

## 打造兼香白酒 郎牌特曲换“新衣”

■ 刘雪霞

在消费理念与消费者口感需求愈发多元化的当下,口感舒适、浓香和谐的兼香酒体正受越来越多消费者喜爱。郎牌特曲,则以全方位焕新升级,正成为越来越多人喜爱的兼香白酒价值之选。如果要用一个词来说明郎牌特曲的表现,那毫无疑问是价值之选。

随着郎酒兼香战略正式发布,郎酒宣布:郎牌特曲T系列全面升级(即郎牌特曲T系列2023版),郎酒兼香“全家福”也首度亮相,涵盖小酒、光瓶酒和盒装酒领域的10余款产品,构成郎酒强大的兼香矩阵队伍,共同启航兼香百亿新征程。

郎牌特曲T系列2023版焕新升级新品,以全新面貌展现在世人面前。在徽标上,郎牌特曲T系列2023版融入自酿英团队臂章,徽标内集合五粮图章(高粱、小麦、大米、糯米、玉米),三个酒坛代表郎牌特曲源自赤水河左岸酱酒黄金产区 and 长江上游浓香黄金产区,融就中间一坛,匠心独运的浓兼香型郎酒。在瓶型上,在半透琥珀的8棱玻璃瓶上,呈现4道精致的切面图,切面角度随瓶型不同而变化,T3/T6的切角“稳重挺立”,T8/T9的角角更加“飞扬向上”。全系瓶盖则采用半透琥珀T形帽同时,视觉上进一步提升了文化品味。与此同时,“盒体”全尺寸增大,炫彩防伪闪亮登场,尽显高端范儿!

### 复盘“传奇之路” 郎牌特曲成功密码是什么?

一直以来,郎牌特曲都是业界不可忽视的“增长样本”,据公开资料显示,郎牌特曲上市第一年就突破4.8亿元,次年突破10亿元,随后在全国市场开花,年平均销售增长幅度均在50%左右。同时,郎牌特曲矩阵也在不断壮大,实现了从核心单品到产品线、产品家族的转变式增长。

郎牌特曲能有今天的成就,离不开其一次次抓住时代机遇。

2011年,郎牌特曲问世。上市元年,郎牌特曲就创新性地摒弃了当时流行的“全面开花”的战,选点江苏作为根据地市场,一方面通过全国大盘销售规模的持续扩大,提升市场占有率和品牌影响力;另一方面突出点状聚焦,深耕和做大区域市场。一步一个脚印,最终成长为酒坛下鲜有大单品。在此后的十年间郎牌特曲不负众望,屡创辉煌战绩,成为郎酒腰部中坚力量。随着郎酒战略升级,郎牌特曲也迎来了新的使命和机遇。

在郎牌特曲“三品战略”“品质主义”的要求下,本就有品牌厚度、市场影响力的郎牌特曲顺势而为,成为传递郎酒品牌故事、品牌故事,讲好郎酒浓兼香故事的最佳载体。

### 郎牌特曲的兼香布局 背后是强大的实力支撑

在品质上,集赤水河左岸酱酒黄金产区与长江上游浓香黄金产区的区位优势于一身,背靠郎酒丰富的好酒产能能,兼香型郎酒有着坚实的保障基础。

在技术上,早在20世纪70年代初,郎酒人就开创了“一步法”酿制工艺,奠定了郎酒兼香的风味基础。2018年,郎酒《浓兼香型白酒生产方法》获得“四川省专利特等奖”,全面升级的郎牌特曲T系列和郎酒兼香“全家福”,均采用该专利技术。

在市场上,小郎酒、顺品郎皆为兼香型产品,经过多年的发展已经打下了坚实的营销基础,小郎酒已成为小瓶白酒第一,顺品郎正引领都市光瓶酒消费新潮流。而2021年推出的兼香产品,郎牌特曲福马系列凭借出世的品质,也拥有了一定的消费者拥趸,正成为大众喜爱的兼香白酒价值之选。

随着郎牌特曲T系列的升级,郎酒兼香产品线进一步完善,战略目标更加清晰:以小郎酒、顺品郎、郎牌特曲为主力产品,共同助力郎酒做强、做长、做大家酒体系。汪俊林还从兼香品类的蓝海机遇、长期主义战略支撑、纵深布局专业价值、成为浓兼品质兼香、龙马酒庄坚实赋能五个维度发布了郎酒“五星兼香价值体系”。

