

做中国企业的思想者

企业家日报 中国酒

ENTREPRENEURS' DAILY Chinese drinks weekly 周刊

今日 4 版 第 072 期 总第 10382 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

2022 年 3 月 26 日 星期六 壬寅年 二月二十四

新闻周刊 | News bulletin

五粮液吉林商家联谊会 筹资32万助吉林防疫

日前,五粮液吉林省商家联谊会号召各会员单位伸出援手,支持地方政府应对吉林省本轮疫情。各会员单位纷纷积极响应,为家乡疫情防控贡献绵薄之力,同时内蒙古部分商家也积极参与了本次捐赠,短短2个小时,共筹集资金32万元,用于疫区新冠疫情防控。进入3月以来,吉林市、长春市疫情呈现多点传播态势。一方有难、八方支援,在疫情形势严峻的情况下,五粮液吉林省商家联谊会勇于担当,在做好自身防疫工作的同时,积极组织各单位员工加入义工群体,参与疫情防控工作,并向抗疫一线捐赠物资,助力地方共克时艰,打赢这场“硬仗”。

2022年1-2月四川省白酒产量增长7% 啤酒产量增长12.3%

2022年1-2月,全省实现社会消费品零售总额3832.9亿元,同比增长7.4%,粮油、食品、饮料、烟酒类零售额同比增长14.1%。四川省统计局3月16日发布2022年1-2月四川省国民经济主要指标数据,四川省规模以上白酒生产企业产量61.2万千升,同比增长7.2%。四川省规模以上啤酒生产企业产量44.8万千升,同比增长12.3%。

国际蒸馏酒品牌中心 正式落户四川泸州

日前,四川泸州市人民政府与中国品牌建设促进会举行“国际蒸馏酒品牌中心”战略合作签约仪式,国际蒸馏酒品牌中心正式落户泸州。国际蒸馏酒品牌中心落地后,将为泸州白酒优先取得国际蒸馏酒品牌评价话语权,助力泸州培育发展一批国家级、世界级品牌企业,不断提升泸州城市形象和泸州白酒产业核心竞争力,促进泸州白酒品牌走向国门、走向世界,迈出泸州产区白酒国际化步伐。

“青花郎·包机庄园游” 2022正式启航广州首发

近日,180名郎酒庄会员及VIP消费者乘坐青花郎包机,从广州白云机场出发,抵达郎酒庄开启启香探秘之旅,2022“青花郎·包机庄园游”正式启航。以此次广州首发为起点,今年青花郎将在北京、上海、南京、深圳等全国各大城市开展“青花郎·包机庄园游”,为郎酒庄会员及VIP消费者提供包机尊享体验。

舍得2021年净利润 同比增长114.5%

日前,舍得酒业(600702)披露2021年年报,公司2021年实现营业收入49.69亿元,同比增长83.80%;归母净利润12.46亿元,同比增长114.35%。据年报分析,营收增长主要是持续推进老酒战略,老酒品质进一步得到认可,经销商数量和质量提升明显,忠实消费者越来越多,销售收入增加所致。

2020年底法国成为 最大有机葡萄酒生产国

法国有机农业推广局近日披露的数据显示,与2019年相比,2020年法国的有机葡萄酒产量增加了22%;超过13.7万公顷的葡萄园有机生产(已获得有机认证或者正在申请),总共已有9784个有机葡萄园,比2019年增长了21%;截至2020年底,法国有机葡萄园面积占该国葡萄园总面积的17%。作为世界第二大葡萄酒生产国的法国,现在已经超过西班牙成为最大的有机葡萄酒生产国,就数量而言,有机葡萄酒约占法国葡萄酒消费量的4.7%,占出口量的6.7%。(综合)

