

做中国企业的思想者

企业家日报

中国酒

ENTREPRENEURS' DAILY

Chinese drinks 周刊
weekly

今日 4 版 第146期 总第10456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6月18日 星期六 壬寅年 五月二十

新闻快讯 | News bulletin

第106届全国糖酒会 7月18-20日在成都召开

6月11日,第106届全国糖酒商品交易会组委会发布通告,通告显示,第106届全国糖酒商品交易会将于2022年7月18日-20日在成都市中国西部国际博览城和成都世纪城新国际会展中心举办。展览形式及参展参会流程不变。

《白酒质量通则》 公开向社会征求意见

日前,国家市场监督管理总局标准技术管理司发布《白酒质量通则》征求意见的通知。该文件规定了白酒的术语和定义、分类原则、通用要求等,适用于各类白酒产品,将进一步加强白酒领域质量国家标准的顶层设计,构建和完善白酒领域新型质量标准体系,引领白酒行业高质量发展。

茅台总投资25亿元 启动循环利用产业链

据报道,茅台集团习水循环园酿酒废弃物资源化利用项目于近日启动。该项目是茅台集团实施“延链、补链、强链”工程重点培育的战略性新兴产业,总投资25亿元,建成后预计实现年处理习酒公司和义兴公司废弃酒糟约70万吨,有效促进白酒生产废弃物及副产物资源综合利用,打造“红粮种植-白酒生产-废弃物及副产物资源综合利用”循环利用产业链。

巨人集团 黄金酱酒推数字藏品

巨人集团旗下黄金酱酒日前宣布推出首款限量数字藏品,首批分别发行33个尊享版、288个典藏版。据悉,首批黄金酱酒数字藏品不公开售卖,仅面向曾深度支持了黄金酱酒业务发展、一起成长的“梦想赞助商”定向赠予。数字藏品可通过黄金酱酒官方微信公众号领取,持有满180天后可转赠他人。每个数字藏品均在区块链上铸造,是拥有唯一凭证和永久权属信息的数字资产。

5000瓶茅台 天猫超市放量开售

天猫超市更新茅台投放公告,预计投放5000瓶茅台,开启618期间的第三波放量。除了1499元的飞天茅台外,还有其他茅台酒系列产品。根据茅台相关规定,电商平台每日都会公布茅台放量数据。公告显示,今年5月24日开始,天猫超市率先开启持续的茅台放量周期,最高时单日放量超过6000瓶。

重庆啤酒董事长 将于7月1日辞职

重庆啤酒日前发布董事长辞职的公告。公告显示,公司董事会于2022年6月9日收到董事长Leo Evers先生的书面辞职报告。Leo Evers先生因个人原因计划于2022年7月1日辞去在本公司董事会担任的董事长、董事以及各董事会专门委员会委员和公司法定代表人职务。辞职后Leo Evers先生将不在公司及子公司担任任何职务。此前,重庆啤酒在5月26日公告称,公司董事会审议通过了《关于选举公司董事长的议案》,选举Lee Evers先生为公司第十届董事会董事长。(综合)



新闻热线:028-87319500

投稿邮箱:cjb490@sina.com



企业日报微信公众平台
二维码



中国企业家网
二维码

全面提升质量 助力汾酒复兴 董事长袁清茂“三大观”为“清香”事业大发展定调



●本报记者采访山西汾酒集团党委书记、董事长袁清茂(中)。

魏志强/摄影

■ 本报记者 赵占岭 实习记者 杨仁宇

质量,是企业强筋壮骨的有益补给,是企业奋力崛起的有效驱动,是企业持续高效的有力支撑。“靠质量树信誉、靠信誉拓市场、靠市场增效益、靠效益求发展”,这一企业生存和发展的生命链,使得“走高质量之路”成为所有企业追逐优质高效发展的重要途径。

6月9日,汾酒集团隆重召开了质量大会。诚邀国内、省内食品质量监督检验界的相关领导,行业著名专家、学者,齐聚杏花村,为汾酒的高质量发展把脉、助威。

会上,刚刚当选中国共产党第二十次全国代表大会代表的汾酒集团党委书记、董事长袁清茂重点提出“三大观”,即:以大发展观塑质量意识、以大系统观构建质量体系、以大责任观实施质量战略,为汾酒实现高质量发展定调,也为大清香市场的发展指明道路。

