泸州老窖 1952 将肩负名酒、品质、品 牌三大价值,推动泸州老窖品牌价值和中 国名酒地位提升, 助力泸州老窖实现品牌

在热播的东方卫视体育综艺《冠军对 冠军》中,泸州老窖全新战略品牌泸州老窖 1952 登场亮相,与冠军们共同讲述中国体 育故事、弘扬中国体育精神。

从独家冠名《冠军对冠军》,到携手人民 网推出"文艺星开讲·《功勋》系列访谈",再到 助力中国国家队备战冬奥会,泸州老窖 1952 自上市发布后,在多领域创新开展品牌营 销,展现品牌文化底蕴,讲述中国名酒故事, 传递"时代经典,致敬开创"的品牌主张。

"泸州老窖 1952"定位为泸州老窖品 系的战略引领品牌,是泸州老窖系扛鼎之 作。泸州老窖 1952 代表自 1952 年起,泸州 老窖创下浓香型白酒品牌唯一蝉联5届 "中国名酒"荣誉的经典奇迹,是泸州老窖 建立中国白酒标准化体系、开创中国名酒 时代的价值象征。

泸州老窖 1952, 是在新时代消费升级 背景之下,以"名酒开创、国标引领、经典致 敬"三大开创性理念,充分发挥泸州老窖窖 老窖 1952 由泸州老窖酒传统酿制技艺第 22 代传承人张宿义大师匠心打造,酿就集 "醇厚、浓郁、爽净、幽雅"为一体的浓香典型 风格,为追求高品质的白酒消费者提供了千 元价格带的最优选择。

### 时代经典为中国荣耀干杯

上市发布后,泸州老窖1952品牌动作 频频。为助威北京 2022 年冬奥会,让更多 军对冠军》,邀竞技体育冬季项目和夏季项 目的冠军们同场竞技, 讲述他们关于坚持 与奋斗、光荣与梦想的动人故事,同时科普 体育知识,点燃全民奥运激情。

短道速滑冠军韩天宇、短跑冠军谢震 业,冰球运动员黄滟、国家女子曲棍球队队 长崔秋霞,冰壶冠军王紫悦、"九球天后"潘 "你每付出一分钟,都是你未来在赛场上的 底气!""就像酿造一杯美酒,冠军的养成离 不开坚持!"……每一次讲述、每一个细

节都深深打动了万千观众和网友。 《冠军对冠军》节目收获不俗口碑,全 综艺。作为传承泸州老窖唯一蝉联 5 届中 求精的精神,以瓶身上的冠军徽章和岁月 酝酿的浓香,致敬坚持、致敬超越,为中国

## 走进"功勋"讲述英雄故事

除了跨界体育领域,弘扬中国体育精 神,泸州老窖1952还独家冠名人民网"文艺 星开讲·《功勋》系列访谈",讲述中国文艺故 事,带领观众重温时代经典,致敬开创精神。

"文艺星开讲"是人民网的品牌栏目,通 过邀请文艺领域的文化大家、影视名人讲述 自身经历、分享从艺心得,揭秘"爆款"文艺 作品的创作细节。作为 2021 年播出的文艺 精品,电视剧《功勋》讲述了首批八位"共和 国勋章"获得者的感人事迹,诠释了他们"忠 诚、执着、朴实"的人生品格和献身祖国人民 的崇高境界。

以经典致经典,以开创致开创者。泸州 老窖 1952 携手人民网"文艺星开讲",走进 《功勋》幕后的故事,对话《功勋》总导演郑晓 龙、编剧王小平、李延年的饰演者王雷、张富 清的饰演者郭涛等主创团队,聆听他们如何 用心、用情、用功地演绎英雄故事。《功勋》系 列访谈节目中,嘉宾们的真诚分享让观众和 网友屡屡破防,"正是因为有了这些无名英 雄,我们才能拥有现在的美好生活!"

