新发展论坛在成都举行

日前,在 2023 年酱酒之心主题展举办期

间,由云酒传媒主办,上海贵酒·君道贵酿承

办的"大道至简 东方经典"中国酱香白酒新

出席本次活动的嘉宾有中国酒类流通协

会会长王新国,中国酒类流通协会秘书长秦

书尧,著名白酒专家、四川大学食品与发酵]

程研究所教授胡永松,第五届全国评酒委员

中国酒业协会名酒收藏专业委员会副理事长

胡义明,中国白酒博士后、教授级高级工程

酒师、中国评酒大师高军,上海市酒类流通行

业协会名誉会长卢荣华,黑龙江省酒类流通

协会会长王永桓,青海省酒类行业协会会长

陈文博,深圳市酒类流通协会会长王亚萍,匹

川省酒类流通协会执行会长铁犁,江苏省泗 类行业协会常务副会长兼秘书长王建英,让

发展论坛在成都丽思卡尔顿酒店顺利举行。



### 夜郎古酒焕新出发

夜郎古酒西南运营中心盛

日前, 夜郎古酒西南运营中心在四川 成都世纪城新会展中心盛大启动。射洪市 古酒庄有限公司总裁王强,沱牌舍得集团 董事、沱牌舍得糖酒公司总经理任刚,沱牌

营中心是夜郎古酒继华南、华北、中原、华 东四个运营中心之后启动的第五个区域运 营中心, 也是夜郎古酒融入复星后成立的 第一个区域运营中心。据了解,由沱牌舍得 糖酒公司负责运营的夜郎古酒西南运营中 心,主要以"夜郎文化"为脉络,融夜郎文化 中心主要负责夜郎古酒主线产品在川、渝、

动,是夜郎古酒践行全国化与完成"全国一 流酱酒"目标的重要一步,必将进一步放大 射洪酿造资源禀赋和产业发展优势,为核 心产区积蓄发展新势能,为射洪产业激活

复星全球合伙人、复豫酒业发展集团董 务的突破;三、通过复星酒业全球科创研究 院提升夜郎古酒科创实力;四、通过 FES 管 理体系提升夜郎古酒经营管理能力。"

沱牌舍得集团总裁杨中淇也表示,沱 牌舍得糖酒公司打造和运营的夜郎古酒西 南运营中心,是传承夜郎文化的品牌新名 片,更是汇聚发展机遇的城市会客厅。"沱 牌舍得集团作为复星与地方政府及舍得酒 业协同平台,将充分嫁接复星生态资源和 舍得渠道资源,与夜郎古酒庄公司一道,携 手奋进,砥砺前行,为夜郎古酒品牌全国化 高质量发展蓄势赋能,为夜郎古酒迈向'全 国一流酱酒'企业的战略目标谋局助力,夜 郎当自强!"

复星酒业合伙人、复星科创合伙人、夜 郎古酒业有限公司董事长余方强表示,西 与,共同见证光良酒迈入五年发展新阶 南运营中心作为夜郎古酒焕新旅途的第一 段。会上,光良酒业品牌创始人赵小普公 站和"前线指挥部",在夜郎古酒品牌化、全 布了以"全面 to C"为核心的发展战略, 国化的奠基之年,在决战决胜 2023 的关键 时刻,迈出了坚实的一步!

业内专家表示, 夜郎古酒西南运营中 心在"古法酱香·源起夜郎"的品牌文化根 植下应运而生,是在复星、舍得全方位赋能 下的全新商业模式。夜郎古酒西南运营中 心是一个极具价值和意义的平台, 相信随 着时间的推移,它将会成为夜郎古酒深耕 区域市场、稳步实现全国化目标的重要支 撑点,也是夜郎古酒完成"全国一流酱酒" 目标走出的重要一步。

据了解,沱牌舍得集团是由全球 500 强企业复星控股、射洪市人民政府参股的 大型混合所有制集团公司, 定位于打造成 为全国极具价值的酒类综合产业发展集 团,主营业务涵盖酒类生产及销售、酒类上 下游产业链投资运营、生物科技、电力等。 沱牌舍得集团旗下舍得酒业 2022 年实现 营收 60.56 亿,由舍得酒业控股的夜郎古 酒庄公司已于 2022 年 10 月 25 日正式成 立,夜郎古酒在此赋能下,正在迅速迭代,