勾兑古今 共酿美好 名酒企业寻求高质量的合作



张瑜宸

美国商界有句名言:如果你不能战胜对手,就加入到他们中间去。

要说明的是,这里的“加入”,不是指为了商业竞争刻意跳槽,而是为了寻求更高层次的合作,和竞争对手做朋友,最终实现企业间的“双赢”或“多赢”。

正如奥林匹克格言:更快、更高、更强、

更团结。眼下,这种竞争不忘合作的共赢关系正在名酒企业之间流行开来。

日前,茅台集团党委书记、董事长丁雄军一行赴泸州老窖股份有限公司考察交流。泸州老窖集团党委书记、董事长,泸州老窖股份公司党委书记、董事长刘淼陪同参观。

在随后举行的座谈会上,刘淼表示,泸州老窖和茅台应同行业各酒企一道,肩负起中国白酒永续传承、健康发展、品牌兴业、走向

世界和回馈社会的责任,全力推动中国白酒走向更广阔的世界舞台。

对此,丁雄军也回应称,茅台与泸州老窖要坚持“勾兑古今、共酿美好”,共商酒是、共谋未来,合力推动中国白酒行业高质量发展。值得关注的是,两家企业都在1952年第一届全国评酒会上荣获“名酒”称号。值此名酒诞生70周年之际,酒企互访也为名酒振兴、焕发酒业新气象、开创名酒新时代书写了新的篇章。

同样,近期国台做东,将赤水河左岸和右岸的百亿酱酒企业——郎酒和习酒也请到了自家,举行了一场“恳谈”会,同时受邀参会的还有茅台集团原党委书记、董事长李保芳。

会上,李保芳表示,规模就是地位、是底气、是竞争力。兄弟企业间应多交流、多合作,加强互相学习、相互扶持、共同发展,凸显集聚效应,真正实现“大家好才是真的好”。

三家企业也达成共识并表示,同处赤水河流域酱酒核心产区,要建立定期交流互访机制,良性竞争、抱团发展,在服务好消费者的同时,提升赤水河流域酱酒核心产区的竞争力,为中国白酒持续健康发展贡献力量。五家企业的互动,都把共同发展摆在了首位。

“头部企业互动未来会更加频繁,白酒行业已经进入了头部企业竞争阶段,大企业之间的互访会越来越多,一方面加强企业之间的互信合作,另一方面可以避免头部企业之间的恶性竞争,维护行业的健康发展。”北京圣雄品牌营销策划有限公司总经理邹文武在接受记者采访时说道。

的确,眼下中国酒业集中度越来越高,中国酒业协会理事长宋书玉曾提出,预计到“十四五”末,名优白酒的比例会增加到大约65万吨。在竞争愈加激烈的大环境下,名酒企之间的强强联合、抱团发展必是大势所趋,可以预见的是,以后,名酒间更高规格与深度的交流还会不断增强,朋友圈也会不断扩大。

毕竟,名酒是行业发展的旗帜,承担着名酒复兴、价值传递、荣耀共享的责任担当。

酿酒如耕种 春酿醉春风 彰显黄酒文化底蕴妙府老酒春酿仪式启动

吕俊岐

一年之计在于春,春天是最有生机和活力的季节。此时万物生长,微生物繁衍生息、蓬勃焕发,正是“春酿”的最佳时节。

日前,即墨妙府老酒迎来了2022年春季开酿的第一天。即墨妙府老酒成功举办第30个开酿仪式,积极传承、彰显了中华优秀传统文化及丰厚的黄酒的历史文化底蕴。中国酿酒文化、即墨黄酒传统酿造技艺代表性传承人、即墨妙府老酒创始人于秦峰、总经理于渊超以及妙府全体员工共同完成了开酿仪式,全体酿酒师傅们戴着口罩,虔诚娴熟操作,静候新春以来的第一瓶美酒……面对疫情,即墨妙府老酒一手抓疫情防控,一手抓复工复产!

