

做中国企业的思想者

中国酒

Chinese drinks 周刊
weekly

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第276期 总第10586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11月12日 星期六 壬寅年 十月十九

发挥“三大合力” 仰韶彩陶坊 “日月星”破译高端白酒

■ 本报记者 李代广

2018年,仰韶彩陶坊太阳、月亮、星星上市,正式进军白酒高端市场。四年来,依托产区优势、文化优势、产业优势,仰韶彩陶太阳、月亮、星星成为拥有强劲产品力、品牌力、市场力的豫酒高端产品。

产品力、品牌力、市场力,成为仰韶彩陶坊太阳、月亮、星星市场制胜的三大“法宝”。

品质白酒打造产品力

“不拘一格,自成一格”的陶融香是仰韶彩陶坊太阳、月亮、星星品质的最佳表达。这一香型被评定为中国白酒第十三种香型,称为中国白酒十三香、中原味道、河南味道,表明白酒行业专家及消费者对其高度的认可,认可源于产品的硬实力。

仰韶彩陶坊太阳、月亮、星星产自世界美酒特色产区、河南省渑池县,这个地区有着得天独厚的生态环境,适宜酿酒原料的生长、酒曲的制作以及酿酒功能微生物的生长繁殖。

仰韶酒业集团自2017年打造的“一庄五园”已基本投入使用,黄河南岸万亩红高粱种植基地为仰韶酒提供高品质酿酒原粮,美丽柳庄生物制曲园区已投入使用,每年可为仰韶酒提供1.8万吨酒曲,满足2.5-3万吨陶融型原酒的酿造。渑池夏季高温干旱、秋季晴朗温和的季节特征为陶融香大曲的制作、酒醅发酵提供了不可多得的条件。

仰韶酒业“产、学、研”一体化建设趋于完善,在微生物群落代谢研究、酒体风味形成机理、风险因子预判防范等方面取得了显著成效,使陶融香白酒的品质得以稳固并不断提升。

文化白酒打造品牌力

品牌是一个产品的标识,品牌力体现出一个产品在消费者中的认知度。

仰韶彩陶坊太阳、月亮、星星自2018年上市以来,便以其独具辨识度的小口尖底瓶外形和背后的仰韶文化,迅速风靡中原市场,成为深受行业内外认可的白酒品牌。

仰韶彩陶坊高端系列产品的瓶型灵感源于仰韶彩陶小口尖底瓶,小口尖底的奇特造型、彩陶红的复古色彩,以及流畅大气的器型,在赋予产品鲜明辨识度的同时,更给予了其浸润时光厚度的古典美学。

经过四年的发展,小口尖底瓶已经成为仰韶彩陶坊太阳、月亮、星星三款产品具有符号性质的酒器,不断强化品牌形象输出,提高品牌知名度和美誉度,使其成为中国白酒的一个特色品牌。

文化是仰韶彩陶坊的一大特征,仰韶酒与仰韶文化同姓同名,同根同脉,仰韶酒里流淌着华夏文明与自信。

近年来,依托仰韶文化,仰韶彩陶坊太阳、月亮、星星逐渐构建起完善的文化生态,如跨界打造“奇妙游”中国节日文化IP,开展“豫酒文化行”相关活动,与央视《大国品牌》展开合作等,既弘扬了文化又使文化赋能品牌,实现了文化与品牌的双赢。

高端白酒打造市场力

构建“高端特色化”营销体系,聚焦高端圈层。仰韶彩陶坊太阳、月亮、星星产品系列精准定位宴席和商务消费两大场景,其国宝级文物小口尖底瓶的瓶身,陶质器具质感十足,在细节上,彩陶红尽显古朴典雅,瓶身绘制日纹、月纹、星纹彩陶纹饰颇具美感,适配高端消费场景下“尊贵大气”“高级时尚”的用酒心理。

在做精做透河南市场后,仰韶彩陶坊系列对标全国化名酒品牌,布局省外市场,率先在西安市场和北京市场打造战略据支点,探索全国化运作路径和模式。

在取得省外市场开拓的宝贵经验后,加快深入全国市场的步伐,如湖北襄阳、陕西渭南、河北邯郸、山西运城,以及长三角的苏锡常。在不久的将来,凭借市场力,仰韶彩陶坊系列将风靡大江南北,传播中原文化,不断深入消费者的生活当中,并推动行业及社会的进步。

新时代新征程新篇章

山西汾酒向世界表达中国品质



●“汾酒价值论坛”与会嘉宾合影

■ 杨仁宇

千年传承,何以汾酒?唯有坚守品质。

11月6日,“向世界表达中国品质——汾酒价值论坛”在上海国际会议中心召开。本次论坛以“向世界表达中国品质”为主题,重点聚焦汾酒工艺价值、大曲价值、投资价值、收藏价值等议题,通过与会专家、学者沟通对话,重温汾酒千年历史文化以及讨论汾酒价值对品牌塑造的作用,探讨汾酒品质把控,让积淀的历史赋能品牌价值提升,真正将汾酒文化力转化为汾酒的品牌影响力。

