

做中国企业的思想者

企业家日报

中国酒

Chinese drinks weekly 周刊

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第 097 期 总第 10407 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 4 月 23 日 星期六 壬寅年 三月二十三

新闻周讯 | News bulletin

河南商丘征求 酒业振兴方案意见

日前,河南商丘市工业和信息化局发布关于《商丘市酒业振兴实施方案(征求意见稿)》公开征求意见的公告。根据方案内容,商丘市酒产业规模将进一步壮大。积极培育皇沟酒、张弓酒、天明民权葡萄酒等龙头企业,发展壮大睢县睢酒、柘城县商粮酒、夏邑县汉梁王酒等区域优势企业,做强“张弓”“皇沟”“林河”等品牌,增强商丘酒业发展的支撑能力、带动能力。力争到 2025 年,皇沟酒业主营业务收入超 10 亿元,张弓酒业、林河酒业、天明民权葡萄酒主营业务收入超 5 亿元,商丘酒产业规模突破 30 亿元,本地白酒占商丘区域市场份额提升 10%。

衡水老白干 发布股权激励计划

日前,衡水老白干发布 2022 年限制性股票激励计划,本计划拟授予的限制性股票数量不超过 1774 万股,约占本计划公告时公司股本总额 89728.74 万股的 1.98%。据悉,本计划为一次性授予,不含预留部分。授予的激励对象不超过 213 人,包括董事、高级管理人员、下 属子公司领导班子成员、总部及下属子公司核心员工。公告表示,限制性股票来源于定向发行的公司公告通股,限制性股票的授予价格为 10.34 元/股。有效期包括授予后的 24 个月限售期和 36 个月解除限售期。在限售期内,限制性股票予以锁定,不得以任何形式转让、不得用于担保或偿还债务。

贵州珍酒 发布航天联名文创产品

日前,贵州珍酒正式发布“珍酒·星河传奇”“珍酒·国潮航天”两款航天联名文创产品。产品以航天元素为基础,在设计上科技感、时尚感十足。作为贵州珍酒首款航天纪念酒,“珍酒·星河传奇”全国限量 5000 套,外部包装和底座均为金属材质,并配有仿铝材质手提箱(内含组装说明书+手套一双),有分量、有质感,兼具增值和收藏价值。

贵台黑金斩获网络评选 “仁怀十大名酒”第四名

由中国酒协、仁怀市政府主办的“新时代新名酒——中国酱香白酒核心产区(仁怀)十大名酒”线上评选正式落下帷幕,仁怀十大名酒网络评选榜单揭晓。贵州贵台酒业集团旗下的“贵台酱酒·黑金”产品凭借独特的品牌魅力、优秀的产品品质及良好的口碑,以 110104 的票数在来自仁怀核心产区的 84 款参评产品中排名第四。

新酒饮“ZEYA” 推新品主打线下渠道

近日,新酒饮品牌“ZEYA”新推出瓶装苏打气泡酒,包含百香果、白桃和葡萄柚三种口味。新品采用无麸质的混酿工艺,将苏打水和伏特加混调,不含谷物,也无需经过发酵过程。瓶装果味新系列采用可食用天然着色成分,配方采用赤藓糖醇和甜叶菊的特殊混合物,0 糖 0 脂肪。ZEYA 瓶装系列产品目前主要在连锁餐饮店、酒吧、Club 等线下渠道销售。

习酒公司 召开一季度营销工作会

近日,习酒公司在运营中心 202 会议室以“现场+视频”形式召开 2022 年第一季度营销工作会,全面总结公司 2022 年第一季度营销工作,安排部署下一阶段营销工作重点任务。钟方达出席会议并讲话,他强调,要紧扣“稳字当头、稳中求进”工作总基调,围绕既定目标,坚定信心、全力以赴,确保实现更好的业绩。(综合)

百年匠心熔铸质量之魂 青啤举行第 44 届提高质量纪念日活动

■ 卞川泽

“青啤伟业,质量为基;好人好酒,薪火传承;恪守诚信,守正出新;魅力感知,客户为尊;精心精酿,精益求精。”在拥有 119 年历史的青岛啤酒厂,句句铿锵、字字有力的质量誓言响彻厂区,与往年质量管理的重点人员都来自于研发、生产环节不同,在今天的宣誓人中,物流、销售、场景营造、信息化的负责人也一一在列。

以“打造魅力感知质量,匠心智造美好生活”为主题的青岛啤酒第 44 届“提高质量纪念日”主题活动在青岛啤酒厂举行,“百年青啤匠心文化”节暨“匠心圆梦,技能成才”2022 年系列活动同步启动,会上发布了青岛啤酒打造魅力感知质量 2022 年“十大攻坚行动”。