### 推动中国名酒高质量发展

展望 2022 年,泸州老窖荣获中国四大 名酒 70 周年,泸州老窖将奋力推动泸州老 窖品系超越百亿,进一步筑牢中国名酒价 值。在品牌战略上,泸州老窖将坚持走品牌 聚焦之路,推进泸州老窖和国窖"双品牌战 略",聚力打造"国窖 1573"和"泸州老窖 1952"两大单品。

泸州老窖 1952 将肩负名酒、品质、品 牌三大价值,推动泸州老窖品牌价值和中 国名酒地位提升, 助力泸州老窖实现品牌

作为重塑中国浓香型白酒品牌全新价 值的一颗新星,泸州老窖 1952 也将坚守浓 香自信,为中国白酒行业注入新动力,为中 国名酒增添新活力,推动中国名酒高质量

# 国台"科技领航"创新高质量发展





出席本次鉴定会的特邀专家及行业领导 有:中国工程院院士、北京工商大学校长孙宝 国,中国酒业协会理事长宋书玉,发酵行业生 产力促进中心首席技术顾问、中国食品发酵 工程职业学院院长吴天祥,天津科技大学教 酒都做到统一就很难,不同酿造周期、年份、

出席本次鉴定会的科技成果完成单位领 导有:天士力创始人、天士力控股集团董事局 终身荣誉主席、国台酒业集团董事长闫希军, 天士力创始人、天士力控股集团总裁、国台酒 事局主席、国台酒业集团董事闫凯境,江南大 学副校长徐岩,天士力控股集团执行总裁朱 永宏,天士力大健康产业投资集团常务副总 控制方面有很大促进作用,尤其是聚焦在茅 经理、国台酒业集团董事张建忠,天士力控股 台镇产区风味上,希望能找出更多这个产区 领先水平。鉴定意见指出: 集团吊务副总裁、国台泗业集团监事周波,大 和具他区域的差别。

外埠市场,需要在研发、产品、渠道等方面一场。"

外市场也要实现区域式增长;提升产品结构, 到了94%。

在河南周口经营河南周口项城范集瑞文 选择。

在酒业挤压式竞争的态势下,结合市场 致远的"注脚"。

并进行调整创新,而这些层面的举措调整落

形势,2020年12月23日,山东兰陵美酒股份

调整高端产品的销售占比;以点带面,搭建集

群市场,实现区域联动的效应,形成合力"。那

透过五湖四海经销商脸上的笑容, 我们

么,一年以后,成效如何?

外埠市场实现质的突破

会议由中国轻工业联合会科技与绿色发

目标,不断破解影响健康和风味的基础性重

的鉴定委员会一致认为,该项目整体技术达 果项目关注两个方面,一个是风味,跟质量相 到国际领先水平,一致同意通过鉴定,并建议 关;一个是生物活性研究、跟健康相关。在传 承的基础上创新和发扬光大, 国台在这方面 做出了榜样,把传统经验上升到科学,把传统 能进一步强化国台的竞争优势,更好地指导