会后,记者带着“三大观”对汾酒实现高质量发展的期许,与袁清茂进行了更加深入的交流。

01

“中国汾酒,根在质量,我们得守根”,袁清茂董事长如是说。

对汾酒而言,质量就是生命,质量就是站位,质量就是穿越时空的魂,质量就是六千年

生生不息的根。

6000年传承史,1500年成名史,800年的蒸馏史,汾酒能够数千年而绵延不绝,奠定了白酒祖庭的地位,其主要支撑之一就在质量。

在清末民初,汾酒大掌柜杨德林便提出了“振兴国酒、品优价廉、信誉至上、优质为本、绝不用劣货欺世盗名”的理念,成为中国白酒企业最早的质量经营理念。1933年,方心芳院士在考察汾酒酿造后,将其总结为“七必秘诀”,使得汾酒在当时赢得了“最干净、最纯正、最健康、最文化”的最高评价。

在上世纪六十年代,汾酒再以颇具前瞻性的眼光,率先提出“质量是企业的生命线”的口号,确立了质量是汾酒的制胜法宝和生存命脉的科学理念。

1986年,山西杏花村汾酒厂获得了国家质量管理奖,这是中国白酒行业第一家获此殊荣的企业,汾酒也因此成为全行业竞相学习的典范。

2006年,汾酒酿造技艺被列入第一批国家级非物质文化遗产名录,并率先将企业内控标准与国际蒸馏酒食品安全标准接轨,这进一步助力汾酒在全国范围传播开来。

回顾汾酒历史,既是一部渊源流长、雄浑壮阔的文化发展史,更是质量和技术与时俱进、不断提升的编年史。

前不久,由国家市场监督管理总局发布的两项国家推荐性标准《白酒工业术语》《饮料酒术语和分类》正式实施,这为白酒的酿造

技术和工艺正本清源。

可以预见,有着六千年品质传承的汾酒,正乘着国家质量标准的东风,迎接者健步而来的“复兴时代”。

02

袁清茂董事长说,以质量为根基、加快汾酒复兴、建设一流企业是全体汾酒人不懈的追求和梦想。

汾酒人明白“品质没有折扣”的道理。他们深知,质量是一种责任,也是一种态度,更是一种信念和使命,是汾酒“三分天下有其一”所必须配位的良心与道德。

在继承中发展,使传统工艺与现代科技相结合,“让传统更传统,让现代更现代”。袁董事长着重用传统酿造工艺、产业质量体系 and 先进的数字技术,阐释汾酒对“质量”二字的传承与创新。

汾酒的质量根基在于中国清香型传统固态酿造的核心工艺,凝结在了“63521”这一串数字当中。

“6”:指绵延了六千年的杏花村酿造生态系统。是由杏花村的山、水、气候、微生物、酿造工艺等组成的杏花村酿造微生态系统,这是汾酒卓越品质的最核心资源。

“3”:指清茬、红心、后火三种大曲配股发酵,为汾酒酿造提供多种结构的发酵剂和多

横贯6省30城 金徽酒强势出圈

2022年6月,金徽酒打响西北6省30座城市的广告宣传攻势,聚焦高铁站、机场两大交通枢纽,精准覆盖西北全域高阶人群。

此次品牌宣传投放,自西向东,形成纵贯陆空的立体广告矩阵,将西北六省全覆盖全渗透,同时不断向全国辐射。结合其他市场动作,为各地域经销商的信心形成加持。

作为中国白酒行业第19家上市酒企,金徽酒全国化路径的实施,一直备受业界关注。一贯奉行“精耕西北”战略的金徽酒,在2020年上海复星集团控股赋能后,开始了“布局全国,深耕西北,重点突破”的战略行进,向东开拓华东市场版图,以“东西呼应”的方式,打造横贯型大市场,向前一步全国占位。