郎牌特曲以长期主义为战略支撑,把握兼香蓝海市场机遇,依托赤水河左岸酱酒黄金产区 and 长江上游浓香黄金产区,高标准打造龙马酒庄,筑牢郎酒兼香品质、品味根基。发挥兼香与浓香独具特色的融合技术带来的综合优势,以立体、专业的生产配体系,细分、专业运营的营销体系,和品类的多维度传播,共同塑造郎酒兼香专业价值,走出一条独具郎酒特色的兼香发展道路。

立体、创新的生产配体系,为兼香战略提供“硬件支持”。随着泸州浓兼香产区持续建设,茅台庄园等项目陆续完工,郎牌特曲以龙马酒庄为载体,交融互动“生产、销售、服务、体验”,满足消费者不同层次、场景、口感等消费需求。郎酒兼香“不能也将进一步提质增效。郎酒泸州浓兼香产区全面建成后,年产原酒达15万吨(68%vol),可生产成品酒23万吨,目前产区储酒已达20万吨(高品酒)。

不仅如此,郎酒还将着眼长远发展和差异化发展,进一步释放浓兼香产品的特色和差异化优势,增强持续发展的核心竞争力,把“大兼香战略”作为长期战略,以郎牌特曲为重要抓手,抢占兼香赛道的竞争制高点。为郎酒品牌的整体提升创造新的增长极。

# 黄淮“三龙头”开启名酒新时代 第四届中国白酒黄淮核心产区高质量发展峰会举办

■ 陈振翔

黄淮在经历九曲十八道弯经河南、山东汇入大海,淮水系我国七大江河之一,发源于河南桐柏山太白顶西北侧河谷,流域地跨湖北、河南、安徽、江苏、山东五省。

黄淮既是人口聚集地,也是粮食主产区,更是美酒乐园。众所周知,黄淮名酒带与赤水河畔、长江流域一样,在中国酒业版图中有着举足轻重的地位,是苏、鲁、豫、皖四省美酒黄金的“大产区”,是中国白酒版图上重要的一块。

近日,第四届中国白酒黄淮核心产区高质量发展峰会在三门峡市渑池县仰韶酒庄仙山山举办。峰会期间,江苏洋河酒厂股份有限公司党委书记、董事长张联东,安徽古井集团党委书记、董事长梁金辉到访仰韶,与仰韶酒业集团党委书记、董事长侯建光就黄淮名酒未来发展进行了深入交流,开启黄淮名酒新时代。

### 到访仰韶 “三龙头”会释放出哪些信号?

与赤水河、长江流域的白酒不同,苏酒、徽酒、鲁酒、豫酒每一个产区都有自己独特的识别符号,这正是黄淮板块的标准特色之一,也是整个黄淮名酒带不同的风格特色与价值高地。

峰会期间,江苏洋河酒厂股份有限公司党委书记、董事长张联东、安徽古井集团党委书记、董事长梁金辉,分别带领各自的交流团到访仰韶酒业集团生态酿酒园参观交流。在仰韶酒业集团党委书记、董事长侯建光、仰韶营销公司总经理郝德胜的陪同下,张联东、梁金辉一行先后参观了仰韶酒业集团非公党建展馆、仰韶世界酒庄馆、万吨恒温酒窖、酿酒车间、智能化包装车间、仰韶陶瓷艺术展示园区、仰韶仙山门藏酒窖等,并对仰韶酒庄的酿酒工艺、生产包装、文化建设等方面进行系统而深入的了解。

洋河股份、古井贡酒管理团队对仰韶酒庄在文化传承、创新发展方面取得的成就给予高度赞同,两家名酒企业表示,仰韶酒庄近年来的强劲势头目标共睹,此行近距离感受到仰韶酒业集团对仰韶文化的深度挖掘和融合、创新的营销模式、具有前瞻性的智能化生产设施建设,以及以“仰韶酒庄”为载体、酒文旅融合发展模式等,都非常值得借鉴。希望未来能继续加强交流,共同推动中国白酒行业高质量发展。

在郎牌特曲“三品战略”“品质主义”的要求下,本就有品牌厚度、市场影响力的郎牌特曲顺势而为,成为传递郎酒品牌故事、品牌故事,讲好郎酒浓兼香故事的最佳载体。

### 郎牌特曲的兼香布局 背后是强大的实力支撑

在品质上,集赤水河左岸酱酒黄金产区与长江上游浓香黄金产区的区位优势于一身,背靠郎酒丰富的好酒产能能,兼香型郎酒有着坚实的保障基础。

在技术上,早在20世纪70年代初,郎酒人就开创了“一步法”酿制工艺,奠定了郎酒兼香的风味基础。2018年,郎酒《浓兼香型白酒生产方法》获得“四川省专利特等奖”,全面升级的郎牌特曲T系列和郎酒兼香“全家福”,均采用该专利技术。