宋书玉理事长表示,白酒产业发展,科技 发展做出更大贡献。 自然气候变化等等,受到外界环境影响。通过

展迅猛,进入百亿阵营,而且向来重视科技创

白酒产销量在全国名列前茅的鲁酒,在 进、步步为营,逐步实现突破区域的全省化布 份有限公司及时跟进预投,在宴席、促销政策

"2021年、2022年,在山东省内要扫除无 素。

超市的李萍,专卖兰陵王酒、兰陵美酒系列, 为适应消费升级需要,今年年初,公司砍 品牌的加持,兰陵王的中高端系列在电商平

与她共同来参会的,还有来自徐州新政 结构线,即高端酒以兰陵王为主导,中端以龙 沂当地消费者购买。

酒要在消费者层面真正树立高端形象,拓宽 选择和区域布局,逐步布局全省化、全国化市 箱的销售量。

有限公司总经理陈琨曾提出了"实现由快速 兰陵酒的县级市场盲点。"早在2021年度经

发展向高质量发展转变"的总基调,为2021 销商盛典上,陈琨就提出了精耕山东省内市

年发展道路指明了航向。当时,陈琨表示,要场的战略布局,截至目前,在山东省内仅有7

"大力开疆扩土,省内做到深耕全覆盖,在省 个县还没有兰陵酒的经销商,市场开发率达

源商贸公司、苏州鑫颜汇商贸有限公司等地 瓶、郁金香、双轮陈香等为主,低端以陈酿、客

的省外经销商。陈琨向记者介绍说,兰陵酒不 藏等系列为主的产品线。

科研合作,力争以更宏大的视野,不断集聚创

叶正良副董事长指出,秉承"打造现代健 台坚持走科技兴企之路,希望本次研究成果

心产区酱香国台酒风味特征及生物活性组分

定等环节,国台酒业"茅台镇核心产区酱香国

陈琨进一步解释说:"全省化不仅限于山 入了兰陵王、龙瓶陈香两大中高端产品线。看 扩大了品牌知名度和影响力,对线上销售起

东兰陵美酒股份有限公司行稳致远的关键要

创新,是企业发展永恒不绝的动力源泉。

2021年年初,山东兰陵美酒股份有限公

司对电商部门的组织架构进行了调整, 打开

科技创新发力电商

了新的销售渠道和宣传渠道。

美酒股份有限公司近年来的招商策略。与此播,其中还有00后,进行短视频的拍摄、直

为看重,高端化是迎合新一代消费者的必然 兰陵金牌手工班在平台上走量很大。

同时,随着年轻一代消费群体的崛起,伴随国播,从5月初至今,保持着日均一场的直播频

兰陵美酒厂商携手拓市场

东省内的全省化,我们要在外埠市场精准推 到了市场潜力与消费热情,山东兰陵美酒股 到积极的带动作用。 贾爽表示, 兰陵构建起以兰陵酒业抖音 20世纪90年代曾有过辉煌的营销案例,但局,利用圈层营销、团购等方式撬动市场。未及精细化运作方面,厂商亲密无间地配合,成官方旗舰店为中心,酒类达人和快消类达人 后来由于种种原因,逐渐走向没落。如今,鲁 来,我们会精准施策,根据不同市场进行策略 就了 2021 年龙瓶陈香在禹城市场实现过万 为辅助的达人直播间矩阵。

为了不对线下产品销售形成价格冲击, 吴敬丰经营的禹城万福超市荣获了2021 在顶层设计上,陈琨表示,"2022年,公司将逐 与省外经销商数量大幅提升同步的,是 年度的"市场进步奖",正是有了兰陵酒业的 步把电商部的线上产品与线下产品进行剥 地,往往与营销相比更为艰难,需要在顶层设 山东省内市场的精耕细作,可以说,践行"省 产品升级、结构优化,才成就了天南地北的经 离,让电商部在线上形成一条单独的产品 外扩张"与"省内精耕"战略,是兰陵酒业行稳 销商业绩,尊重合作伙伴、实现厂商共赢是山 线。

"产品是打开市场的'金钥匙',是商战中 厂商合力拿下市场阵地的'子弹'。"陈琨在会 议总结发言时,再次提到围绕"品质建设、品 牌建设"为中心的高质量发展之路,并用四个 "继续"总括下一年的工作方向。

陈琨指出,2022年度公司要继续坚持高 质量发展战略不动摇,进一步夯实市场基础, 升级完善营销手段,努力再次实现兰陵美酒 据山东兰陵美酒股份有限公司营销总监的跨越式发展。在此目标的指引下,兰陵美酒 "扶持优商、大商,培养小商"是山东兰陵 贾爽介绍,目前,公司从内部选拔了6个主 的营销工作要在四个方面展开努力:

一是继续加强公司对产品升级、提升、改 造的力度,确保广大经销商能有包装更好、口 内经济水平的提高,消费者对个性化、品质更率,最多的一次,一天连续直播了3场,其中,感更好、品质更好、政策更好的"四好产品"来 满足市场需求, 为更好地拼搏市场提供充分 基于电商平台的全国受众,基于老字号 的"武器弹药";

二是继续加大产品政策的释放力度,尤 2021年12月22日一早,李萍驱车6个多小 掉了100多个没有活力的老产品,重新梳理 台商取得了傲人的销售业绩。统计数据显示, 其是对全省化的主导产品,引导经销商跟紧 时,又一次来到距家530多公里的临沂,参加 了主力产品线,加大了中高端产品的推广力 通过直播电商,有占70%的产品销售到了临 主导产品,做好中高端产品; 三是继续加大对潜力客户和重点客户的

如今,公司形成了中高低端有序分布的产品 了山东省外市场,只有30%的产品销售由临 扶持力度,挑选出有干劲、有潜力、有忠诚度、 有配合度的"四有经销商"进行重点扶持,提 从2021年5月9日~10日,以"兰陵美酒 升重点客户市场示范作用,推动经销商快速 封藏节"为主题的第二届企业互联网品牌日 发展;

仅在安徽、江苏等地产酒的强势区域进行了 德州禹城酒商吴敬丰经营着一家万福超 活动,到"双11"期间连续15天的直播,再到 四是继续加大品牌建设和广告宣传的投 布局,在河南、浙江、上海乃至新疆的乌鲁木 市,常年销售兰陵的低端系列产品,2020年 "双12"兰陵生肖酒的火爆销售,电商板块架 入力度,强化高铁冠名、央视、卫视等多种宣传 在参加了经销商年度盛典后,吴敬丰果断引 起了企业与消费者面对面沟通的桥梁,同时 阵地的投入、多层面、多元化提升品牌美誉度。

定出挥发性组分 1182 种,潜在香气活性组分 471种,揭示了国台酒挥发性组分的复杂性特

首次采用 Chemo-sensory 技术从香气轮 郭特征和挥发性风味组分特征两个角度解析 了茅台镇核心产区酱香型白酒与其他产区酱 香型白酒的差异特征。建立了基于 GC×GC-TOFMS 和 UPLC-MS/-MS 准确定量分析酱香 型白酒中"量微香大"香气组分含量技术方

首次采用多方法联用分析技术对国台酒 中挥发性和非挥发性生物活性组分进行了全 面解析。从国台酒 1574 种挥发性和非挥发性 组分中筛选出 202 种生物活性组分,丰富了 对我国酱香型白酒生物活性组分特征的认

建立了国台酒风味品质分析调控研究技 术平台,并实现应用。

专家指出,长期以来,不同产区和工艺的 酱酒风味只能通过人类感官进行体验捕捉, 并借助语言进行描述。国台最新科技成果在

今年,国台酒业实现了"含税销售额过百 亿、品牌价值超千亿、投产超万吨、库存老酒 前一天开,一是要彰显科研的重要意义,二是 加灵活高效的模式和机制,不断推动内外部 要成立国台研究院,各界专家倾力相助,支持

经过多年的积累和沉淀,国台科技研发 硕果累累。前年,"红外光谱技术在酱香型白 生产、提升质量、赋能品牌,为产区和行业的 体技术达到国际领先水平,推动国台科研创 新不断迈上新台阶、再上新水平,为国台高质

