



5月6日 相约河南寿酒赏月季

5月2日,河南寿酒集团有限公司董事长周明新告诉记者,河南寿酒集团峪河曲酒基地月季园相继进入盛花期,第二届河南寿酒集团“品健康寿酒,赏月季牡丹”大型游园活动将于5月6日相约在“中国酒业十年最美酒厂”——河南省新乡辉县市河南寿酒集团峪河曲酒基地拉开帷幕,届时将有上万人来到峪河,不仅能够欣赏到数千株盛开的月季花,欣赏到纯正的豫剧大戏,更能品尝寿酒带来的美味享受。

周明新说,河南寿酒集团峪河曲酒基地月季园,镶嵌在酿酒车间周围,约有七千平方米。进入4月下旬,这里的月季花相继开放,5月上旬进入盛花期,为答谢广大消费者对寿酒的关心和支持,从2017年5月起,公司便在这里举办了首届“品健康寿酒,赏月季牡丹”大型游园活动举办的一个月时间里,先后有五万多消费者免费来到寿酒集团赏月季,品美酒,从而进一步加深了消费者与寿酒集团的关联度、忠诚度,许多消费者来到酒厂,在酿酒师的陪同下,学习了寿酒酿造工艺,领略了中国白酒悠久的历史传承。

周明新告诉记者,第二届“赏月季、品寿酒”大型游园活动从5月6日开始,为期一个月时间。(岳晓声)

山东省白酒品牌 发展联盟暨发展论坛 将于5月8日召开

“山东省白酒品牌培育发展联盟新闻发布会暨鲁酒品牌发展高层论坛”将于5月8日在济南召开。本次会议旨在充分发挥山东省白酒品牌培育发展联盟平台作用,引导山东省白酒企业积极参与“中国品牌日”活动,树立品牌经济发展理念,倡导“鲁酒匠造 醇香厚道”工匠精神,助推山东省白酒行业做大做强。

本次会议将邀请中国食品工业协会、山东省经信委、山东省品牌建设促进会、山东省白酒协会、山东省糖酒副食品商业协会等部门领导及主要新闻媒体记者出席。

据山东省食品工业协会秘书长陈高华介绍,本次会议内容丰富,山东省白酒品牌培育发展联盟首届联盟轮值理事长将发布联盟成立大会成果;山东省食品工业协会会长郭友武就此回答记者提问,阐释山东省对于鲁酒品牌培育发展的总体规划和具体措施;江南大学副校长徐岩将作《中国白酒品牌发展趋势》主旨演讲。在“师论鲁酒”环节,著名白酒专家、茅台集团名誉董事长季克良,中国食品工业协会白酒专家组组长高景炎,江南大学副校长徐岩将上演一场精彩的对话,为鲁酒品牌未来的发展指点迷津。国井集团董事长席纪文、山东景芝酒业股份有限公司董事长刘全平会参与互动交流。

会上,山东省食品工业协会将发布山东省白酒企业综合实力30强,并颁发奖牌,以表彰鲁酒品牌在推进品牌建设、匠心酿造美好生活方面取得的突出成就。(李蔚)

去年全球葡萄酒产量 创60年新低 中国为全球第七大生产国 第三大消费国

国际葡萄酒组织(OIV)表示,受欧盟地区恶劣天气影响,2017年全球葡萄酒产量为250亿公升,同比下降8.6%,创1957年以来新低。按标准酒瓶容量750毫升换算,去年全球共生产逾332.5亿瓶葡萄酒。

OIV表示,欧盟地区所有重要葡萄酒生产国去年都受到恶劣天气影响,导致区内葡萄酒产量下降14.6%,至141亿公升。其中意大利葡萄酒产量下降17%,至42.5亿公升;法国产量下降19%,至36.7亿公升,创历史新低;西班牙产量下降20%,至32.1亿公升。相比之下,美国去年葡萄酒产量与2016年基本持平,是全球第四大葡萄酒生产国。中国已成为全球第七大葡萄酒生产国,第五和第六分别为澳大利亚和阿根廷。