以朝气蓬勃之势走向全国各地。 相信在复星、舍得的赋能下,夜郎古酒 必将焕新出发,全面开启高质量发展新征

# 传承创业史 展现新时代

古贝春"新四馆"开馆仪式盛大举行

日前,在古贝春集团工业旅游园区盛 大举行了周晓峰纪念馆等"新四馆"开馆 仪式。来自各地作协领导、大学文学院领 导、白酒行业领导、德州市、衡水市、滨州 市、武城县、故城县党委、政府领导、老领 导出席开馆仪式。出席"墨与酒"王祥夫 和雷平阳全国书画巡回展(古贝春站)的 各位嘉宾,获得"古贝春杯"2020-2022年 度《山东文学》优秀作品奖、"运水流觞" 委及获奖嘉宾共同参加了开馆仪式。

特殊津贴专家、诗人、书法家雷平阳先生

献。指出"新四馆"的建成必将成为古贝春 春辉煌"的重要思想教育阵地和古贝春特 国、赤子、奉献、博爱、实干、拼搏、开拓、创 联姻"结出的丰硕成果之一,必将对推动

著提升,文化建设已走在全国同行业前 同为"新四馆"揭牌,现场爆发出热烈的掌 列,成为德州市一张靓丽的城市名片。这 声。相信这一历史时刻必将永载古贝春 "古贝春杯"2020-2022年度《山东文学》 文学事业的情怀和担当,阐述了"古贝春 心、勇往直前的担当精神。希望古贝春继 画巡回展的重要意义。据了解,王祥夫和雷

续扛起鲁酒发展的大旗、书写古贝春酒业 平阳两位先生在各自的写作领域创造了非 活动的领导与嘉宾:中国作家协会全委会 花总有主。能获得两大奖项是所有作家的 薛剑锐强调,70多年来古贝春集团 全国各地多次展览,作品独特的个性和艺 家协会党组成员、副主席、《钟山》主编贾 别宣读了两大奖项评委会组成名单和获 从零起步,诚信做人,执着做事,靠质量赢 术深度广为好评,成为收藏热点。本次展览 梦玮,《小说选刊》副主编李云雷,北京大 奖名单,与会领导和嘉宾用热烈的掌声向 市场,靠品牌谋发展,度过了一个又一个的书画作品,均是两位作家的得意之作,亦学文学院副教授丛治辰,山东省作家协会他们表示祝贺 古贝春注重企业文化建设,将灿烂的齐鲁 仪式最后,在专业讲解员的引领下,与会领 会副主席、创联部主任陈文东,山东省作 获得"古贝春杯"2020-2022年度《山东文 文化、运河文化、酒文化与企业文化相融 导与嘉宾共同参观了古贝春厂史馆等"新 家协会副主席、《山东文学》主编刘玉栋, 学》优秀作品奖"年度优秀中篇小说""年 化。希望古贝春人以更加振奋的精神,更 古贝春集团厂史馆、图书馆、档案馆, 大学文学院教授赵月斌,《大众日报》丰收 "年度优秀诗歌"的 24 位作者和获得"运 加顽强的毅力,不忘初心,在徐秀菊董事 是 2021年 10月在集团公司原党委书记、副刊主编刘君,山东商报文旅新闻中心主 水流觞——古贝春集团庆祝建厂七十周

长的带领下,坚持稳步发展,坚持自己特 董事长周晓峰先生亲自倡导部署下实施 任朱德蒙,德州市人大常委会党组副书 年有奖征文"一、二、三等奖的9位作者颁 色,为鲁酒发展做出新的贡献。 陈文东对古贝春集团文化建设给予 秀菊同志为党委书记、董事长的新一届领 长、德州市广播电视台党委书记、台长李 学》优秀诗歌奖获得者赵雪松、"运水流 高度评价。他指出,这得益于丰厚的地域 导班子亲切关怀与精心组织下,于2022 文豪,德州市文联党组书记、主席郭德生, 觞"古贝春集团庆祝建厂七十周年有奖征 文化和历史文化的滋养,以及古贝春集团 年10月装修布展完成。建设期间,面对企 德州市作协主席邢庆杰,德州市作协副主 文一等奖的获奖者杨海蒂分别代表两大 的善于整合和挖掘,他相信,有这样重视 业发生的重大变故,为回应员工关切与呼 席、诗歌学会会长李庄,武城县委常委、宣 奖项获奖者发表了获奖感言。