2021年12月,“金徽酒正能量”高铁冠名

列车首发仪式在上海虹桥高铁站举行,这一趟列车贯通东部、中部、西北等多个地区重要旅游客源地,有助于全面提升金徽酒品牌形象。

市场开拓,宣传先行——金徽酒选择在华东重镇上海举办冠名仪式,无疑也契合金徽酒加快开拓华东市场的目标。

东西呼应,西北与华东联动,在形成横贯型大市场的同时,逐步向其他地域渗透,从而最终实现金徽酒全国化。

落地宣传与招商、动销相匹配,面向全国化大市场的产品线也越来越清晰。

此前,金徽酒开拓省外市场时,以定位中高档的“金徽正能量”系列为先锋,有别于大多数白酒的透明瓶型,这一款产品采用深绿

瓶型,形象别具一格。从酒体风格来看,这款产品融合各家之长,既有传统浓香之浓郁、又有新派浓香之柔雅。

2021年后,复星控股的金徽酒在外拓时,力推“金徽18”、“金徽28”两款年份产品。

金徽28是金徽酒“千年磨一剑”的巅峰之作——秦岭之心山水滋养,百年窖池、明代槐木酒海浸润,才酿出秦岭最深处的一杯佳酿——谐调干净、甜润醇厚、余韵悠长,获得了无数消费者的赞誉。

与日益清晰化的战略产品相匹配的,则是品宣的全面落地——2022年以来,金徽酒加速奔跑,助力品牌全国化,全方位树立品牌形象。深入实施“大客户运营+深度分销”双轮驱动的营销策略,聚焦资源开展B+C联动,

种类别的香味物质。

“5”:指五低。指在汾酒酿造工艺当中,制取温度低、入缸温度低、入缸水分低、发酵温度低、流酒温度低,这是汾酒酒体健康的本质来源。

“2”:指两高。润糁温度高、接酒温度高,能够保持酒体的劲爽口感。

“1”:指一长。一缸长期发酵,清蒸二次清,是保障汾酒健康品质的核心操作。

这“63521”,既是汾酒品牌质量保证的基因密码,更是中国酒魂清香汾酒的生态密码。

“质量就是生命,产品代表人品”。精益求精,最求卓越,就是汾酒人所遵循和奉行的质量理念。只有精益求精,高标准,严要求,以质取胜,才能追求卓越,创造一流,领先群伦。在空前激烈的竞争中,汾酒人近年来逐步形成了“多平台+强系统+深服务”的科技质量体系。

“多平台”:在白酒核心技术方面,先后组建汾酒国家级技术中心、博士后科研工作站、山西酒类产品质量检测中心、陈坚院士工作站等。并于2020年完成了国家创新能力平台建设项目,成为白酒行业内最大的微生物种植基地之一;在露酒与健康产业研究方面,与中北大学等高校、华润、三九等专业企业联合共建“中国露酒植物提取与健康”山西省重点实验室,中国酒业露酒研究院等。

“强系统”:随着汾酒产业链现代化的升级,形成了微生物生态酿造系统、食品安全标准系统、质量安全追溯系统、白酒酿造原粮基地系统等四大系统,共同组成了强大质量科技体系。

“深服务”:通过强大的多平台和强系统,开展了服务市场、服务生产的技术质量支撑项目,开展了20余项酿酒科研实验,独创了清蒸酿造调味酒生产工艺,并以提取技术、配置技术、质量检测技术等研发出新一代青享版竹叶青。

质量在手中,责任在心中。汾酒能够在全球有如今的声誉,正是源于坚持把质量当作生命,并在传统的基础上不断总结推陈出新,在消费者心中一直保持着响当当的民族品牌位置。

03

科学的质量理念是支撑企业在市场竞争中取胜的法宝和基石。通过控制产品质量、不断提高服务品牌意识和客户满意度,加强质量文化建设的基本理念和不懈追求,浪遏飞舟,形成集结优势,勇立市场潮头。 [下转 P2]

开拓大客户资源,强化大客户能力,在重点市场对金徽28广告形象集中投放,冠名高铁专列,贯通“四线三圈”助力品牌全国化。

开展金徽之旅、高端品鉴会、民间品酒师等多元活动,形成多圈层、多形式消费者互动,将品质优势转变为品牌、产区优势。

线下品牌活动矩阵形成的同时,利用新媒体、线上直播,推进数字化营销,不断扩大品牌影响力。

未来,在复星集团战略赋能下,金徽酒产品结构将持续优化、省内外市场不断开拓、营销模式持续转型,同时整合各方资源,不断推进大客户运营与全国化“张”进程,为实现“跻身中国白酒10强,打造中国知名白酒品牌”的战略目标而奋进。(欣闻)

双汇熟食

SHUANGHUI DELI

三重卤,更入味

广告

千年福禄寿 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)

广告