在市场上,小郎酒、顺品郎皆为兼香型产品,经过多年的发展已经打下了坚实的营销基础,小郎酒已成为小瓶白酒第一,顺品郎正引领都市光瓶酒消费新潮流。而2021年推出的兼香产品,郎牌特曲福马系列凭借出世的品质,也拥有了一定的消费者拥趸,正成为大众喜爱的兼香白酒价值之选。

随着郎牌特曲T系列的升级,郎酒兼香产品线进一步完善,战略目标更加清晰:以小郎酒、顺品郎、郎牌特曲为主力产品,共同助力郎酒做强、做长、做大家酒体系。汪俊林还从兼香品类的蓝海机遇、长期主义战略支撑、纵深布局专业价值、成为浓兼品质兼香、龙马酒庄坚实赋能五个维度发布了郎酒“五星兼香价值体系”。

郎牌特曲以长期主义为战略支撑,把握兼香蓝海市场机遇,依托赤水河左岸酱酒黄金产区 and 长江上游浓香黄金产区,高标准打造龙马酒庄,筑牢郎酒兼香品质、品味根基。发挥兼香与浓香独具特色的融合技术带来的综合优势,以立体、专业的生产配体系,细分、专业运营的营销体系,和品类的多维度传播,共同塑造郎酒兼香专业价值,走出一条独具郎酒特色的兼香发展道路。

立体、创新的生产配体系,为兼香战略提供“硬件支持”。随着泸州浓兼香产区持续建设,茅台庄园等项目陆续完工,郎牌特曲以龙马酒庄为载体,交融互动“生产、销售、服务、体验”,满足消费者不同层次、场景、口感等消费需求。郎酒兼香“不能也将进一步提质增效。郎酒泸州浓兼香产区全面建成后,年产原酒达15万吨(68%vol),可生产成品酒23万吨,目前产区储酒已达20万吨(高品酒)。

不仅如此,郎酒还将着眼长远发展和差异化发展,进一步释放浓兼香产品的特色和差异化优势,增强持续发展的核心竞争力,把“大兼香战略”作为长期战略,以郎牌特曲为重要抓手,抢占兼香赛道的竞争制高点。为郎酒品牌的整体提升创造新的增长极。



### 业绩与价值的持续进阶,“仰韶现象”成为行业关注的焦点。

从2017年开始,为积极响应河南省委、省政府“豫酒振兴”战略部署,仰韶酒业集团以“酒文旅”融合发展为抓手,加快推进白酒产业转型升级,逐步形成了以“中华仰韶酒庄”为核心的“一庄五园”战略新格局。

2017年,仰韶酒业销售额9亿元,2021年销售额已突破30亿元,4年间翻了近四倍,税收更是首次突破5亿元。2022年,在疫情反复叠加、经济下行的大背景下,仰韶的销售额依旧保持平稳增长,销售额达到38亿元,稳居豫酒龙头,充分彰显了仰韶强劲的综合实力和发展韧性。

河南渑池位于黄淮流域的最西端,这里诞生了中原文化极为灿烂的仰韶文明,我国最早的“酒”正是诞生于此。同时,渑池还是河南省白酒企业唯一的“世界美酒特色产区”。

从9亿到30多亿,仰韶在品质、品牌、文化、特色和创新领域的成功更加证明仰韶的区位优势更加凸显。

众所周知,茅台、五粮液等白酒龙头的功并不是一个体的成功,背后还有一个以省区或多个酿酒区域为代表的产区,如今,产区是中国白酒品质和价值最重要的表达方区,是消费者认知历史和文、酿造技艺、产品特色和增强消费理念的“大前台”。判定一个产区成熟与否以及是否具备高质量发展潜力,“兼容并蓄”是重要标准,既要有超级龙头的引领,也要有“共同富裕”的长期发展格局。

江苏洋河酒厂股份有限公司党委书记、董事长张联东,安徽古井集团党委书记、董事长梁金辉到访仰韶时也提到了这种发展理念。

在业界人士看来,仰韶的成功是创新的功。仰韶酒场上市10多年来,仰韶酒庄以陶融香型的创新,让豫酒有了鲜明的个性,重塑了豫酒的竞争力。在产品、品牌、文化、市场等方面的探索和实践,区域为区域名酒突围提供了“标准答案”。

侯建光表示,在全国化进程中,仰韶营销市场要在全国形成一线两角。“一线”就是以河南为中心的南北一条线,从北京、南阳到上海,这是南北一条线;“两角”就是长三角和珠三角,仰韶未来的市场就是“一线两角”,按照“一线两角”省内外的布局,努力实现百亿目标。