为古贝春发展新的里程碑,对于激励古贝 献的杰出人物、功勋人物。继去年武城县

成为山东省白酒行业领军企业和德州市 故城县委书记王立峰,武城县委书记朱恩 及新一届领导班子带领全体古贝春人向 业发展贡献自己的微薄之力。 俱进、接续奋斗,经济效益和社会效益显 集团有限公司党委书记、董事长徐秀菊共 迈情怀

活动现场, 雷平阳先生分享了这次书 建厂七十周年有奖征文颁奖典礼。

新班子决定增设"周晓峰纪念馆",同步设 古贝春集团有限公司党委书记、董事长徐 张洪昌在主持仪式中强调,周晓峰同 计施工,共同组成今天的"新四馆",是古 秀菊,古贝春集团有限公司党委副书记顾 了可歌可泣的壮美画卷,树立了一座座丰 志是古贝春七十年建厂史、三次创业史上 贝春企业文化建设工作上的又一亮点工 金栋,两大奖项的获奖作者,以及《山东文

春人薪火相传、继往开来有着重要意义。 委、政府追授周晓峰先生"武城县杰出贡 晓峰同志而建,著名作家贾平凹题写馆名。 出,古贝春集团有限公司作为一家文化特 古贝春集团将以此为契机,在各级党委献企业家"之后,在今年3月26日中国酒馆内客观真实地展示了周晓峰同志生平事色鲜明的白酒企业,多年来关注、关心山 政府、各界人士的关怀下,向着百年企业、业协会成立三十周年庆典上,组委会追授 迹,特别是他为古贝春的发展拼搏奉献、鞠 东省文学事业的发展,用实际行动鼓励作 周总为"中国酒业30年终生功勋人物 躬尽瘁的感人一生,讴歌了他忠党爱国、克 家潜心创作,支持作家深入生活、扎根人 朱恩鹤在致辞中高度评价了古贝春集 奖"。我们相信,"新四馆"的建成必将成为 己奉公的高风亮节,全方位多角度展现了 民的采风活动。这次冠名颁奖,是《山东文 团为武城的经济社会发展做出的重大的贡 古贝春员工"传承周晓峰精神,赓续古贝 周晓峰同志的一生。总结提炼了周晓峰"报 学》与古贝春战略合作的一部分,是"文企 新"八大精神,将成为研究、传承和传播"周

凡的成就,其如影贿行的书法绘画艺术,在 委员《中国作家》主编程绍武,江苏省作 内心期盼。活动现场,顾金栋和刘玉栋分 的古贝春企业文化综合场馆项目,在以徐 记、副主任景文新,德州市委宣传部副部 发了证书并合影留念。2021年度《山东文

德州电视台主持人范峰介绍了出席 出了具体的意见和建议。创作无止境,名

## "不裝",和自己人喝光良酒

日前,光良酒业 2023 品牌发布会在 成都·四川大剧院举行。本次发布会首次 开放报名,吸引了全国近两千名酒商参 同时还在现场发布了多项市场端和营销

酒已经走过了四年,现场有媒体表示,"光良酒的品牌声量和产品质量规程到了去 从 2019 年 3 月正式上市开始, 光良 良酒的品牌声量和产品质量都得到了市 场和消费者的认可,作为在疫情期间成长 起来的品牌,光良酒展现了强大的生命力 与生长韧性。"