在全球产量减少的同时,去年全球葡萄酒消费量却增长1.8%,至243亿公升。其中,美国是全球最大葡萄酒消费国,去年消费量达32.6亿公升,其次是法国,为27亿公升。中国去年葡萄酒消费量连续第三年增长,较2016年增长3.5%,至17.9亿公升。就出口而言,去年全球葡萄酒总出口量为107.9亿公升,较2016年增长3.8%;出口总额达304亿欧元,较2016年增长4.8%。(酒协)

■ 金峰

黑龙江省酒业协会三届六次会员代表大会暨2018年白酒、酒精行业工作会议上,黑龙江省工业和信息化委员会食品与农产品加工处处长曹虎,黑龙江省财贸金融轻工纺织工会主席张智燕,中国著名白酒专家高月明、栗永清,黑龙江省工业和信息化委员会食品与农产品加工处调研员郭书刚,中国酿酒大师、黑龙江省酒业协会(以下简称酒业协会)会长赵志昌、中国首席品酒大师高军、栗伟,酒业协会副会长栗岩,酒业协会秘书长季树太,黑龙江省78家白酒、酒精生产企业负责人、总工程师及企业代表,来自省内外白酒、酒精配套产品企业代表及媒体记者120余人参加了会议。

曹虎代表黑龙江省政府,张智燕代表省财贸金融轻工纺织工会对黑龙江省白酒行业分别谈了想法、思路及期望,高月明、栗永清分别做了专题报告,赵志昌就2017年黑龙江省酒业协会全年工作与2018年全面工作计划做了详细报告,会议由栗岩主持。

黑龙江的2017

2017年,黑龙江省白酒规模以上企业68户,占全国的4.27%,实现主营业务收入39.64亿元,同比下降37.88%,利润总额2.56亿元,同比下降17.68%,分别占全国的0.70%和0.25%,产量完成57.79万千升,同比增长7.01%,占全国白酒产量的4.82%,产量居全国第七位;酒精企业14户,实现主营业务收入64.86亿元,利润总额8.79亿元,同比分别增加2.99%、146.91%,分别占全国8.10%和18.73%,完成产量124.03万千升,同比增加19.80%,产量居全国第4位;啤酒规模以上企业17户,实现主营业务收入44.36亿元,利润总额1.21亿元,同比下降9.02%和75.00%,分别占全国的2.51%和0.94%,产量完成185.17万千升,同比下降7.49%,占全国4.21%,产量居全国第七位。

2017年,酒业协会会员企业组团参加泸州国际酒博会、成都糖酒会、上海国际博览会、广州国际食品展等;国家级白酒评酒委员参加泸州“酒城论剑品酒争霸”品酒师大赛;酒业协会技术委员会会议在广西桂林市举办,与会专家对米香型白酒工艺、风味特征、市场需求的变化及发展方向进行交流。

去年的省评委会年会上举办富裕老窖“桂花杯”省评委首创产品大赛,对全省业内技术人员加强学习,加快成为品评、分析、勾调、设计全方位人才起到积极的助推作用;在哈尔滨举办的白酒酿造高级技师、技师培训班,让来自15家白酒企业的44名学员业务能力显著提升。8月份由酒业协会、黑龙江省方正林业局主办,黑龙江省红棒桦酒业有限公司承办的黑龙江省首届重点中小白酒企业生产经营经验交流会在方正林业局举办,省内10家中小企业负责人就新形势下中小白酒企业的发展,取长补短、共同提高进行深入探讨。

高粱是白酒酿造的主要原料,金秋时节,黑龙江白酒行业联合黑龙江省工业和信息化委员会共同举办了促进白酒产业融合发展的现场会,黑龙江省省政府、中国酒业协会相关部门负责人、知名白酒企业、农场、白酒酿造及农业种植专家等100余人参会,共议利用好黑龙江酿酒原料的优势,进而促进白酒产业的健康发展。

为摸索一条在国内酒行业不断调整、创新、升级大背景下黑龙江白酒的新时期复兴之路,年龄加在一起157岁的两位老人高月明、栗永清不惧年老体弱、舟车劳顿,坚持深入企业专程走访、专题调研、专项服务,结合生产企业的实际情况找问题、想思路、寻办法。