2023年,仰韶入选“十年十大新名酒”,

### 龙头带动 黄淮名酒带带高质量发展

洋河、古井和仰韶既是江苏、安徽、河南白酒的代表,也是三省白酒的龙头,在白酒全国化的进程中起到引领石的作用。

仰韶既是豫酒的龙头,也是豫酒高质量发展的标尺,在做精做细河南市场的同时,精准布局全国市场,从仰韶一系列“动作”不难看出,仰韶已经驶入高质量发展的快车道。

仰韶酒庄打造差异化核心竞争力,实现

### 业绩超预期 古井贡酒次高端势能强劲

了费用投放的精准性和有效性。

而管理费用率降低主要受益于数字化建设。2022年,古井贡酒实施酿酒生产智能化技术改造项目,目前一期工程已正式投产酿酒。该项目是古井贡酒利用新技术推动白酒生产智能化的重大实践。

“传统年间一年7000多吨酒的生产需要600多名工人,而智能园区一年一万吨的产能,只需要66人。智能园区用机器人代替了传统年间的生产,节约了人力成本之外,通过酿酒生产智能化技术改造项目的实施,原酒品质也会持续提升,为古井贡酒在未来的行业竞争中,提供强大的品质保障。”

对于未来费用管控的预期,中泰证券研报指出,古井贡酒全年费用率有望持续下行。销售费用投放方面将保持稳定投放,看好销售费用率在营收高速增长的基础上摊薄,带动费用率水平进一步下降。值得注意的是,产能与酒质的提升,也使得古井贡酒的综合价值增加。年报显示,截至2023年第一季度末,公司合同负债为47.45亿元,同比增加0.53亿元。

白酒销售一般采用先款后货的模式,在收到订单未发货前,酒企将收取的货款确认为合同负债。对于白酒企业来说,合同负债是蓄水池,也是先行指标,预收款增加,说明经销商打款意愿在增强,同时,合同负债的增加,也有古井贡酒产品结构不断优化之功。

库存正常 年份系列销售旺盛

目前,白酒行业普遍存在价格倒挂和库存积压等问题。5月23日,古井贡酒召开业绩说明会,总经理周庆臣表示,公司通过设置安全库存等方式,强化经销商库存管理,狠抓销售培育和开瓶动销,深化渠道建设,对于夯实古井贡酒销售市场基础,提升年份原浆系列整体竞争力、推动古井贡的跨区域发展都有重要价值。

同时,副总经理朱家峰指出,古井贡酒重点培育以年份原浆古20为主的次高端产品,同时推出以年份原浆·年三十为代表的

### 成为“中国新名酒”代表,彻底改变河南高端白酒市场格局,再一次让行业感受到仰韶的力量。

仰韶成为中国白酒行业的一匹“黑马”。从2017年开始,为积极响应河南省委、省政府“豫酒振兴”战略部署,仰韶酒业集团以“酒文旅”融合发展为抓手,加快推进白酒产业转型升级,逐步形成了以“中华仰韶酒庄”为核心的“一庄五园”战略新格局。

2017年,仰韶酒业销售额9亿元,2021年销售额已突破30亿元,4年间翻了近四倍,税收更是首次突破5亿元。2022年,在疫情反复叠加、经济下行的大背景下,仰韶的销售额依旧保持平稳增长,销售额达到38亿元,稳居豫酒龙头,充分彰显了仰韶强劲的综合实力和发展韧性。

河南渑池位于黄淮流域的最西端,这里诞生了中原文化极为灿烂的仰韶文明,我国最早的“酒”正是诞生于此。同时,渑池还是河南省白酒企业唯一的“世界美酒特色产区”。

从9亿到30多亿,仰韶在品质、品牌、文化、特色和创新领域的成功更加证明仰韶的区位优势更加凸显。

众所周知,茅台、五粮液等白酒龙头的功并不是一个体的成功,背后还有一个以省区或多个酿酒区域为代表的产区,如今,产区是中国白酒品质和价值最重要的表达方区,是消费者认知历史和文、酿造技艺、产品特色和增强消费理念的“大前台”。判定一个产区成熟与否以及是否具备高质量发展潜力,“兼容并蓄”是重要标准,既要有超级龙头的引领,也要有“共同富裕”的长期发展格局。

