

这杯曾经代表中国白酒塔尖水平的美酒,必将再现历史荣光,
实现价值回归——

今世缘开启高沟品牌复兴征程

■ 本报记者 何沙洲

8月27日,又见高沟——高沟品牌战略暨新品上市发布会以线上的形式隆重举行。今世缘酒业党委书记、董事长、总经理顾祥悦,江苏省酒类行业协会(商会)常务副会长兼秘书长王建英,中国酒类流通协会秘书长秦书尧,河海大学博士生导师陈建生,今世缘酒业副董事长、副总经理吴建峰,今世缘酒业党委副书记、监事会主席、高沟酒业销售公司总经理倪从春等领导与嘉宾及广大消费者相约云端,共同见证高沟新品上市的高光时刻。



再现历史荣光 实现价值回归

“又见高沟”是共赴未来的使命担当。顾祥悦表示,高沟品牌是“中华老字号”,是今世缘的根与魂,也是一张有故事、有内涵的飘香名片。高沟品牌复兴,是民族品牌崛起的重要命题、苏酒高质量发展的具体行动、公司品牌战略的必然举措。要让高沟与今世缘、国缘三大品牌各有分工、各显其能,三驾马车并驾齐驱、行稳致远,拉动营收增长冲线百亿,提前布局后百亿时代。高沟复兴,唯有创新。要找准战略机遇点,抓住营销关键点,明确未来发力点,在创新实践中打响高沟品牌复兴战。期待通过整合高沟品牌独特的优质资产,激活高沟品牌特有的文化内涵,唤醒高沟酒在消费者心中认知。市场从不辜负真正的好酒,高沟这个饱经风雨沧桑、倾注了一代又一代人匠心 and 情怀的品牌,这杯曾经代表中国白酒塔尖水平的美酒,必将再现历史荣光,实现价值回归。



● 今世缘酒业党委书记、董事长、总经理顾祥悦

名酒出自佳泉 好酒源于好水

长期从事同位素水文学和岩体裂隙渗流等交叉学科科学研究及教学工作的陈建生教授说,高沟酒的高品质与酿酒用的“天泉”水有关。研究发现,“天泉”水具有极不平凡的传奇经历,成为高沟酒不可复制的品牌特征。“天泉”水来自距高沟 2500 公里以外的西藏与云贵高原,印度季风带来的降水通过断裂带渗入到深循环水通道中,一路向东。大约经过 40 年后,从隐伏火山口向地表排泄,成为“天泉”。地下水在传输过程中与围岩发生水岩反应,先后经历了硅酸盐与碳酸盐两种地层,溶解到地下水中的硅与铝的浓度高出矿泉水下限值 2-3 倍,属于矿泉水家族中的上品。“天泉”中还含有大量对身体有益的微量元素,属于极为稀缺的天然饮品。2018 年,经国家矿业联合会天然矿泉水专业委员会认证,涟水县被授予“中国矿泉水之乡”称号。



● 河海大学博士生导师陈建生

筑牢品牌根基 夯实品牌厚度

追根寻缘,又见高沟。见证苏酒振兴到高质量发展历程的王建英表示,高沟酿酒具有天缘、地缘、水缘、人缘等独特优势。早在 1956 年就夺得江苏省“酿酒第一”的桂冠,1984 年高沟特曲在全国第四届评酒会上名列全国浓香型白酒第二名,1995 年,被国家技术监督局认定为全国浓香型白酒标准样品。推动高沟品牌复兴,筑牢品牌根基,夯实品牌厚度,是今世缘坚持守正创新、打造百年企业的战略决策。踔厉奋发酿美酒,笃行不怠结善缘。希望今世缘酒业坚持守正创新,弘扬工匠精神,用高品质产品赢得更多消费者。加快数字转型,加大科研投入,发挥技术优势,实现传统工艺与智慧酿造融合发展。立足精耕细作,提升品牌价值,实现品牌文化创造性转化和创新性发展。江苏酒业协会将不遗余力支持今世缘高质量发展,共同促进江苏白酒产业的繁荣。



● 江苏省酒类行业协会(商会)常务副会长兼秘书长王建英

分享更好美酒 拥抱美好生活

作为高沟酒非遗传承人、中国白酒大师吴建峰博士介绍说,高沟酒不仅有悠久的酿酒历史,还有红色历史基因,这是独特的魅力。高沟酒传统的风格特点是酒体醇厚、饱满甘冽。现在消费者喜好发生了变化,希望更清淡、更柔和一点。围绕新的消费趋势和潮流,今世缘科研团队在 2006 年开始着手研制高沟酒新的风格,在传承中不断创新,赋予高沟酒新的时尚、新的品味,引领“味”来。这次推出的新高沟标样(黑标)突出蜜香和花香,风格更清雅。同时调整制曲工艺,使产品更绵甜、更醇厚。包装设计追求绿色、低碳、环保,简而不凡,把产品设计着力点更多地放在酒的内在品质上,让懂酒、爱酒的人,享受到更特别、更惬意的人间美味,拥抱美好生活。



● 今世缘酒业副董事长、副总经理吴建峰

根深才能叶茂 本固方有枝荣

水韵高沟,根深路远。秦书尧致辞说,长期以来,江苏名酒“三沟一河”在全国都享有极高的市场美誉度。高沟酒代表“生态”之根。水韵悠长,蔚然锦绣。独特的生态环境,是高沟基因所在。又见高沟,见的是绿水青山、生态之美。高沟酒代表“风土”之根。淮河给高沟带来了领先、成熟、自信的文化文明,运河带来了开放、多样、包容的品质品格。又见高沟,见的是文化血脉、风土之美。高沟酒代表“品质”之根。“高沟”是消费者心中的好酒记忆,品牌语言简单有力:就是品质好酒。又见高沟,见的是厚积薄发、品质之美。在社会需求升级、酒类消费升级背景下,酒业必须把“根”扎深扎实,不断强化核心价值的挖掘与梳理、建设与表达,支撑更加长远和持久的发展。



● 中国酒类流通协会秘书长秦书尧

创造新的增量 激发新的力量

最美的遇见是又见。倪从春谈到,品牌的价值在于创造价值,高沟复兴,是为百亿今世缘创造新的增量、激发新的力量。新高沟要锁定目标消费群体,明确品牌定位和价值主张。确立新理念。高沟像一张巨大创作空间、巨大升值潜力的宣纸,复兴高沟充满无限可能。抢占新赛道。新品“高沟标样”坚持“产品就是媒介、产品就是品牌”的理念,让产品由适应需求向激发需求转变,打造黄淮名酒带高端光瓶典范、城市新中产聚会低调优选。建立新机制。成立实体公司,最大限度激发团队干事创业激情,打造以奋斗者为本的创业团队。创新设计城市合伙人合作模式,让优质经销商共享企业发展红利。同时围绕客户最关心、最动心、最担心的问题提供个性化解决方案。开创新模式。创新终端渠道合作模式,线上线下融合,拥抱新零售。探索分众传播、精准营销,通过内容营销,实现营销一体化。



● 今世缘酒业党委副书记、监事会主席、高沟酒业销售公司总经理倪从春

遇见,是“缘”;又见,是“圆”。又见高沟,扬帆起航,乘风破浪。发布会现场,顾祥悦、王建英、秦书尧、陈建生共同转动航舵,高沟系列新品正式上市。随后进行了线上高沟新品展示,中国酒业协会,阿里、京东、苏宁易购等各界意见领袖发来祝贺视频。

新华网、凤凰网、新江苏客户端、华夏酒报、中外酒业等媒体对此次发布会进行了同步直播。