龙酒面向2018

会员代表大会达成共识,黑龙江白酒行业首先不能失去当下时机,精准找到转型升级突破口,进而关注行业价格、产品、品牌、品类、生活方式,找到消费的升级风口。其次,狠下功夫酿出与众不同,以风味和健康为导向、自己会说话的好产品。再次,诚实守信,建立多元化好渠道。第四是稳中求进,产业走上专业高效之路。第五,不断探索,创造自动自发的良好机制。

在2018年的第一季度,酒业协会要完成上年度行业情况统计,制定本年度工作计划,参加中国酒业协会召开的全国酒协秘书长会议,召开酒业协会秘书长会议。第二季度进行重点白酒企业及中小酒企业情况调研,开展白酒及酒精行业酿酒师、品酒师专项培训。第三季度筹备召开白酒评委会年,开展各项竞



赛活动,组织参加第二十二届东三省重点白酒企业联席会议,举办白酒行业第二届中小企业经验交流会议,组织国家级白酒评委参加国家白酒年会。10-11月份进行白酒技术委员会年会,准备12月份的行业全年工作总结。

酒业协会工作报告认为,中央经济工作会议提出:“中国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段”。从高速增长向高质量发展是经济发展的内在要求,高质量发展的主要内涵是从总量扩张向结构优化转变,既从“有没有”向“好不好”转变。目前,中国经济内需稳步扩大,服务业的增长对酒水销售,定会带来促进作用。2018年白酒行业进入一个新时代,龙江酒业人要清醒地认识到产业复苏是结构性复苏,不是全面复苏,仅是名酒复苏;产业增长也不是全面增长,仅是名优酒的恢复增长,消费升级带动的是名优酒的消费升级,呈现出大众化、个性化、创新化、健康化的新趋势。白酒消费人群将不断向优势品牌、高性价比的产品靠拢,跟不上时代发展步伐的企业将会被逐渐淘汰出局,而龙头企业和区域强势品牌通过自身努力,将会迎来一个美好的春天。

品牌卓越才是春

会员代表大会就国内白酒行业供需矛盾、新消费理念、打造龙酒品牌,龙酒抱团发展、形成合力进行了探讨、剖析。

消费新时代要有新体验呈现,在体验美酒的香气、口味、风格的同时,还要体验美酒



的原料、酿造、历史、文化、艺术、科技健康及产区的生态美、自然美、风土美。于此,建立科学、规范、标准、消费者认可的酒类品质、价值表达体系是黑龙江白酒产业健康持续发展的必然选择。在以“增品种、提品质、创品牌”的指导下,发展方式由效益、质量为导向转变为风味、健康为导向。

会员代表大会认为,黑龙江白酒只有抓住新时代的新需求,抢抓新机遇,形成自己的独特优势,才能在挤压竞争中,摆脱困境,进入业内“蓝海”,打造龙酒的卓越品牌应具备八个方面的要素:

1. **个性**。一个优秀的品牌只有具有高度的个性,才能区别于其他任何品牌的个性,这样的品牌核心,才体现价值基础。
2. **承诺**。品牌承诺与事实相符合,不仅是停留在传播层面,更应该是从品牌层面落实到产品、传播层面及经营者的管理层面。
3. **文化**。品牌力量的强弱决定其文化内涵,一个拥有文化的品牌就像一个有内涵、有深度、有故事的人,会奇妙地吸引消费者的关注和兴趣,好的品牌文化会让产品变得有思想、有生命力。
4. **象征**。优秀品牌具有象征意义,象征意义能创造价值。消费者通过选择品牌产品可表达其思想、形象。
5. **价值**。价值是品牌的核心,能为人们解决实际问题。当一个品牌能为社会创造出价值时,这个品牌会被人们铭记。
6. **忠诚**。品牌本质是人们与产品之间的心理契约,品牌让企业和消费者之间搭建起心理沟通的纽带。企业为消费者创造价值,满足消费者需求,消费者则通过对产品的消费回报企业,对企业及其产品产生信任、依赖、忠诚。
7. **习惯**。品牌做到极致时,不仅只是销售产品,而是为人们创造一种生活方式。



8. **基因**。品牌产品都有自己的基因,其创意来自消费者、竞争对手和企业自己,如同生物体内的遗传一样,即便时代变迁、企业变革、市场发生颠覆性改变,也不能动摇其根本。