青岛啤酒集团党委书记、董事长黄克兴,副总裁王瑞永,财务总监于竹明,党委副书记于嘉平,营销总裁蔡志伟,副总裁兼供应链总裁姜宗祥,副总裁兼制造总裁、总酿酒师徐楠,副总裁王少波,工会主席孙静、制造副总裁董建军、制造副总裁兼人力资源部管理总部部长汪岩,以及部分工厂的负责人、酿酒师、国评委、技能人才、消费者代表共同参加了现场活动。

魅力感知质量 百年青啤质量文化的时代升华

对经营了快 20 年餐饮业的李长勇而言,青岛啤酒“一世传奇”是他对青岛啤酒推行的魅力感知质量最直观的印象。这瓶融汇了啤酒、葡萄酒、威士忌、香槟所长,跳出传统啤酒“樊篱”,突破啤酒想象力天花板的产品,上市



以来不仅一炮打响,更是一瓶难求。第一批上市之后快速售罄,第二批产品的酿造也已经进入到存储发酵阶段。除此之外,近年来深受消费者喜爱的青啤经典产品麦香更加突出,纯生产品口感更加鲜活,推出的原浆、白啤、琥珀拉格、百年之旅等,都让消费者用“舌尖”感知到了青啤的品质升级和鲜甜的产品特色。

对青岛啤酒而言,他们希望的魅力感知质量就是如此。企业是魅力质量的生产者,消费者则是魅力质量的感知者和评价者。这体现了青岛啤酒不断丰富和深化的质量内涵,青岛啤酒“基于数字化端到端解码的魅力感知质量管理模式”在消费者主权时代应运而生,质量理念正从“以产品为中心的质量”,向“与消费者互动的感知质量”转变。

这一质量理念是百余年来青岛啤酒从卫生第一、质量第一,到高精严细,到基础质量、

特色质量,到魅力质量之后的又一次升华。企业端打造,消费端感知。青岛啤酒从研发、采购、生产、物流、品牌、销售、服务、场景营造等各环节全链条同步实现魅力感知质量。

“其实我们追求的很简单,就是为了给消费者一瓶带来愉悦和惊喜的好啤酒,超越他们的预期。”山东省优秀共产党员、齐鲁工匠、山东省突出贡献技师,青岛啤酒厂包装部 6 号线线长郝全青说。

魅力感知质量存于百年匠心。“执着专注、精益求精、一丝不苟、追求卓越”工匠精神熔铸了一代代青啤人的质量之魂,也在激励着青啤人在打造魅力感知质量的新征程上代代传承并发扬光大。

在当天的活动中,郝全青、柳建厚、李新海、薛刚、李延丰、王晓昌等一批荣获齐鲁工匠、青岛大工匠、青岛工匠称号、备受社会赞

誉的高技能人才代表获得表彰;从 11 个工种、2.5 万人中脱颖而出青啤公司第八届技能大赛冠军,也会在会上获得隆重表彰。

匠心圆梦技能成才 工匠是产业发展的重要力量

工匠精神是创新创业的重要精神源泉。培养更多高素质技术技能人才、能工巧匠、大国工匠,是实现企业高质量发展的内在需要,是推动产业工人队伍全面发展的内在需要,是产业工人根本利益和长远利益实现的内在需要,也是青岛啤酒魅力感知质量实现的必然需要。

“没有一流的心性,就没有一流的技术”。此次“百年青啤匠心文化”节暨“匠心圆梦,技能成才”2022 年系列活动在质量月期间启动,旨在强化“匠心”意识,传承“匠心”文化,弘扬“工匠精神”,推动“百年青啤匠心文化”与“技能宝贵、技能成才、技能强国”融为一体,实现创新性发展和创造性转化,旨在让“匠心圆梦、技能成才”的鲜明导向砥砺产业工人的精湛技艺,筑牢百年青啤高质量发展的技能根基。

活动现场,青啤集团党委书记、董事长黄克兴表示:“青啤质量管理理念和模式的每一次升华,既烙印着时代变迁、企业发展、消费需求变化的足迹,也凝聚着一代代青啤人对于质量的执着追求。打造魅力感知质量的最终目的,就是为生活创造快乐,增强消费者对青岛啤酒魅力质量的获得感、幸福感,从而把魅力感知质量,真正转化为公司新的核心竞争力,实现经营质量和经营业绩的持续提升。”

酒香飘十里 鼓声响震天 第四届中粮孔乙己封坛节圆满举办

日前,“岁月礼赞,封坛承愿”中粮孔乙己第四届封坛节在中粮酒库举办。绍兴市黄酒行业协会会长徐明光等一行人、鲁迅文化基金会会长周令飞、国家非物质文化遗产——绍兴黄酒酿制技艺省级传承人陈宝良大师、中粮孔乙己酒业有限公司总经理焦国强、中粮孔乙己酒业有限公司副总经理金建江、中粮孔乙己酒业有限公司副总经理康训国等嘉宾出席此次活动。