本次科技成果从科学层面解释了为什么 茅台镇核心产区酱酒与众不同,为什么国台 酒风味独树一帜,同时为酱酒产品风味定型 和风味创新提供了方法论。

该科技成果在国台酒业的推广应用,有 望让国台在风味定型和风味创新方面进一步 展开探索,并以稳定的品质,典型的风格,不 断赢得市场和消费者的认可。

力于科技研发,为消费者带来品质卓越的国 台美酒,彰显国台科技领航、创新发展的行业

"秉承传统不泥古,科学创新不离宗。"放 眼"十四五",国台"科技领航"的创新发展道

## 双盛白酒 来自北纬 50° 酿酒湿地



这是一杯来自"北纬 50°世界三大酿酒 湿地"之一"双盛湿地酿酒产区"的酒,这是 一杯用富硒大米为原料酿制的酒,这是国内

团第六师,于1969年9月组建。1957年,王 幕。建三江是几年前央视热播电视剧《情系 瞎子岛湿地、挠力河湿地),形成了得天独 发展特色农业、富硒产业具有重要意义。而双 北大荒》故事的发源地,也是"艰苦奋斗、勇厚、不可多得的酿酒水系的自然生态环境和 于开拓、顾全大局、无私奉献"北大荒精神的 资源。 发祥地。

建三江有"中华大粮仓"、"中国绿色米 国的 1/90; 商品率达 95%以上。2020 年, 建三 江分局粮食总产量128亿斤,是第七次人口 普查陕西省 37327378 人一年的口粮还绰绰 有余。国内有评论人士表示,中国吃粮看建

水草和波光鳞鳞的水面,草长莺飞,鸟类天堂 严寒干燥的寒温带,又名寒地黑土。作为最

全球的威士忌发源地在苏格兰。而法国干邑

区。在维度上,双盛湿地酿酒产区则是位于

中国东北双盛白酒产区拥有"一湖四江 江、乌苏里江,七星河、挠力河、别拉洪河,黑

众所周知,黑土地是大自然给予人类的 常适合植物生长的土壤,也是世界上最肥沃 土,土壤中硒的补充持续性强,易于作物吸 注。

珍贵的土壤资源, 地球上一共有四块黑土 地,分别是乌克兰平原、密西西比平原、中国 高端的白兰地全部来自法国干邑,享誉 东北平原和南美洲潘帕大草原

"两大平原"95%以上耕地达国家一级环境质 量标准,且于2015年发现两条富硒土壤带,对 盛湿地酿酒产区的酿酒原粮基地正是"两条富 硒土壤带"的其中之一。 据黑龙江省地质调查研究总院调查,以

得天独厚的宝藏,是一种性状好、肥力高,非 质好。双盛湿地酿酒产区土壤多为肥沃的黑

于此,酿制双盛白酒的原料全部为天然 无污染的富硒大米, 其酿酒原料之精细、精 良和精致的程度,在国内独一无二。而且,双 盛白酒的母公司黑龙江省建三江农垦双盛 种植、科研、加工、销售企业,农业部确定的农 业产业化国家龙头企业,其产品早就被中国 绿色食品发展中心认定为绿色食品 A 级产 品,其"双盛"商标被国家工商总局商标局评 为中国驰名商标。有业内分析人士认为,双 盛白酒是中华粮仓里臻酿的一瓶好酒,是绿 色米都独酝的一杯佳酿。

酒,有其风骨、有其灵魂的酒才是一杯上等好 酒。所以人们常说,曲是酒之骨、技是酒之魂。 双盛白酒采取双盛酿造技艺(吴家百年

双盛酒业的前身是创建于上世纪二三十 合春节元素的定制广告,温暖万千旅客的归

之路,实现了产品转型升级以及酿造技艺的

"高温小麦大曲是酱香大曲酒的基本糖 化发酵剂,属酱香型白酒的专用曲,引入酱

## 品牌广告已登陆北京、郑州、济南、南昌、惠州 等全国 20 座城市,以"多城联动、深层覆盖 高频触达"持续提升品牌影响力,将品牌知名 进一步打响。 的路途,白酒消费与高铁运输同时迎来一年 的高峰。在春运营销的黄金时期,贵酒匠特别

力得到初步奠定。2022年开年之际,贵酒

携手华铁传媒,打造贵酒匠高铁品牌专列,开 启全新品牌拓展征程。 贵酒匠品牌专列,已于1月1日发车,除 覆盖郑州、开封、洛阳、商丘、平顶山等河南主 要城市外,也从中原腹地往返大江南北,向全 国传递贵酒匠的匠心精神和品牌温度, 以融

