

12 白酒金三角 Liquor Golden Triangle

生态酿美酒, 舍得谢天下。可以毫不夸张地说, 四川沱牌舍得酒业是中国绿色酿酒、生态酿酒的倡导者; 是成功建设低碳经济、循环经济、环境友好型企业的领路人; 是将社会责任融入企业经营者血液的践行者; 是“最具社会责任的爱心企业”榜样; 是中国传统酒文化的传承和守望者。从第92届糖酒会会场高涨的人气以及艺术珍藏酒的限量珍稀反差中不难找到答案: 越珍稀的也是人们越舍得拥有的!

展示文化 悠悠古韵风 滴滴沱牌情

3月26日至28日, 第92届全国糖酒会在成都召开。本届糖酒会, 沱牌舍得酒业携美酒佳酿如期在成都市武侯祠大街83号太成宾馆设展。记者获悉, 中国文化白酒领导品牌——国馆酒此次与战略合作企业沱牌舍得酒业联合亮相, 在太成宾馆为海内外客商们演绎了中国传统的文化之美、古韵之风, 让在场所有嘉宾感到惊艳无比。

在本届糖酒会上, 国馆2015新品——“国馆·文化中国”系列限量艺术珍藏酒首次亮相, 不仅获得了众多白酒行业内人士的高度好评, 还吸引了不少媒体的关注。

四川沱牌舍得酒业位于“观音故里, 诗酒之乡”四川省遂宁市射洪县沱牌镇, 地处北纬30.9°——世界最佳酿酒核心地带, 是“中国名酒”企业和川酒“六朵金花”之一, 拥有“沱牌”、“舍得”两块“中国驰名商标”。

记者在现场看到, 展馆里客商云集, 人来人往, 到场的客商们认真仔细的看每款展出的酒和包装, 有的就和酒业的工作人员交谈起来, 纷纷对此次舍得酒业的新品表示有浓厚的合作兴趣。此次“国馆·文化中国”还特地邀请了包括杨之光、曹宝麟等在内的二十位中国当代书法家, 共同挥毫创作。

当然, 此次展示的产品只是公司众多新产品中的一小部分。如今, 沱牌舍得酒业有限公司的产品线日益丰富, 能给广大消费者带来更大的选择空间。记者了解到, 目前四川沱牌舍得酒业产品共分为五大系列: 1、舍得系列: 包括舍得酒, 晶品·舍得, 舍得礼品酒, 窖龄舍得; 2、陶醉系列: 包括小陶醉, 陶醉3年, 陶醉6年, 陶醉9年, 十二年红瓷, 十二年青瓷; 3、沱牌系列: 包括沱牌曲酒, 百年沱牌, 沱牌特曲, 窖藏沱牌, 沱牌头曲; 4、酱香型系列: 包括酱香舍得酒, 吞之乎, 天子呼; 5、其他系列: 包括酒类奢侈品。沱牌系列酒体风格为“窖香浓郁, 清冽甘爽, 绵软醇厚, 尾净余长, 尤以甜净著称”。舍得系“中国驰名商标”。其

双剑合璧 “陶醉”天下 沱牌舍得 2015 春季成都糖酒会上展“生态”文化

■本报记者 王剑兰



沱牌舍得酒业在太成宾馆天翔楼一楼大厅亮相成都春季糖酒会



现场丰富的产品陈列及精心布置的展厅



当场嘉宾络绎不绝, 精美经典的产品吸引众多经销商的目光以及对品牌的喜爱



各地经销商纷纷称赞沱牌酒质



国馆酒姚总监接受专访, 介绍中国收藏级白酒的文化



绝佳上乘的产品质量, 美轮美奂的产品包装

酒体风格为“绵软醇甜、爽净利口、酒体完美、余味绵长”。

与此同时, 有人打趣地说: 沱牌舍得生态酿酒工业园有幸成为了2015年春季糖酒会“分会场”, 因为几百位来自全国各地客商在沱牌舍得酒业糖酒会展厅参观后, 被沱牌舍得绝佳上乘的产品质量、美轮美奂的产品包装所吸引, 自发组队来到了沱牌舍得生态酿酒工业园参考、考察。密集的人群前来主动围观的正是沱牌舍得酒业厂区——泰安作坊、生态酿酒车间, 形成了一道亮丽的风景。

科技助力 款款生态酒 环环显“绿色”