击鼓散福酒 沐手祭先贤

步入活动现场,整装待发的巡游队伍首先映入眼帘。在声声鼓响与吉言中,队伍为道路旁观礼的嘉宾发放福酒。“壬寅春酿,封坛大吉。百代有续,代代相传。”既寄托了对黄酒传承与发展的美好祝愿,又期盼着喝酒之人福气将至。

巡游队伍进入中粮酒库摆上贡品后,金建江副总经理代表公司恭读祭文。焦国强总经理、康训国副总经理、金建江副总经理及生产总监车彦军依次整衣冠,沐手熏香,祭祀先贤。

受疫情管控影响,中粮酒业党委书记、董事长、总经理王浩先生通过视频与嘉宾们进行了“云见面”,他指出:“封坛是黄酒酿造工艺中的一道神圣工序,也是中华民族酒文化中一种最古老、最地道的传统习俗。孔乙己‘封坛节’,取传统酒礼酒德之精华,融现代精



神文明之内核,重温经典时刻,力求让更多人感受到黄酒的价值与文化魅力。未来,孔乙己要一如既往的贯彻守正创新发展理念,推动绍兴黄酒和黄酒文化走向全国、走向世界。”

周而复始 守正共创新

历经千年的发展,“封坛”从最初的祭祀仪式慢慢转变为凝聚了人文情怀的“封坛祈愿”的习俗。封下的不仅是一坛酒、一份祝愿,更是中粮孔乙己对传承中华古老酒礼的不变初心。

中粮孔乙己酒业有限公司总经理焦国强在致辞中提道:“封坛承愿是我们美好的初心,我们会一届届的举办这样的活动,把美好的向往传承下去、传递出去。未来我们将在以

下几方面全力打造‘封坛节’:

一、全力提升品质:时代在变迁,人们的饮食口味也在变化,我们会通过科学的方法,在原料、酿造工艺、储存条件等方面系统提升品质与口感,使黄酒的品质、口感真正的能够融入现代人们的饮食生活中。

二、独立打造一个产品:从人群、场景、渠道、价值链、市场推广等方面重新定位,使之成为一个能够承载人们美好祝愿又能完全商品化的产品。

三、加大推广力度:从“产业链、文化、酒旅”三个维度出发,融入“酒旅融合”的发展理念。整合酒企、经销商、旅行社等各方之力,系统规划。融入绍兴特色文化,结合旅游路线与封坛酒消费特点,走出一条适合发展的产区

酒旅融合发展模式。”

他还指出,中粮孔乙己必将坚定信心与决心,在传承的基础上守正创新,踔厉奋发、笃行不怠,在新时代的消费浪潮中,应用新技术、新传播、新突破性产品推动黄酒行业的发展。让黄酒走进大众的视野,走进千家万户。

封坛情意浓 祝福寓酒中

封坛永远离不开一坛好酒的酿造,国家非物质文化遗产——绍兴黄酒酿制技艺省级传承人陈宝良大师对绍兴黄酒酿制技艺做了介绍。

“好的原料,好的气候环境,在工艺上精心把控每一个环节,对温度的把控,酵母、乳酸菌的生存活性情况,环境等因素都极为讲究。借用现代化科技技术改进与提升产品品质,每一瓶绍兴酒都是匠心、情怀、责任与爱心的完美谛合。”他在介绍中这样强调。

一坛坛好酒封下不同的期盼。活动最后,一众嘉宾上台封存四坛酒,并许下美好的祝福,分别祝愿国家“山河无恙、国富民强”,祝愿中粮孔乙己“百代有续、代代相传;业绩长虹、财源滚滚;蒸蒸日上、更上一层楼”。声声祝福,也将现场氛围带入新的高潮。

在中国发展的各个历史时期,黄酒与中国文学、书法、政治、经济、文化名人紧密联系在一起,每一个时代的杰出人物背后都可以找到黄酒的影子。可见,黄酒发展早已与文化交融、浑然一体了,所以中粮孔乙己坚持将文化自信作为发展战略的重要目标之一。在纷繁复杂的新时代浪潮中,中粮孔乙己将扬起文化之帆,力图撰写一个贯穿文化、创新、担当精神的宏伟历史篇章,迎风起航! (欣闻)



双汇熟食

SHUANGHUI DELI

三重卤,更入味

广告



千年福祿寿 万家海葫芦

酿造单位:贵州省仁怀市王丙乾酒业有限公司
出品单位:贵州省仁怀市狄康春酒业有限公司
服务热线:18586361133 (沈先生)
13608529997(张先生)



GUIZHOU
MAOTAI ZHEN

广告