一道亮丽风景线,是人们日常出行的重要方 自1月3日起,贵酒匠新春广告陆续在

泰州等8座城市的公交硬核亮相,深度覆盖 8 城主要干道、繁华商圈、重点社区等人流密 集的核心地段,深化传播贵酒匠"为贵人员 事,酿臻品好酒,扬工匠精神"的品牌理念,让 更多的人记住"喝贵酒匠酒,交人生贵人。 重点商圈、地标建筑户外大屏,一直是众

多品牌广告的必争之地。 本次新春广告,贵酒匠依据业务发展需

要和客户实际需求,从全国业务布局的"东 南、西、中"四个区域,分别选取了山东济南 江苏兴化、广东徐闻、陕西榆林、河南平顶山 江西南昌6座城市进行户外大屏广告投放 以朗朗上口的广告语和强有力的视觉冲击 不断提升贵酒匠的品牌曝光,将消费者对贵 酒匠的关注度进一步增强。

在"向上布局"高铁、公交、户外大屏等品 牌宣传渠道,持续传播品牌理念、打造品牌 象的同时,贵酒匠也在"向下扎根"将广告: 层次覆盖到了社区电梯、门禁道闸,更加精料 群。目前,贵酒匠的电梯、道闸广告,已覆盖 京、青岛、信阳、南通、东莞、惠州等6座城市 核心社区的5000余块屏幕,在春节白酒消费 高峰到来之际,全面助力贵酒匠产品的市场

未来,贵酒匠将继续秉承"为贵人贵事 酿臻品好酒,扬工匠精神"的品牌理念,传承 大消费者打造更符合现代品质生活追求的酱 香好酒,也将持续构建品牌传播矩阵,提升品 牌影响力和知名度, 让越来越多人了解、认

日前,上海浦东新区酒业协会第二届十 一次理事会在浦东港湾里召开。全体理事、监 事、秘书长、副会长、会长出席了会议。张俊红 会长主持了会议并作工作报告和工作计划。

本次会议的主题是"回顾总结 2021,鼓 劲拼搏新的一年"。张俊红会长在总结协会 2021年工作时指出:"过去的一年是极不平 凡的一年,是大家顶住疫情及各种压力奋力 前行的一年。这一年,在上海市及浦东新区市 场监督管理局、浦东新区民政局的关心、支 持、指导下,在广大会员的支持、配合下,浦东 酒协各项工作取得了较好成绩,促进了当地

经济和社会工作的发展。" 张俊红从做好宣传工作、年检工作、协会 活动、组织召开协会会议、设计确认协会 LOG、下一年及未来规划等六大方面回顾总 结了协会过去一年的工作。既肯定了取得的 成绩,又指出了存在的问题和不足。张俊红 说:"过去的一年,酒协及广大会员坚持稳中 求进的总基调,不畏困难,迎难而上,各项工

作稳步推进,做出了出色的表现,可贺可敬。 希望大家发扬成绩,继续发展。" 在谈到新的一年工作计划和发展时,张 俊红在作的《上海市浦东新区酒协 2022 年工 作计划报告》中从宣传工作、培训工作、组织 及协办活动、咨询服务、政企沟通五大方面做

出安排部署。 张俊红在讲话中表示:"凡为过往, 皆是 序章。新的一年,新的希望。希望大家发扬敢 于拼搏、敢于胜利的虎虎生威、虎跃龙腾的王 者精神,把握趋势,善抓商机,在新的征程上 取得更大的成绩。"

同时,面对新的环境、新的挑战,张俊红 也提出要求:保持冷静头脑,不盲目跟风,做 到稳步发展、稳中求进,围绕消费者做好服务

酒协秘书长郑明轩受理事会委托向大会

## 贵州珍酒跨界爱施德打造新零售

近日,金东投资集团及其旗下贵州珍 党委书记兼总裁颜涛、贵州珍酒酒业总经 创新孵化布局新业务。 理郭亮、神州通集团董事长黄绍武、爱施 德副董事长兼总裁周友盟及贵州珍酒销售 品势能,在白酒新零售领域抢占市场先机,实 也将迎来全新升级,做足"珍"文章。 公司副总经理兼定制事业部总经理张献忠、现在白酒赛道的战略布局。此举有助于丰富其