生态酿美酒, 舍得谢天下。在发展过程中, 沱牌舍得在董事长李家顺的引领下, 始终坚持绿色发展, 努力提高生态效益、社会效益、经济效益。正确处理生态环保与企业发展的关系, 始终把绿色、低碳和食品安全放在第一位, 在国内同行业中对生态环保建设投入最大, 率先建成资源节约型和环境

友好型酿酒企业, 打造食品安全的标杆企业, 为沱牌舍得未来百年发展奠定了坚实的基础。沱牌舍得的生态环保战略已进入收获期, 正步入跨越式发展。

事实上, 早在上个世纪80年代, 在意识到资源的紧缺与不可再生, “健康、环保、珍爱生命”将成为人们的生活观念后, 四川沱牌舍得酒业便提出了以“绿色、低碳、生态”为主题, 以“质量经营与生态经营相结合”为方针, 开创“生态酿酒”之先河, 成功创建了全国首家生态酿酒工业园, 并赋予它三大内涵: 一是用高新技术改造和提升传统酿酒产业; 二是构建“低投入、低消耗、高产出、高效益、生态化”的循环经济发展模式, 促进地方经济的可持续发展; 三是以信息化带动工业化、以工业化促进信息化, 发展高新技术, 从而实现生产力的跨越式发展。

在导入生态经营理念, 实施循环经济发展模式过程中, 公司按照“减量化、再循环、再利用”原则, 创建了生态酿酒5P标准体系(即: 良好研发规范 GLP、良好种植规范 GAP、良好生物试验规范 GBP、良好操

作规范 GMP 和良好物流规范 GSP), 在企业内部建立起“生产者、消费者、还原者”的工业生态链, 将生态链向前延伸到绿色原料、能源及工业无机环境的构建上, 向后延伸到消费领域, 通过引导生态消费塑造沱牌舍得的理想、培育沱牌舍得的品牌、传播沱牌舍得的的企业文化。

沱牌舍得酒的产品品质是众口皆碑, 有目共睹的。就在2015年1月11日, “中国杰出质量人(全国质量奖个人奖)”颁奖典礼在北京钓鱼台国宾馆举行。四川沱牌舍得股份有限公司副董事长、副总经理、总工程师、技术中心主任李家民等10位杰出质量人接受了颁奖。

在此前的2014年, 在德国纽伦堡国际发明创意展上, 李家民研发的《一种利用固态法白酒酿造伴生品生产酱油的方法》、《一种利用糟渣连续固态发酵生产白酒的方法》、《一种含有益健康风味成份的高酯调味料及其制备方法》均获金奖, 《一种利用固态法白酒酿造伴生品生产酱油的方法》同时获得国际绿色发明专项大奖提名及伊朗国家创新与发明组织颁发的最佳发明奖。由此,

习酒公司参加 2015 年成都春季全国糖酒交易会



糖酒会习酒展位

3月26日, 第92届成都春季全国糖酒交易会在成都世纪城新国际会展中心开幕。习酒公司参会, 以独特的品牌文化和优异的产品品质获得广泛关注。

习酒展馆设计新颖, 产品陈列大气, 充分

展现了习酒的企业形象和品牌形象。展馆内琳琅满目的各系列习酒产品吸引了广大消费者和客商前来参观, 特别是习酒新推出的浓香新品“天辰”、“铂钻”、“虹钻”以其高档大气的包装吸引了广大客商和消费者驻足品尝, 不断询问该系列产品的详细情况, 更有不少客商表现出极高的热情, 通过多次沟通洽谈希望与习酒进行合作。

公司总经理钟方达、总经理助理、销售公司总经理杨云来到展馆内实地查看习酒参会情况, 并接受《新食品》杂志、凤凰网、环球网、优酷、网易等多家知名媒体的专访。钟方达在采访中表示, 习酒的知名度在不断上升, 品质也得到越来越多消费者的认可, 习酒悠久的酿酒历史, 过硬的产品质量, 独特的酿造环

境, 雄厚的产能储备和三千五百名习酒人都将是未来发展的坚实基础; 习酒人始终坚守纯粮固态发酵, 将酿好酒、产好酒作为习酒人的责任。面对当前白酒行业形势下习酒如何发展, 钟方达指出: 2015年习酒将聚焦资源、聚集人力、聚焦市场、聚焦产品, 打造重点市场, 让习酒系列产品更贴近消费、服务消费, 让消费者形成市场; 同时, 习酒也将加强对渠道的建设和管理, 让消费者喝到健康的产品, 努力为消费者提供更好的服务。

