拥有的古窖池群

经过 650 余年不间断酿造,凝结着明

清时期集成固定的酿造技艺特点,被誉为

“五粮液”。

五粮液作为中国浓香型白酒的典型

代表和行业龙头企业,其拥有的古窖池群

经过 650 余年不间断酿造,凝结着明