战略合作协议签订后,金东投资集团旗 的关键一步。 下贵州珍酒与爱施德旗下子公司九九酒业 共同举行了金珍系列产品签约发布仪式,贵 近年来风头正劲。在去年12月12日的贵州

布九九酒业成为"金珍三十"、"金珍十五"两 提出了"强品牌"战略,珍酒的品牌知名度开 "贵州茅台酒易地生产试验(中试)"正式立 款旗舰精品的独家代理商。

战略合作伙伴关系,并以此为契机,从战 售网络、产品运营、组织效率和数字化支撑 都取得了重大突破。 略性、长期性、全局性的角度出发,推动 等方面具有显著竞争优势。此次双方强强联 双方"强强联合",打造行业旗舰,携手实 合,不仅为贵州珍酒完善市场布局,提升品 2022年珍酒将以"用户培育"为中心,在品 属于赤水地下河谷·酱酒产区,产区内有着 现互利共赢。出席仪式的嘉宾有金东集团 牌影响力提供助力,也让爱施德通过自身的 牌、产品、布局、营销、管理、组织等六项工作 循环往复形成天地之气全年交流的"遵义汇

贵州珍酒品牌中心品副总监杨杰妮等高级 在智能手机外的产品品类,显著提升其在业务 是贵州珍酒通过细分渠道,精细运营,实现

而作为贵州三大酱香品牌的贵州珍酒, 的重要体现。

今年,吴向东更是提出"铁拳强品牌",

始打响,市场占有率快速提升,终端市场动 项。1985年,试制酒在由周恒刚、季克良 爱施德作为国内领先的数字化分销和 销良好,产品架构梳理接近尾声,市场策略 领衔国家最高级别业内鉴定会上,鉴定通 酒与爱施德签订战略合作协议,双方将进 数字化零售服务商,其核心业务为聚焦以智 在实践中不断清晰。珍酒的市场价值正浮出 过,取得成功。时任国务院副总理方毅品 一步发挥彼此资源互补优势,打造紧密型 能手机为核心的 3C 数码及快消领域,在销 水面,发展后劲足,在产能、品质、品牌方面 尝后盛赞其品质,并亲笔题词"酒中珍品", 珍酒由此得名。 贵州珍酒的产地位于遵义汇川石子铺,

> 中实现全面升级,实施配额管控、市场管控、 川小气候", 让酿酒微生物繁衍迭代的质量 据介绍,爱施德有望利用珍酒系列核心产 渠道管控、数字营销等七大管理举措。珍酒 和时间比其它地方更好更长。酿酒水源采用 赤水河上游地下水, 其水质纯净而甘洌,兼 此次双方合作推出"金珍"系列产品,更有硬度低、微量元素丰富等特点。 贵州珍酒连续46年来,严格按照传统大

层面的抗风险能力,是爱施德走向业务多元化 市场全价位段的产品覆盖,实现各系列产品 曲酱香"12987"的酿造工艺,原料选取遵义特 之间互为助力,共同提升珍酒品牌核心价值 有的有机红缨子糯高粱,配以赤水河上游地 据悉,贵州珍酒起源于1958年,由伟人 气候"的加持下,天时地利人和融为一体,造 州珍酒酒业总经理郭亮与九九酒业 CEO 黄 珍酒合伙人大会上,金东投资集团董事长、 提出"生产万吨茅台"、"让更多人喝上高 就了一杯集酱香、曲香、粮香和陈香以及独 义胜共同介绍了战略布局和渠道矩阵,并宣 贵州珍酒酿酒有限公司董事长吴向东首次 品质酱香酒"的宏伟夙愿而来,1975年, 有的花香、果香等六香为一体的珍酒佳酿。