公司负责人赵小普也在会上进行了 历程回顾,他表示,今年的发布会虽然没 有像往年一样发布新品,但仍然希望和光

读——在品牌早期,我们需要让行业快速 良酒。

现阶段的不装到底是什么? 一支采访视 和卖货。

良酒的自己人一起分享品牌的成长变化。 频对此进行了具象化的阐释,视频分别从 从"数据化白酒"到"去包装化"、从 消费者、经销商、媒体和员工的角度介绍 线上和线下两个版块进行了介绍。线上品 从诞生初期便自带创新基因的光良 "不装"到"自己人";针对光良酒的品牌表。 了不同群体眼中的光良,以及大家对于。 牌传播将通过"陪伴+共创",在社群沟通、 酒,也正是基于与各机构和平台之间的联 达升级,赵小普进行了深度剖析和解 "不装"的理解:不装,就是和自己人喝光 内容营销及直播创新等版块推进体系化 动,才得以在短短四年内实现快速发展,

了解光良的产品和品牌;当整个行业,包 所以在当前重要的发展时期,品牌需 下市场打造层面,将聚焦消费者金字塔模 随着行业竞争的进一步加剧,在当下 括消费者的感知逐渐进入到"回归产品本 要以更直面消费者的方式去推进建设,光 型,针对品牌粉丝人群、品牌消费人群和 的市场环境下,品牌与经销商之间早已进 质"、"去掉包装"的阶段,光良顺势提出了 良也已在近两年进行了诸多尝试,无论是 品牌交互人群,以"请10万个光良用户吃 化到不分彼此的利益共同体。光良酒将以 "去包装化白酒"的品牌主张;而后,在需 几十部大剧的植入合作;还是跨界联名、 饭""360 度光良空间打造""百城百味全 创新求变为核心驱动力,让更多加入到光 要面向更多的终端商家和核心消费者时, 以及在冬奥会、世界杯、父亲节等节点做 民挑战赛"等定制化、升级化的市场活动 良大家庭的新锐酒商、跨界酒商享受到更 我们明确了"不装"的品牌核心理念。 的与消费者之间的链接尝试;我们希望光 及计划,引爆品牌势能。 随着市场布局的进一步扩大,我们希 良的品牌精神去影响我们的 C 端用户, 发布会现场还邀请了多位合作方,分 品牌升级战略,把更多精力与资源投入到 望把"不装"向消费者做出更直白的解读: 进而帮我们的合作伙伴更好地实现动销 别从不同维度介绍了与光良的合作情况 消费者和终端动销建设上,实现品牌在新

光良酒品牌中心相关负责人分别从 经济。 建设,构建有效的消费者沟通模式;在线 迅速跻身光瓶酒赛道新一线品牌。

和后续计划。作为光良酒大剧营销服务 生命周期的跨越式发展。

商,北京世纪鲲鹏国际传媒广告有限公司 创始人赵南以"国民好剧赋能消费者心智 教育"为主题,分享了世纪鲲鹏如何通过 自有内容评估体系,结合光良酒植入诉求 及策略,选择"好题材+好故事+好演员" 的剧集进行合作,通过真实场景还原,高 频覆盖剧中餐桌,最终通过击穿场景,打 造"中国大哥指定用酒",进而赋能线下终

人民日报数字传播项目负责人基于 双方近年来的合作,分享了"一桌好饭" "百城百味"等活动的进展和成果;同时, 在现场透露了"百城百味"等活动的后续 规划,双方将在餐饮店权益、城市经济助 力、活动传播等方面进一步加码;并提到, 服务广大国民的官方媒体和国民自用酒 的结合,是为了讲好国民故事,助力烟火

多品牌发展红利;也将落实全面 to C 的



用户的感知能力强、与客户对话的能力 针对旗下事业部的六款白酒推出风味 强、解决客户需求的能力强,是上海贵酒 轮,让参展嘉宾在步入"香味秘境"之时, '用未来定义未来'差异化竞争策略下构 便可近距离感应时光慢酿的风味馈赠。 者的心。还有 AR 科技等领航技术加持

让每一轮相遇成为专属, 也使嘉宾体会 定出行场景,在核心商圈、地标建筑席卷 到:"享受"不仅是饮用体验,更是融入在 式露出,以极具辨识度的七大品牌画面 走近酱酒的每一步中,无论是所听、所