江苏洋河酒厂股份有限公司党委书记、董事长张联东,安徽古井集团党委书记、董事长梁金辉到访仰韶时也提到了这种发展理念。

在业界人士看来,仰韶的成功是创新的功。仰韶酒场上市10多年来,仰韶酒庄以陶融香型的创新,让豫酒有了鲜明的个性,重塑了豫酒的竞争力。在产品、品牌、文化、市场等方面的探索和实践,区域为区域名酒突围提供了“标准答案”。

侯建光表示,在全国化进程中,仰韶营销市场要在全国形成一线两角。“一线”就是以河南为中心的南北一条线,从北京、南阳到上海,这是南北一条线;“两角”就是长三角和珠三角,仰韶未来的市场就是“一线两角”,按照“一线两角”省内外的布局,努力实现百亿目标。

### 区位优势 仰韶驶入高质量发展快车道

2023年,仰韶入选“十年十大新名酒”,

### 业绩超预期 古井贡酒次高端势能强劲

了费用投放的精准性和有效性。

而管理费用率降低主要受益于数字化建设。2022年,古井贡酒实施酿酒生产智能化技术改造项目,目前一期工程已正式投产酿酒。该项目是古井贡酒利用新技术推动白酒生产智能化的重大实践。

“传统年间一年7000多吨酒的生产需要600多名工人,而智能园区一年一万吨的产能,只需要66人。智能园区用机器人代替了传统年间的生产,节约了人力成本之外,通过酿酒生产智能化技术改造项目的实施,原酒品质也会持续提升,为古井贡酒在未来的行业竞争中,提供强大的品质保障。”

对于未来费用管控的预期,中泰证券研报指出,古井贡酒全年费用率有望持续下行。销售费用投放方面将保持稳定投放,看好销售费用率在营收高速增长的基础上摊薄,带动费用率水平进一步下降。值得注意的是,产能与酒质的提升,也使得古井贡酒的综合价值增加。年报显示,截至2023年第一季度末,公司合同负债为47.45亿元,同比增加0.53亿元。

白酒销售一般采用先款后货的模式,在收到订单未发货前,酒企将收取的货款确认为合同负债。对于白酒企业来说,合同负债是蓄水池,也是先行指标,预收款增加,说明经销商打款意愿在增强,同时,合同负债的增加,也有古井贡酒产品结构不断优化之功。

### 库存正常 年份系列销售旺盛

目前,白酒行业普遍存在价格倒挂和库存积压等问题。5月23日,古井贡酒召开业绩说明会,总经理周庆臣表示,公司通过设置安全库存等方式,强化经销商库存管理,狠抓销售培育和开瓶动销,深化渠道建设,对于夯实古井贡酒销售市场基础,提升年份原浆系列整体竞争力、推动古井贡的跨区域发展都有重要价值。

同时,副总经理朱家峰指出,古井贡酒重点培育以年份原浆古20为主的次高端产品,同时推出以年份原浆·年三十为代表的

了费用投放的精准性和有效性。

而管理费用率降低主要受益于数字化建设。2022年,古井贡酒实施酿酒生产智能化技术改造项目,目前一期工程已正式投产酿酒。该项目是古井贡酒利用新技术推动白酒生产智能化的重大实践。

“传统年间一年7000多吨酒的生产需要600多名工人,而智能园区一年一万吨的产能,只需要66人。智能园区用机器人代替了传统年间的生产,节约了人力成本之外,通过酿酒生产智能化技术改造项目的实施,原酒品质也会持续提升,为古井贡酒在未来的行业竞争中,提供强大的品质保障。”

对于未来费用管控的预期,中泰证券研报指出,古井贡酒全年费用率有望持续下行。销售费用投放方面将保持稳定投放,看好销售费用率在营收高速增长的基础上摊薄,带动费用率水平进一步下降。值得注意的是,产能与酒质的提升,也使得古井贡酒的综合价值增加。年报显示,截至2023年第一季度末,公司合同负债为47.45亿元,同比增加0.53亿元。

白酒销售一般采用先款后货的模式,在收到订单未发货前,酒企将收取的货款确认为合同负债。对于白酒企业来说,合同负债是蓄水池,也是先行指标,预收款增加,说明经销商打款意愿在增强,同时,合同负债的增加,也有古井贡酒产品结构不断优化之功。

库存正常 年份系列销售旺盛

目前,白酒行业普遍存在价格倒挂和库存积压等问题。5月23日,古井贡酒召开业绩说明会,总经理周庆臣表示,公司通过设置安全库存等方式,强化经销商库存管理,狠抓销售培育和开瓶动销,深化渠道建设,对于夯实古井贡酒销售市场基础,提升年份原浆系列整体竞争力、推动古井贡的跨区域发展都有重要价值。