热心公益 涓涓细流汇 丝丝爱心聚

长期以来, 沱牌舍得酒业不仅关注自身的发展, 而且把企业放在世界公民的高度, 践行社会责任, 在危机来临勇于担当, 在像汶川地震后出钱出力全力赈灾。不仅如此, 企业从点滴做起, 热心公益, 积少成多, 通过涓涓细流汇集起社会的“正能量”, 为国家和社会做出应有的贡献, 2010年底曾获遂宁市“最具社会责任的爱心企业”称号。

2015年3月22日下午3点, 由沱牌舍得酒业鼎力赞助的 CCTV 主持人明星足球队(遂宁)城市公益赛暨遂宁市2015年度校园足球文化节在河东体育中心隆重开幕。开幕式现场, CCTV 主持人明星足球队(遂宁)城市公益赛, 为校园足球文化节的开幕点燃激情之火。毕福剑、阿丘、韩乔生、鞠萍等21位 CCTV 主持人及明星空降遂宁, 给现场观众带来了一场精彩的足球盛宴和音乐盛宴。慈善之都, 爱心涌动。开幕式上, CCTV 主持人明星足球队和沱牌舍得酒业、成都遂宁商会为首的13家爱心企业和商会向遂宁市关心下一代基金会捐赠善款……

沱牌舍得酒业相关负责人参加了沱牌舍得足球队与央视明星队的友谊赛, 两位整天忙于白酒市场运作的经理人在赛场上健步如飞, 与毕福剑、阿丘等央视明星主持人同台竞技, 赢得看台观众掌声的阵阵掌声。

双剑合璧, “刺破青天鏖未残”。沱牌舍得酒业正大力弘扬“舍得品质、中国精神”, 坚持“以人为本, 科学发展, 安全和谐, 质量求真, 为人求善, 生活求美”的理念, 按照“高产、优质、生态、低耗、低碳、安全、高效”的总要求, 努力建设“科技沱牌, 生态沱牌, 绿色沱牌, 效率沱牌, 和谐沱牌, 实力沱牌”, 企业深知, 有舍才有得, 企业醉心于公益文化, 并将把这种博大精深的爱心文化用不同的传递方式凝聚贯穿到底, 此次为中国传统发声, 为中国文化代言是舍得文化的一种别样传承方式。

全球酒商云集泸州酒博会



习酒公司总经理钟方达接受媒体采访

每次行业危机都是川酒崛起的机遇, 经过3年的调整和倒逼, 目前川酒行业重新站上新一轮黄金发展的起跑线上。业内多名专家预测, 依托良好品质基础和强势品牌实力, 川酒产业将再次起飞, 今年有望突破2000亿元大关。

1915年, 在巴拿马太平洋万国博览会上川酒首度赢得国际声誉, 百年后的今天, 川酒将强势进军国际市场。3月23日, 在2015中国国际酒业博览会上, 泸州老窖总裁张良首度透露, 该公司将控股澳洲希拉谷酒庄, 正式开启国际化扩张战略。与此同时, 同属川酒“六朵金花”的五粮液和水井坊都将国际化列为公司2015年新兴增长极。

安全当先 打造健康产业

甑桶、冷却器须以不锈钢制作, 生产用水必须软化, 蒸馏、摊凉设备必须齐全……3月以来, 一场针对川酒标准化生产的培训正在火热展开。“精细到厕所与酿酒车间的距离, 洗手后不能触摸不锈钢水龙头等诸多方面”八百寿酒业参训学员透露, 从原材料选取到

成品包装, 涵盖白酒生产的每一个环节; 100多项标准, 每项量化打分, 必须全部合格才能有资格达到标准化生产企业。

与川酒标准化培训同步, 旨在严打非法添加、非法标注等行为的川酒安全专项整治已布下阵来, 全省食品药品监管系统将三级联动开展白酒抽检, 重点检测甲醇、甜味剂含量, 对排查和抽检中发现的不合格白酒实施最严惩罚。“标准化和专项整治是今年川酒露出的两大‘拳头’, 双拳出击旨在打造川酒健康产业链。”省酿酒协会相关负责人表示, 这为今年川酒的率先复苏和快速增长奠定了坚实基础。而据省食药监局相关负责人表示, 今年川酒将率先试点质量全程可追溯体系建设, 实现从源头到餐桌的透明生产, 确保川酒品质绝对可靠。