### 打破白酒传统陈展定式

率先登陆上海火车站和成都双流机场,

也让"上海贵酒,上海的、成都的,世界

的"这一品牌标语深入人心,为品牌价值

焕新登陆成都春糖会

片"的春糖之征写下最佳注脚。

五感融通迸发活力

时代酱香驰骋未来

体从色、香、味三大方面进行感官评估, 位经销商的成都丰硕之旅开个好局。

业的引领作用让产业赋能地方经济提速 计概念,以荣耀金琉光承托岁月珍酿,天 力于提振行业信心,还聚焦行业前瞻趋

随着成都糖酒会举办,上海贵酒携 来东方人文高端酱酒风姿,全系列产品 手行业媒体与跨界力量,将陆续深度参 惊艳亮相;致力于打造军旅文化白酒第

七大品牌携新而至

"全家福"式亮相成都糖酒会,秉承"用户 业集团为愿景, 上海贵酒通过精耕细作 "极致体验"匹配消费者不断升级的千面 上海贵酒副董事长高利风女士所言"以 今年上海贵酒·未来空间 G Space 有了无限可能。而在作为行业"晴雨表" 需求,打造了"年轻、时尚、创新、国际化" 酒为媒,以文化为内核,去传承最上海的 2023以"始于空间,但不止于空间"为设 的成都全国糖酒会上,上海贵酒不仅致 的生活方式,也在糖酒会来临之前引起 城市文脉,让中国白酒成为国际化上海 创新型白酒赛道的新一轮热议。 今年上海贵酒旗下七大品牌再度齐 将围绕该主旋律,讲述新时代大国品牌

今年糖酒会,为响应商务部"2023消 聚行业顶尖盛会,携多品牌新品首发绽 的文化自信与品牌自信 上海贵酒酒体研究院专业品评团队对酒 酒也通过贴心而又诚意十足的福利,为各 列新品;上海贵酒·君道贵酿"与君同道 表达体系,勇毅前行开拓经典,以行业之

席总裁杨帆,君道联盟首席战略官李哲,君道 事业部销售总裁詹友国,以及来自各地的约 销商代表与媒体代表。 的起步之年,将洞见的目光投向行业前 新品小青柠气泡酒耀新会惊喜呈现。上 本次活动以"大道至简 东方经典"为主 产品从来都是与消费者深度关联的 沿,以行业之名前瞻破局之道,发现趋 海贵酒以持续丰富的产品矩阵,瞄准定 题,通过打造"品鉴会+论坛+晚宴"系列活 第一触点,但此次上海贵酒将沟通消费 势、探讨趋势、把握趋势,破解酱酒增长 位,跨越生长周期,打造品牌高地,成就 动,深入交流探讨酱酒的文化引领、资本加 持、厂商协作等话题,介绍君道贵酿的市场占

求变,让酱酒真正成为'东方经典'。"

事实上,二得子酒业之所以大手笔、

高规格参展,源于公司在品牌、产品和渠

'根深"的品牌,有着不小的市场消费基

锅头酒老品牌受市场关注自然也顺理成

在吉庆堂白酒酿造团队加持下持续提升

道等层面的竞争优势。

整的价值构建、价值表达、价值变现。三者之 中,价值构建是根基,尤为重要。

李士祎强调了构建厂商关系的重要性。 "酱酒将是诞生中国新名酒的最好赛道,共同 守护酱酒的品类高度, 共同扩大酱酒的消费 基础,共同维护酱酒的市场秩序,以此构建新 型的厂商关系。"

首先,在品牌层面,二得子是一个 在活动现场,一场以"新时期,什么样的 础。1968年,延庆县政府兴建延庆县酒 品牌受市场青睐"为主题的自由讨论环节受

厂,之后酒厂更名为八达岭酿酒公司,二 自由讨论围绕品牌战略、人才战略、管理 得子正是该公司旗下的核心品牌。经过 体系、厂商关系四个层面进行了深入探讨,来 长期发展和沉淀,二得子品牌在众多消 自各地的协会领导和大商代表纷纷开启"头 费者心中已形成了良好的品牌认知。