同时,副总经理朱家峰指出,古井贡酒重点培育以年份原浆古20为主的次高端产品,同时推出以年份原浆·年三十为代表的

# 走进泥坑品味非遗 河北科技大学教育实践走进泥坑酒业文化旅游产业园

■ 齐鑫

日前,河北科技大学教育实践暨“走进泥坑品非遗”活动在泥坑酒业文化旅游产业园举办。河北科技大学党委副书记刘爱民、教务处副处长樊金玲、招就处副处长郭金峰,河北科大食品与生物学院院长贾委及学院领导王臣、代敏、郝建雄、宁晋县县长刘奇志,县委常委、统战部长刘雪微,县领导闫晓松、县工信局局长李月辉、宁纺集团董事长苏瑞广、宁纺集团总经理徐建林、副总经理兼泥坑酒业总经理马辉峰、泥坑酒业公司领导史金国、张艳辉出席封坛仪式,河北科技大学生物工程专业60余名大学生参加教育实践活动。

据了解,“走进泥坑品非遗”是泥坑酒业与河北科大开展合作以来组织的规模最大、规格最高的一次实践活动,内容丰富,意义重大,影响深远。

刘爱民在讲话中说,泥坑酒业传承百年,是河北省明星企业、诚信企业,是那台市唯一的“中华老字号”企业,不仅产品闻名遐迩,文化底也非常深厚。在介绍了河北科大基本情况后,刘爱民强调,这次封坛活动是贵通教育链和产业链协同育人的有效探索。校企协同,将企业的工匠精神和白酒酿造工艺中蕴含的中国优秀传统文化与专业知识紧密结合,很好的挖掘了实践课程中的思政元素,是很好的课程思政创新。最后,刘爱民还对以后的合作进行了展望,祝愿河北科大与泥坑酒业间的合作再结硕果,再创佳绩。

闫晓松在讲话中表示,泥坑酒的“净雅”之格离不开宁晋得天独厚的区位优势。这里地黑龙漳流域冲积平原,水土丰腴,物产丰富,拥有耕地121万亩,粮食总产保持在90万吨以上,是河北省产粮大县。全国粮食生产先进县,从而为酿酒提供了优质原粮,正是这些优越条件才奠定了酿制泥坑“净雅”美酒的基础。他还说,近年来,在县委、县政府的大力支持下,泥坑酒业及产品先后被授予“中华老字号”“省级专精特新企业”“中国酒业华北产区卓越品质企业”等多项荣誉称号,泥坑酿造技艺被列入“河北省非物质文化遗产名录”,泥坑酿造园区于2020年7月获批国家AAA级旅游景区。

闫晓松强调,泥坑酒业的快速发展离不开企业守正创新的发展理念。公司先后与河北科技大学等十多所高校开展校企合作,研究成熟后获得“中国商业联合会科技产品特等奖”“中国食协科技一等奖”等荣誉称号,推动泥坑酒业科技力量得到了更高质量发展。他最后表示,泥坑酒业与河北科大的合作可谓强强联合,在今后的合作中一定会开创校企双方互助共赢、协同发展的良好局面。徐建林在致辞中指出,泥坑酒庄自2006年并入宁纺集团以来,在全国劳动模范、宁纺集团苏瑞广董事长的带领下,泥坑人秉持“讲人品、出精品”文化理念和“为父老乡亲酿一杯好酒”厚道情怀,大力推进“三”战略和智慧化酿酒工艺,使泥坑酒业得到长足发展,企业先后获“中华老字号”“国家级放心企业生产示范企业”等诸多荣誉称号;匠心打造的“泥坑净雅香”新品先后荣获

在酿造坊,60多名学生被分为两组,在有着三十多年酿酒经验老工匠带领下,满怀怀泥坑“净雅”之谜的好奇心,全身心投入到自酿酒体验中。期间,学生们热情高涨,精神饱满,纷纷挥舞舞旗,与酿酒师傅们一同参粮、拌料、上甑、摘酒,用心感悟泥坑百年酿造技艺的神奇魅力。

泥坑百年酿造技艺于2009年被列入河北省非物质文化遗产名录。该技艺在传承中不断创新,形成了独特的“1365”净雅酿造工艺,即:制曲酿酒、三长两清、六精酿造、五净标准,最终生产连续两次在河北省精品白酒品鉴会上获评一等奖,先后荣获中国酒业最高奖“青酌奖”、新加坡国际烈酒大赛金奖等多项荣誉的具有独特“净雅”风格的泥坑美酒。

## 去库存促消费 下半年酒怎么卖?

■ 刘雪霞

随着消费意愿回升,酒业如何抓住机会去库存、促消费?进入存量竞争时代,酒企如何应对“内卷”?当90后加入主力消费阵营,酒业从业人员如何拓展渠道,助力年轻化营销?