创新驱动 开辟市场新蓝海

2014年, 川酒实现主营业务收入1838亿元, 同比增长3.3%。基于良好基础和市场预期, 业内专家预估, 今年川酒将有望跃上2000亿元大关, 重回10%以上的增长速度。多家川

川酒借力图强

酒企业负责人表示, 今年川酒将着力将资源、技术、品牌等方面优势转化为市场核心竞争力, 通过营销模式创新、加速国际化、香型新品创新等方式开辟新兴增长极。

去年以来, 三人炫等一批川酒互联网新品亮相亮相, 上市不到100天销量便已突破7000万元。“价格亲民”是三人炫的亮点, 作为第一款“互联网定制白酒”, 免去了繁杂的传统渠道费用和市场推广费用, 做到了2斤装的三人炫在酒仙网上卖139元一瓶, 还能买一送一, 上市首日就卖了3万瓶, 成为“网络爆款酒”。泸州老窖相关负责人透露, 今年将加速触网, 从网上要增量。

而在产品体系上, 多家川酒企业实施的“帅旗不倒、中端制胜”战略赢得市场认可。“泸州老窖将大砍500毫升300元至500毫升600元之间的‘腰部’品牌, 保留窖龄、百年、特曲老酒。”泸州老窖董事长谢明表示, 将把中端市场打造为企业新兴增长极。五粮液相关负责人也坦言, 目前正在进行机构改革和产品结构调整, 以白酒主流消费为主线来完整布局品牌, 强化以六和液为代表的次高端、中端产品集群, 以五粮春、五粮醇为代表的中价位品牌集群。丰谷酒业去年销售收入实现20%增长, 其中丰谷特曲等终端大众酒

实现了成倍增长。

过去, 浓香一直是四川白酒的代名词, 目前根据市场变化及消费多元化趋势, 川酒不断在香型上创新, 正逐渐走向以浓香为主, 酱香为辅, 清香、兼香、芝麻香等多香并存的局面。不少曾经只生产浓香白酒的川酒企业, 目前都新增了其他香型的生产线, 以不断满足消费者的消费需求。

延伸阅读 2015 年白酒业将加速洗牌

3月23日, 记者从泸州·中国白酒商品批发价格指数办公室获悉, 其发布的《2014年中国白酒价格运行报告》指出, 2015年预计不同定位的白酒走势将出现分化, 高端白酒价格趋稳, 地方酒短期仍有探底压力, 基酒存在降价压力。

该报告认为, 过剩产能、过高库存仍是白酒行业复苏面临的巨大挑战。预计2015年不同定位的白酒走势将出现分化。在茅台、五粮液、泸州老窖等作为行业的价格标杆逐步稳定后, 受高端白酒降价打压的地方酒价格短期仍有探底压力, 批发价格指数同比跌幅有

扩大之虞。在中小酒企面临去库存、去产能的巨大压力下, 全国基酒批发价格指数环比、同比由正转负的可能性较大。

针对白酒行业发展现状, 该报告建议, 白酒企业推进混合所有制改革的视野可以扩大到国外, 把国企的丰富资源、外企先进的管理模式与民企灵活的管理机制有机融合, 把高管利益、职工利益、股东利益、经销商利益都捆绑在一起, 充分发挥各方优势。政府部门要“扶优扶强”, 把企业引导到改革+转型的路上, 营造公平的市场环境, 不介入企业经营活动。此外, 白酒行业应顺势而为, 重新细分市场, 合理调整高、中、低端酒类产品结构, 满足多元化消费需求, 构造适合新常态的产品结构, 主动适应互联网带来的变革, 借助互联网和大数据把控需求信息, 调整研发、生产、销售, 实现传统渠道和网络渠道融合, 生产与消费之间有更直接的联系, 以实现产销对路, 多方共赢的良好局面。针对目前酒企、传统渠道与酒类电商最突出的产品价格矛盾, 酒企可考虑按照分渠道、分品种经营的模式来调和不同销售渠道的价格矛盾, 以实现共同发展的多赢局面。

(周伟)