众人施水花芳华

会议上,曹虎坦言,加快发展农副产品加工产业、食品工业,且要做大做强,是黑龙江省调整产业经济结构、做大产业经济总量的重要举措,省委、省政府把农副产品加工、食品工业确定为实现黑龙江省全面振兴的十大支柱产业之一,举全省之力助推“粮头食尾”“农头工尾”的全面发展。白酒作为我省食品工业的重要一环,省委、省政府将会重点引导、大力扶持。高价格购买高品质的产品是未来白酒发展的趋势,龙江白酒行业要用黑土地厚重的人文文化、山清水秀的健康品质,担当起政府的期望、消费者的信赖。

“每次年会都是学习的机会,也是亲情相聚的机会,这里的很多人都是我看着长大的。我今年86岁,能在这里一坐就4个多小时和大家一起倾听、探讨,身体有些吃不消,但我还是要坚持下来,为什么?因为我爱酒!更爱好酒!什么是好酒?好酒不是那些什么金杯银杯,好酒是老百姓的口碑,是对得起消费者的高品质酒。什么是高品质的酒?以质量为生命、求生存,以荣誉求发展的酒就是高品质的酒。企业要发展,产品就要有美誉度、信誉度,酒品就是人品,什么品德的人就酿什么品质的酒,人品不行,做什么都不行。质量是一个产品多方面的综合体,具体来讲,高质量的酒就是酿酒生态化、营销环境化、品质体验化、品味人性化、品牌口碑化、生产智能化、弘扬酒文化”高月明在专题报告中说,天若不爱酒,酒星不在天。地若不爱酒,地应无酒泉。天地既爱酒,管(理)酒、酿酒、喝酒不悛天。

栗永清认为,党的十九大报告指出:“新时代我国社会主要矛盾是人民日益增长的美好生活需要和不平衡、不充分发展之间的矛盾”,同时明确:“把人民对美好生活的向往作为奋斗目标”。黑龙江白酒必须进行供给侧改革,调整产品结构,补上高端产品的短板,以满足人们美好生活需求、舌尖上的美好追求及身心上的美好愿望,所以,加快研发适应新时代的新产品,是今后几年龙江白酒人的工作目标。这种新产品定义为“三美”:质量美、包装美、故事美,就是“美好生活用酒”的意思。“三美”酒总结四句话就是:为美好生活加味,为美好生活加福,为美好生活增乐,为美好生活增喜,作为白酒人有责任创造让人有酒的美好生活。栗永清强调,“三美”是产品的整体形象,缺一不可,尤其‘故事美’,没有‘故事美’的产品形象不会高大,消费者接受程度就不会高。

专题报告中,栗永清又和与会的企业家分享了自己多年来“组合白酒”、高端白酒研发、生产、销售的具体思路 and 心得体会。

赵志昌表示,去年是我国国民经济稳步增长、积极向好的一年,也是行业经过五年市场洗礼,摆脱困扰、冲破陈规陋习、恢复白酒在生活中应有价值的一年。

“白酒是中国人情感交流的载体,是中华民族的文化符号,消费白酒是人们的传统风俗、文化习惯,所以,行业会呈现产销稳增、效益提升、结构趋优、活力增强的态势,具体表现为市场容量趋稳,品牌意识增强,行业竞争加剧。去年是白酒调整后的转折年,销售业绩斐然,进入了发展新时代,需求旺盛,价格回升,显示出根植于消费传统的白酒有深厚的消费基础”赵志昌说,目前,高端酒集中化趋势明显,一线名酒表现出不同层次的提升。从一线品牌价格上扬,可以看到区域市场出现较大空档,特别是200元、500元左右的产品,这对区域品牌来讲是个巨大的市场空间。

会员代表大会上,黑龙江省4家地方品牌企业进行了典型性发言,黑龙江省财贸金融轻工纺织工会、酒业协会对黑龙江省“工人先锋号”、黑龙江省资深白酒评委、“富裕老窖桂花杯”黑龙江省首创白酒产品设计大赛的获奖集体及个人进行了认证和颁奖。

独家协办

中国食品工业协会
酒类食品高新技术培训中心

四川省川技王
酒类研究设计院

四川省广元市
酒类技术研究所

电话 (0839)3600888
(0839)3602639