近日,艾媒咨询发布《2023中国酒行业六大风向》,通过行业调研及消费者调研,分析了白酒、啤酒、葡萄酒、低酒等行业的六大现象,希望在接下来的下半年能够帮助酒业相关人员感知趋势,奠定决策、协同机会。

随着消费意愿回升,酒业如何抓住机会去库存、促消费?进入存量竞争时代,酒企如何应对“内卷”?当90后加入主力消费阵营,酒业从业人员如何拓展渠道,助力年轻化营销?

近日,艾媒咨询发布《2023中国酒行业六大风向》,通过行业调研及消费者调研,分析了白酒、啤酒、葡萄酒、低酒等行业的六大现象,希望在接下来的下半年能够帮助酒业相关人员感知趋势,奠定决策、协同机会。

### 消费意愿回暖 对酒业提出更高要求

研究显示,2023年上半年,随着消费意愿回升,带动了餐饮、酒行业增长。餐饮业态中,烧烤及正餐的日均营收增长较为明显。酒饮行业中,健康与情绪释放驱动酒饮消费增长。酒仍带有健康符号,在情绪释放上,承载着缓解、忘却的功能。数据呈现,近五成消费者追求“刚刚好、不会醉”的饮酒状态;18-29岁消费者则更喜欢“按心情来”。女性群体更年轻群体对饮酒“放松心情、缓解负面情绪”更易通过和一线城市消费者则通过饮酒“暂时忘却烦恼的事”。

新的消费环境对酒行业提出更高要求。酒饮人应积极变化,高端化、品质化、多元化的产品需求,以及线上线下渠道界限的进一步消解,对于酒企在产品创新、多元化营销推广、多品牌运营的管理上均提出更高要求。此外,多端、口碑、原料、工艺均是消费者在购买产品时的重要考虑因素。



### 中国酒业协会最高奖“青酌奖”、IWSC国际葡萄酒烈酒大赛金奖等諸多国内外大奖,受到了业界的广泛关注,赢得了良好的口碑。

徐建林表示,宁纺集团很早就与河北科技大学建立了合作关系。特别是2018年,泥坑酒业与河北科大建立了产学研合作联盟,先后共建了博士工作站和河北省泥坑酒业技术创新中心,签署了“共建就业基地和实践教学基地协议”,从中得到科大、院领导的悉心指导。可以说,泥坑酒业的发展和泥坑品牌的打造,科大功不可没。特别是双方共同开展的“梨粮共酵酿酒技术研发项目”并签字背书,由马辉峰上台宣读。品鉴意见为:无色透明、窖香、粮香、曲香、糟香复合自然,酒体醇厚、丰满、协调、净爽,具有多粮浓香净雅原浆酒典型风格。

泥坑原浆封坛酒源于2018年首届泥坑文化节,所封藏原酒以其“不可再生的稀缺资源、越陈越香的优秀品质、持续增长的投资前景、触动人灵的精神需求、丰富多样实用酒文化”等七大独特魅力,广受人们喜爱,诸多爱酒、懂酒人士纷纷封藏,成为当今时尚之举。

此次封坛,不仅在酒坛封盖内藏有领导们签名的品鉴证书,还封有全体同学亲笔写下的梦想卡片,他们用全体同学封坛理念的“不惜代价为父老乡亲酿一杯好酒”理念的深刻内涵和良苦用心,令他们对此赞不已,钦佩有加。

在封坛仪式中,泥坑酒庄员工还表演了舞蹈《九州同》,河北科大学生带来了大合唱《最初的梦想》。精彩的表演赢得阵阵掌声,活跃了现场气氛。

### 嘉奖,隆重表彰这次教育实践活动更有意义

在封坛仪式前,泥坑酒业还当众对在第九届河北省白酒品鉴换届赛中取得优异成绩的15名技术人才进行了颁奖表彰。在这次考试中,泥坑白酒研究院的李召获全省

### 第一名,还有6名技术人员名列前十名之内,其他技术人员也均取得优秀成绩,特对他们予以嘉奖。

对优秀专业技术人员的嘉奖,展示了泥坑酒业对技术人才的培养成果,有效激励了大学生们努力学习、钻研技术的积极性、主动性,让这次教育实践活动的意义更为深远。

### 筑梦,原浆封坛让学子梦想由此起航

在封坛仪式上,刘奇志、刘雪微、苏瑞广、闫晓松、李月辉、刘爱民、樊金玲、郭金峰、王臣、代敏、郝建雄、徐建林、刘金龙等领导对两坛泥坑原浆酒进行了品鉴,形成一致意见并签字背书,由马辉峰上台宣读。品鉴意见为:无色透明、窖香、粮香、曲香、糟香复合自然,酒体醇厚、丰满、协调、净爽,具有多粮浓香净雅原浆酒典型风格。