脑风暴",带来了一场思维盛宴。 当前,随着白酒消费日趋向品牌化、 品质化、个性化转变,越来越多消费者更 加认同具有文化记忆、消费记忆的老品 牌, 也因此老品牌本身独具的文化属性 和美誉度也逐步被放大,二得子作为二

贵酿得以快速成长出圈的潜在运营逻辑。 君道事业部销售总裁詹友国从经销商和

其次,在产品层面,"正宗京味白酒" 展战略'构成了君道贵酿的核心竞争力。" 从君道贵酿看酱酒,从酱酒看君道贵酿, 酿造,严格遵循二锅头古法酿造工艺,并

匠心打磨的产品,自然很容易打动 消费者, 想必这也是不少消费者将二得

在这样的机遇和前景下,这样一场聚焦

来,中国酱酒将呈现出全新的面貌。



### 三大优势赋能 二得子携全系产品亮相春糖

近年来,光瓶酒市场蒸蒸日上,成为 白酒行业重要的增长极。据中国酒业协 会市场调查报告显示, 光瓶酒市场规模 达到 988 亿, 预计将保持 16%的年增长 速度,到 2024年市场容量将超过 1500

在光瓶酒这个千亿赛道上, 各大酒 企加速了市场布局。2022年,泸州老窖推 出的泸州老窖黑盖、牛栏山推出的金标 陈酿、八达岭酿酒公司推出的二得子黑 盖白酒等,就是其中比较典型的代表。

今年以来,同样有不少知名酒企上 新了光瓶酒新品,比如五粮液推出了尖 庄·荣光、金种子酒推出了头号种子等。 可以预见,随着老名酒旗下光瓶酒产品 齐头并进,以及光瓶酒新势力的摩拳擦 掌, 光瓶酒市场的发展将长期处于上升

### 春节旺季余温尤在 光瓶酒动销良好

间,汾酒、西凤、古井、泸州等品牌旗下的 来的更多发展红利。 光瓶酒销量同比增长 10%以上。同时,券据了解,二得子是二锅头酒老品牌、

先生也表示,春节以来,光瓶酒销售情况 高产品品质,这满足了更多消费者的品 致酒店和会展中心北京团展区以古朴大 春节以来,二得子产品在终端市场销量持 超出预期,尤其以二得子黑盖白酒等为 质消费需求,从而带动了光瓶酒市场的 气、更具京味文化的展位,以十足诚信结 续攀升,显然与合伙人项目的高效落地也 代表的二锅头光瓶酒产品更是创出销售爆火。

新高。"二得子光瓶酒原本是公司的光瓶 在业界专家看来,未来,百元以下白 酒补充产品,现在将作为重点来运营。"酒的市场份额将基本被光瓶酒占领,整成为不少消费者对二得子产品的评价。 另据张先生透露,日前已与二得子酒业 体市场容量十分可观。同时,产品结构升 据悉,为了给消费者献上一杯正宗京味

商机构也预判,春节旺季将会拉长,2-4 老国企八达岭酿酒公司旗下的核心品 正宗京味白酒 月一些场景的恢复存在更多正反馈。 牌,在二锅头"酒粉"心中拥有良好的品 日前,记者走访市场发现,春节旺季 牌认知,尤其该公司组建成立八达岭二 余温尤在,终端市场对光瓶酒的需求仍 得子酒业并独立运营二得子品牌以来, "综合销量同比增长60%以上",这 子黑盖白酒作为"口粮酒"的关键原因。 然不减,这验证了券商机构此前的预判。 更进一步激发了品牌活力,释放了品牌 是二得子交出的 2023 年春节答卷,无疑 此外,二得子一口干小杯酒在小酒市场 多位酒商对佳酿网表示,近段时间,光瓶 势能。作为经典复刻产品,二得子黑盖白 为二得子进一步拉伸品牌发展、加速市 迅速崭露头角也得益于此。 酒依旧保持着比较不错的动销,相比过 酒正是在这一背景下应运而生。数据显 场布局提供了强大自信和底气,积极参 第三,二得子酒业聚焦渠道推出的合 去三年,终端客户的囤货信心明显增强。 示,今年春节期间,二得子品牌产品综合 加大型展会也充分说明了这一点。 伙人项目,也为提升市场竞争力起到了保