用“韧性”坚守品质

品质决定品牌深度和厚度,文化决定品牌高度和温度。

汾酒从6000年前的仰韶文化源头而来,清香涌动,奔流至今,历史的悠悠韵味不仅沉淀了酒香,更沉淀了汾酒高贵尊享的品格。同“最干净、最纯正、最健康、最文化”的汾酒,在工艺环节上的每一个“韧性”坚守,都刻画和塑造了汾酒精益求精的发展品质和品质为基的初心使命,也彰显了汾酒品质工艺的巅峰塑造。

2022年是汾酒复兴战略大计中的关键一年,从前三季度财报来看,公司实现营业收入221.44亿元,同比增长28.32%,创下历史

新高。

在复兴总纲领的指引下,汾酒已经迈步进入了由高速增长向高质量发展转变的历史节点。在这关键的历史节点,汾酒向社会各界发起的汾酒价值研讨,是一次行业专家们对汾酒价值的全面探索,也是一场对汾酒价值的全新定义。

山西省侨联党组书记、主席王维卿认为,汾酒品牌历经千年积淀,是山西的一张亮丽名片。她在以“向世界表达中国品质,向世界分享崭新山西”为题的演讲中说道:“汾必喝、喝必汾”,汾酒历史悠久,文化源远流长,和华夏文明、黄河文明、晋商文化同根同源,一脉相承。山西不仅有汾酒这张名片,更是望得见山,看得见水,记得住乡愁的好地方。”

山西省商务厅副厅长李国荣表示,汾酒是展示“开放山西”的重要力量,也是白酒“国际化”的领军企业代表。品质与质量永远是品牌最基本的内涵和准则,作为新时期晋商品牌的代表,汾酒需要找准自身品牌定位,突出文化个性,重视品质体验,加强重点传播,在向世界表达中国品质的过程中,做到国际化、专业化、系统化、持久化、共享化。

用“价值”彰显魅力

何为汾酒价值?山西杏花村汾酒厂股份有限公司总经理助理张永福从“文化、工艺、

收藏”三个层面做了阐释。

文化价值层面,汾酒拥有6000年酿造史、1500年名酒史、800年蒸馏酒史、300年品牌史以及100年国际史,汾酒蝉联五届“中国名酒”称号,尊享“国宴第一用酒”殊荣,是中国清香型白酒的典型代表。

中国酒魂,清香天下。从某种意义上讲,读懂了汾酒,也就读懂了中国白酒流淌的承继、气度与精神。在源远流长的传承中,汾酒蕴藏着无尽的活态文化密码和深厚文化底蕴,是其他白酒难以匹敌的优势。

工艺价值层面,勤劳智慧的汾酒人将“大曲、固态发酵、蒸馏提酒”三大酿酒技艺综合应用,定型了中国白酒酿造的基本工艺。著名微生物和发酵专家方心芳先生曾为汾酒独特的酿造技艺总结了“七大秘诀”,一代又一代的汾酒酿酒师傅们在此基础上总结发展成“十大秘诀”,被称为中国白酒品质领域的“工艺标杆”和“行为规范”。

收藏价值层面,2017年,汾酒与十七家名酒企业代表达成《中国名酒杏花村共识》。党的二十大代表、汾酒集团党委书记、董事长袁清茂提出,汾酒要坚持文化自信,深挖历史传承、匠心精神与工艺品质,用更具时代感的“打开方式”,使汾酒文化的价值表达更有仪式感。

张永福在论坛上代表汾酒,向世界发出邀约,欢迎全世界朋友深入了解汾酒、认识汾

酒、投资汾酒,尽情品味美酒佳酿,充分感受中国酒魂魅力,共同分享汾酒发展成果。

软库中华金融集团有限公司董事长曹国琪以《消费品与文化的价值——对汾酒的价值再认识》为题,再次聚焦了汾酒工艺价值、大曲价值、投资价值、收藏价值。

用“多元”迎接未来

今天的汾酒正以更多元的方式与世界对话,在“传承与弘扬”汾酒文化上走向纵深。在第四届进博会上,山西汾酒与格鲁吉亚葡萄酒正式“牵手”,让从未谋面的两大酒源,以一款“中格联名酒”,开启了一段芳香的缘分。在论坛签约环节,山西汾酒与上海市收藏协会、上海汾香信息咨询有限公司进行了签约。

当传统酿酒工艺碰撞机械化、绿色化、高效率的转型升级内在需求,未来酿酒工业将发生怎样的巨大变革?中国工程院院士、江南大学教授陈坚在《提升中国白酒品质——让世界“汾”享中国酿造》主题演讲中给出了答案。