泥坑原浆封坛酒源于2018年首届泥坑文化节,所封藏原酒以其“不可再生的稀缺资源、越陈越香的优秀品质、持续增长的投资前景、触动人灵的精神需求、丰富多样实用酒文化”等七大独特魅力,广受人们喜爱,诸多爱酒、懂酒人士纷纷封藏,成为当今时尚之举。

此次封坛,不仅在酒坛封盖内藏有领导们签名的品鉴证书,还封有全体同学亲笔写下的梦想卡片,他们用全体同学封坛理念的“不惜代价为父老乡亲酿一杯好酒”理念的深刻内涵和良苦用心,令他们对此赞不已,钦佩有加。

在封坛仪式中,泥坑酒庄员工还表演了舞蹈《九州同》,河北科大学生带来了大合唱《最初的梦想》。精彩的表演赢得阵阵掌声,活跃了现场气氛。

### 中国酒业协会最高奖“青酌奖”、IWSC国际葡萄酒烈酒大赛金奖等諸多国内外大奖,受到了业界的广泛关注,赢得了良好的口碑。

徐建林表示,宁纺集团很早就与河北科技大学建立了合作关系。特别是2018年,泥坑酒业与河北科大建立了产学研合作联盟,先后共建了博士工作站和河北省泥坑酒业技术创新中心,签署了“共建就业基地和实践教学基地协议”,从中得到科大、院领导的悉心指导。可以说,泥坑酒业的发展和泥坑品牌的打造,科大功不可没。特别是双方共同开展的“梨粮共酵酿酒技术研发项目”并签字背书,由马辉峰上台宣读。品鉴意见为:无色透明、窖香、粮香、曲香、糟香复合自然,酒体醇厚、丰满、协调、净爽,具有多粮浓香净雅原浆酒典型风格。

泥坑原浆封坛酒源于2018年首届泥坑文化节,所封藏原酒以其“不可再生的稀缺资源、越陈越香的优秀品质、持续增长的投资前景、触动人灵的精神需求、丰富多样实用酒文化”等七大独特魅力,广受人们喜爱,诸多爱酒、懂酒人士纷纷封藏,成为当今时尚之举。

此次封坛,不仅在酒坛封盖内藏有领导们签名的品鉴证书,还封有全体同学亲笔写下的梦想卡片,他们用全体同学封坛理念的“不惜代价为父老乡亲酿一杯好酒”理念的深刻内涵和良苦用心,令他们对此赞不已,钦佩有加。

在封坛仪式中,泥坑酒庄员工还表演了舞蹈《九州同》,河北科大学生带来了大合唱《最初的梦想》。精彩的表演赢得阵阵掌声,活跃了现场气氛。

### 嘉奖,隆重表彰这次教育实践活动更有意义

在封坛仪式前,泥坑酒业还当众对在第九届河北省白酒品鉴换届赛中取得优异成绩的15名技术人才进行了颁奖表彰。在这次考试中,泥坑白酒研究院的李召获全省

### 第一名,还有6名技术人员名列前十名之内,其他技术人员也均取得优秀成绩,特对他们予以嘉奖。

对优秀专业技术人员的嘉奖,展示了泥坑酒业对技术人才的培养成果,有效激励了大学生们努力学习、钻研技术的积极性、主动性,让这次教育实践活动的意义更为深远。

### 筑梦,原浆封坛让学子梦想由此起航

在封坛仪式上,刘奇志、刘雪微、苏瑞广、闫晓松、李月辉、刘爱民、樊金玲、郭金峰、王臣、代敏、郝建雄、徐建林、刘金龙等领导对两坛泥坑原浆酒进行了品鉴,形成一致意见并签字背书,由马辉峰上台宣读。品鉴意见为:无色透明、窖香、粮香、曲香、糟香复合自然,酒体醇厚、丰满、协调、净爽,具有多粮浓香净雅原浆酒典型风格。

泥坑原浆封坛酒源于2018年首届泥坑文化节,所封藏原酒以其“不可再生的稀缺资源、越陈越香的优秀品质、持续增长的投资前景、触动人灵的精神需求