酿酒如耕种,其时节和时间都非常重要!每年的四季轮转中,春酿都是一个重要的节点!春酿和秋酿往复循环,生生不息;大地回春,万物复苏,不仅春季温度适宜,非常适合



微生物发酵活动,且经过寒冬的山河湖泊,水温偏低,水中的浮游生物和有机杂质含量少,水质纯净,春酿习俗每年都是妙府人心中最念想的时刻;以往春酿之时妙府全体酿酒人

都会集结在供奉水、黍米、曲、黄酒前做一柱心香,用春酿第一杯酒泼洒大地……祈福大吉大利,国泰民安!而今年的“春酿仪式”最难以忘怀,全体妙府人都在默念“防疫酿酒,

两不误。”

妙府老酒创始人于秦峰,总经理于渊超分别到粮糜车间、包装生产现场,与一线员工开启春天第一酿,并叮嘱员工“戴口罩,勤洗手,不聚餐,千万注意安全!”

在粮糜车间,于秦峰开启了铲米第一把。接下来,生产不忘防疫的酿酒师傅们,人人佩戴口罩,虔诚而娴熟地挥舞着铲米,蒸煮、糊化、发酵、压榨……实践着秦峰积累30多年生产经验提炼出来的即墨传统老酒造精髓——“粮糜法”。传统老酒生产工序环环相扣,顷刻间,整个酿造车间弥漫着氤氲的热气和酒香,奏响了一曲荡气回肠又韵味无穷的“春之声”,妙府老酒新春第一瓶美酒正汩汩冒出。

据中国酿酒大师于秦峰介绍,酿酒如耕种,其时节非常重要。每年的四季轮转中,春酿都是一个重要的节点。“我们用春酿的第一拨酒,敬天地,祈福百业兴旺,国泰民安”。

汾酒推出全球第一款“酒心巧克力”

日前,爱顿博格青花30汾酒白酒酒心巧克力发布会在汾酒主题快闪店内举办,推出全球第一款白酒和巧克力跨界联名的新品。当清香甘冽的山西汾酒注入馥郁丝滑的丹麦巧克力之心,激发美妙味蕾体验同时,也以颇具创意的形式,为品牌带来更多可能性,赋予白酒开拓国际化的新路径。整个场景充满特色风格,历史感和现代感交融,在带给嘉宾独特视觉冲击力的同时,也让来宾沉浸式体验了“中国清香”香遇“丹麦巧克力”的跨国际、跨文化的魅力。

白酒是中国人的独特创造,是引以为豪的传统文化。山西汾酒被誉为“国酒之源、清香之祖、文化之根”,拥有6000年酿造史、1500年名酒史、1300年蒸馏史、300年品牌史和100年国际史,是中国白酒文化的集大成者和清香型白酒代表。

清香型是典型的“国际香”,是最受外国人喜欢的国际化香型。多年来,汾酒一直发挥“国际香”优势,从产品和品牌出海,到文化和标准的出海,持续引领中国白酒国际化进程。丹麦是著名的童话之乡,来自“安徒生故

乡”哥本哈根的爱顿博格 Anthon Berg,历来是欧洲皇室贵族的御用精品,已有125年的古老历史,是酒心巧克力的先祖。爱顿博格拥有特殊的酒心巧克力制作工艺,可以直接将高浓度的烈酒注入巧克力中,但仍保持酒的纯度和原味。

此次汾酒与丹麦酒心巧克力之祖爱顿博格的相遇,是两大品牌的一次跨界合作。以清香汾酒注入爱顿博格巧克力之心,两种不同味道的碰撞融合,代表着东西方文化的碰撞,兼具创新性,又赋予了白酒新的形态,展现了

更加独特新奇的口感。发布会现场,媒体和与会人员,在试饮后,纷纷给出了好评。

山西杏花村汾酒国际贸易有限责任公司负责人表示,以往白酒国际化更多面向华人市场,随着国际化进程加快,白酒需要真正面向外国人市场。推出“汾酒酒心巧克力”这样的跨界联名产品,是汾酒在真正构建国际化营销渠道的标志,2022年汾酒国贸将围绕国际市场C端培育做工作,并借助与优秀品牌的强强联合,实现文化碰撞和品牌互动,掀开国际化新篇章。(新闻)

双汇熟食 SHUANGHUI DELI 三重卤,更入味

千年福祿寿 万家海葫芦 海葫蘆醬酒 GUIZHOU MAOTAI ZHEN

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



广告

广告