客户几乎每天都来电补货,尤其性价比 子黑盖白酒贡献了五成以上份额,这充 二十届(杭州)全球电商博览会上,二得子 机制、空白市场开发权、产品自主开发权 高的老品牌光瓶酒产品甚至出现了供不 分表明市场对二得子产品的高度认可。 酒业不但携全系产品高调参展,同时更 以及完善的股份转让、退出机制等一系列 应求的迹象。"去年代理的二得子黑盖白事实上,春节以来,光瓶酒之所以保与数十位经销商现场签订了合作协议。举措,确保了厂商互利共赢,进一步推动 酒成为今年春节光瓶酒销售的一大主 持良好动销,很大程度在于大众餐饮消 赢得渠道的进一步认可,势必将推动二 了了公司可持续发展。截止目前,由酒水 力,目前不少终端烟酒店朋友点名要这 费场景的复苏推高了光瓶酒的需求;另一 得子酒业更好的向前迈进。 方面,也与光瓶酒本身的高性价比密不 在第 108 届成都春季糖酒会上,二 二得子省级运营公司在云南、河南、重庆、 上述李先生并非个例。云南酒商张 可分,光瓶酒把节约的包装成本用于提 得子携全系产品参展。二得子在成都丽 安徽、江苏、山东、雄安等省市先后成立。

达成长期合作协议,以便更好的抢抓光 级也将进一步推动光瓶酒市场规模扩 美酒,二得子酿造厂北京市八达岭酿酒 据券商机构调研反馈,今年春节期 瓶酒发展机遇,享受光瓶酒市场扩容带 容,进而促进光瓶酒市场走上更加稳健、 公司始终恪守品质初心,坚持纯粮固态 更具韧性的发展新周期。

据河南酒商李先生透露,春节以来, 销量实现60%以上同比增幅,其中二得 在 2 月 17 日 - 19 日举行的2023 第 驾护航作用。二得子合伙人项目凭借分红

交新朋友,深交老朋友,与经销商合作共 有着密不可分的作用。

呈,释放"年轻、时尚、创新、国际化"的新 时代酱酒魅力。生长于国际化大都会,上

行业专家、酒业大商展开了对中国酱香白酒

"随着消费升级的不断深入,酱酒已经不 再是原先的'单打独斗,各自为阵',已经开始 逐步走向规模化、集中化、品牌化",王新国在 致辞中说道:"对于这样一个论坛,我认为行 业内应该办,甚至要多办几场。

秦书尧围绕"酱酒之道"进行了主题演 讲,并表示酱酒的"道"要聚焦"品质、渠道、文 化、组织"四个关键词。"践行酱酒贵道,既是 至简也是至难。"他说:"酱酒企业应该摆脱旧 思维,从长远着眼,夯实基础,稳抓机遇,积极

在张伟敬看来, 白酒行业已经进入长期 不缺酒,长期缺好酒的时代,未来白酒的存量 博弈,集中度提升将是主要特点,君道贵酿要

到与会者的广泛好评。

君道联盟首席战略官李哲在阐述企业运 营思路时,提到了"君子视野"四个字。"不要 看蝇头小利,不要看鸡毛蒜皮",这正是君道

消费者角度阐释了君道贵酿的优势,并分享 了君道贵酿的战略打法。"君道贵酿核心优势 是唯二酱酒行业的上市公司,资金实力强,且 从全方位打造君道品牌,'品牌、品质、长期发

本次论坛既是对君道贵酿的品牌价值探索, 也是对酱酒行业未来发展的综合探讨。以小 见大,见微知著,这也许正是未来酱酒开启 "学习生态"的一大尝试。

酒类行业在消费环境、市场结构、产业结 构等诸多方面飞速变化, 酒业格局也正在发 生巨大转变。在消费升级的大背景下,白酒尤 其是热度不减的酱酒产业,正在进入品牌、品 类、市场等多方面、全方位的竞争新阶段。

中国酱香白酒新发展的活动显得意义非凡。 论坛上各位专家、领导、大商的思想交锋,正 在构建未来酱酒新发展的模式。在不久的将