如何以更具时代感的“打开方式”,让汾酒文化真正“活”起来。分众传媒创始人、董事局主席、首席执行官江南春分享了主题演讲《品牌文化才是品牌最长期的竞争力》。

中国科学院微生物研究所研究员白逢彦发表了《清香型白酒大曲典范——汾酒大曲品质分析》主题演讲,详细讲解了汾酒大曲多达十个阶段的复杂工艺过程,并在现场展示了清茬曲、红心曲、后火曲三种特色大曲,为汾酒大曲的品质评价、品质表达和质量控制提供科学依据。

上海市收藏协会创始会长吴少华用《一个陶瓷,让杏花村走向世界》的故事,带领论坛现场的观众再次回味了汾酒从“杏花村”到“国际香”的历程,翻开了汾酒技艺的传播历史。

新时代下,专注做好汾酒文化的价值表达、情感表达和时代表达,让世界“汾”享中国酿造。论坛现场,专家学者们还开展了一场向世界表达中国品质,针对汾酒投资价值的高质量超深度探讨。

中国名酒宝丰在第106届全国糖酒商品交易会上 三大亮点开启“全国化”布局征程



■ 李巍 本报记者 李代广

全国糖酒商品交易会(简称糖酒会)素有中国食品行业晴雨表之称,今年的糖酒会更是历经一波三折,一再延期,最终于11月10日在四川成都开幕。本次成都全国糖酒会是第106届全国糖酒商品交易会(春季)和第107届全国糖酒商品交易会(秋季)的合并举

办,也是一次特殊情况、特殊时期、特殊节点的食品行业大聚会。

今年是宝丰酒业“全国化”的开局之年,宝丰酒业积极筹备,克服多重困难和不确定性因素,协调多方力量,积极参展参会。

宝丰酒业以本届糖酒会为抓手,以独立双馆、全新形象、全新风格、更大面积、更多元化的产品线参展亮相,借力全国性行业盛会

为明年全国化持续深入和市场拓展储备动能;同时积极参与了多场直播、采访等交流活动,提升了品牌曝光度和交流机会,展现全国化布局下的中国名酒新魅力与品牌新势能。

宝丰酒业相关负责人表示,在本届成都糖酒会上,宝丰酒业呈现出三大亮点。

释放品牌势能 首次独立双馆参展

此次成都糖酒会期间,宝丰酒业首次以独立“双馆”参展亮相,11月7日,率先在成都市大成宾馆精品屋开展,整体展馆面积相比去年增加一倍,达到120平米,同时展馆设计融入更多时尚化元素,整体以蓝金色和荷花元素贯穿,彰显在传承中与时俱进的创新精神。展馆包含品牌文化展示区、产品展示区、品鉴调酒区、接待洽谈区、休息区等功能区域,全方位、多角度地诠释中国名酒四千多年品牌文化底蕴和品牌实力。11月10日,会展于成都市世纪城国际会展中心正式开展,宝丰酒业本次抢占黄金位置200平米单独展馆。

重点产品招商 核心主线产品参展

本次糖酒会,宝丰酒业携核心主线产品

全线参展。“国色清香·师作”作为宝丰酒业次高端产品和品牌价值形象代表产品,其双单品将首次在展会亮相。国色清香·陈坛系列作为宝丰酒业省内市场主销大单品以及突破省外多地市场的主销产品也将再次亮相,国色清香陈坛系列的更加纯净柔顺的品质优势和差异化的价格占比成为一大关注点。

此外,宝丰酒业还将以“第六代宝丰大曲(金标宝丰酒)”为代表的高线光瓶酒为重点招商产品,地缸固态纯粮的品质基础、传承与创新的价值支撑、更柔顺易饮的品类优势等都将成为大光瓶酒时代的关注焦点。

线上线下品牌联动 打造立体化招商通道

本次糖酒会期间,为吸引更多商业客户和伙伴的关注,提升线上交流体验,宝丰酒业在百度、今日头条、抖音、微信朋友圈等主流信息平台搭建线上招商展厅和通道,客户可在平台上关注相关信息推送或搜索宝丰酒业并留言互动。

清香大时代,名酒新征程,宝丰酒业本次借势而为,双展亮相,亮点纷呈,精彩不断。欢迎全国各大酒商参观交流踊跃,共商名酒复兴,共赢清香未来。



双汇熟食
SHUANGHUI DELI

三鲜肉,更入味



企业家日报微信公众号
二维码



中国企业家网
二维码

民族医药的核心品牌 始创于1696年

源古承新 甘露众生



西藏甘露藏医药产业集团有限公司
Tibet Ganlu Tibetan Medicine Industry Group Co., Ltd.

电话: 0891-6522706 邮箱: info@glzy.cn
拉萨经济技术开发区林廓南路15号



千年福祿寿
万家海葫芦



GUIZHOU
MAOTAI ZHEN

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)