## 把酒言欢时 相聚诉衷情

美酒浇不透乡愁,烟丝燃不尽寂怨。白酒 此间的情谊。还有大多无法言表的情谊都尽 化千年沉淀的精华之一,更是中华文化中一个 友相聚的情感助推器。

展。古代多少的王侯将相、骚人墨客、诗人隐 一款适合新春聚会,欢庆中国年的好酒。

从古人尝试引曲酿酒到熟练掌握酿酒 1573、53度酱香茅台与54度馥郁香酒鬼酒都 忆。54度87版酒鬼酒,复刻酒鬼酒最初的模 细腻舒爽,绵柔丰满,口感丰富,回味悠长, 技能,从风雅之士相邀对月饮酒到白酒逐渐 是其中的代表。特别是54度87版酒鬼酒,极 样,醇香源远流长,方知美好如初,也预示着 堪称无上妙品。前浓中清后酱,一口可以品 走上寻常人家饭桌。酒的文化不断传承与发 具特色的工艺与文化特色让其美名远播,更是 不忘初心,方得始终。

和感怀;结交朋友时,相互慰藉并且增进彼 人民生活水平大幅提高。

自古以来,在中国文化长廊中有着屹立不倒的 在杯杯美酒中,饮尽心底,融入骨子里。因 强劲,都离不开当年奠定的基础。因此,团聚 香型白酒。 地位。酒不仅仅是一种饮品,还是中华民族文 此,白酒不仅是亲朋往来的重要桥梁更是亲 在富裕的中国年,怎能少得了87版的酒鬼 酒?87版第一代酒鬼酒不仅仅是国家经济飞 自然,也是最为珍贵的原料,精选五种粮食, 纵观中国三大经典名酒,52度浓香国窖 跃发展的见证,更是一代人的白酒品牌记 采用"523"独特的酿造工艺,酒体优雅芬芳,

喜爱。不仅是因为酒的美味,更多的是因为 而且在本质上制定了我国社会主义现代化 造黄金带,是中国三大白酒体系诞生纬度 年,庆春节饮之,应时应景,更显尊贵。

白酒有"情",把酒言欢时,诉说内心的诉求 建设的战略步骤。从此之后,经济快速发展, 带,产生以贵州省茅台酒为代表的酱香型白 酒,以四川省五粮液、泸州老窖等为代表的 如今,国家综合实力大增,国际竞争力 浓香型白酒,以湖南省酒鬼酒为代表的馥郁 独特的自然环境赋予了87版酒鬼酒最

出三香, 正如品百味人生一般。

54度87版酒鬼酒可谓是得天独厚的稀 独特包装,送礼体面。艺术大师黄永玉 士都热爱饮酒、天下文人皆酒鬼。无论是悲 1987年在国家发展的历史中有着重要 缺好酒。不可复制的北纬30度自然环境为 为酒鬼酒亲自打造包装设计,麻袋瓶拼造型 欢离愁,还是重大事件亦或是传统风俗节日 的意义。那一年,国家制定了"三步走"战略, 其成为独具优势的馥郁香提供了优势条件。 极具湘西地域文化特色。据黎福清先生在 也好,都离不开美酒相伴! 千年的流传,白酒 指明了人民生活要达到的目标水平,又描绘 北纬 30 度是一条神秘而又奇特的地理纬 《中国酒器文化》一书中记载:"麻袋瓶在市 了国民经济未来发展的远景,提升了社会对 线,形成了无数神奇的自然景观和文化奇 场露面以后,大受集瓶爱好者的青睐。"酒鬼 白酒之所以如此深入人心,深得人们的 实现共同富裕目标的具体现实性和指导性, 观,也在中国境内形成了全球唯一的白酒酿 酒瓶也一举创下国内包装设计费之最。过大

作了《2021年度财务收支情况报告》。