

G·R官荣评分 鉴评53大优质酒

习牌习酒度数:53%vol |



香型:大曲酱香型
生产厂家:贵州省习水酒厂
G·R官荣评分:89

G·R酒评:此款酒茅台方向风格明显,幽雅的酱香与舒适的陈香相结合,为此酒的香气增色了不少,入口酒体醇厚、丰满,酸度适中,饮后回味无穷,颇具名家风范。

安牌安酒度数:55%vol |



香型:大曲浓香型
生产厂家:贵州省安顺市酒厂
G·R官荣评分:86.5

G·R酒评:无色透明,有窖香,入口醇和较甘冽,酒体较饱满,落口较爽口微燥,回味较长,浓香风格欠佳。

黔春牌黔春酒 |



度数:54%vol
香型:麸曲酱香型
生产厂家:贵州省贵阳酒厂
G·R官荣评分:86

G·R酒评:酒色微黄,清亮透明,酱香较浓,较幽雅细腻,入口较醇和,酒体欠醇厚,余味短淡,空杯留香时间较短,酱香风格一般。

湄牌湄窖酒 |



度数:55%vol
香型:大曲酱香型
生产厂家:贵州省湄潭酒厂
G·R官荣评分:88

G·R酒评:酒液清澈透明,窖香较浓郁,入口绵甜,酒体较醇厚,尾较净,回味长,空杯留香时间久,具备酱香风格。

| 原酒之形 |

泸州老窖“5+1”战略体系形成 瞄准“十三五”末发展目标

| 方家喜 |

泸州老窖日前发布2017年业绩报告,实现营收103.95亿,同比增长20.50%;净利润25.58亿,同比增长30.69%;而2018年一季度利润增幅更是超过50%。重回百亿之后,泸州老窖进一步明确,将进行全方位的系统性领先建设,未来致力于三个百亿目标的实现。要在“十三五”末牢牢守住白酒行业第一集团位置,重回行业前三名。

优化结构精准对接消费升级

对于泸州老窖产品结构优化的现实需求,泸州老窖股份有限公司党委书记、董事长刘森一直有一个清晰的判断,他说,“当前,国内消费结构加快升级,消费者更看重产品所蕴含的文化、品牌、历史等因素,对品质的敏感超过了对价格的敏感。年轻一代消费群体消费理念、消费习惯更趋多样。”

业内人士告诉记者,白酒行业迎来了消费升级,进入品质、品牌消费阶段。从产业端来讲,整个行业的市场红利得到充分释放。泸州老窖的百亿风华,受益于优化产品结构提升产品品质的战略性侧重,雄厚的品牌实力和成功的渠道战略。

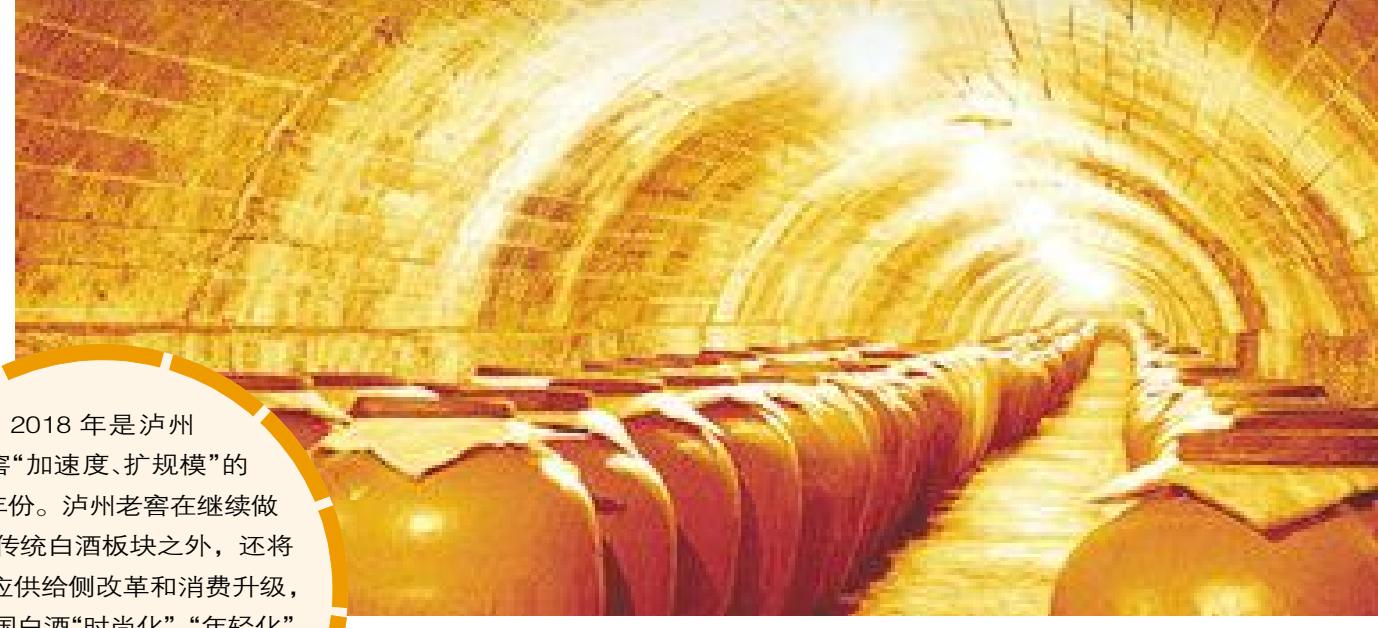
记者从泸州老窖年报中了解到,去年公司聚焦五大单品,实现了量价齐升。高端产品价值回归,国窖1573成功占据“浓香国酒”品牌高度,保持了量价齐升的好势头。公司成为行业内第一家出台年份酒标价的企业,进一步适应了老酒价值回归的消费趋势,极大地提升了国窖1573的品牌影响力。中端产品调整到位,泸州老窖特曲打响“浓香正宗,中国味道”品牌价值回归攻坚战,形成了特曲系列齐头并进的良好势头。百年泸州老窖窖龄酒坚持“精英商务酒”的定位,塑造了品牌形象,扩大了圈层影响。大众产品企稳恢复,头曲、二曲突出“大众消费第一品牌”的形象占比,大胆推进运营模式改革,开展联合会战,成功站稳阵脚。

据公开数据显示,3年来,泸州老窖产品体系不断优化,而3年的坚持也让泸州老窖在产品层面的改革收到奇效,国窖1573量价齐升、特曲品牌价值回归,窖龄酒、头曲、二曲正迅速进入全国市场。

品质与文化强力拉升品牌价值

践行“让中国白酒的质量看得见”,确保泸州老窖的品质,是泸州老窖站立中国白酒之巅的根本。

记者了解到,一直以来,泸州老窖始终坚守质量保障,质量安全监管水平持续提升,持续全面强化“三级质量安全监管机



传统的复兴;而通过深度参与“一带一路”高峰论坛、金砖国家领导人会晤、夏季达沃斯论坛、中欧论坛等影响全球的大事件,更使得品牌传播深入人心。

就在前不久,泸州老窖在中国传统祭典圣地北京太庙举办了泸州老窖·国窖1573封藏大典,以最传统礼仪感恩天地、祭拜先祖,向世界传递中国文化之美。此举也被业内解读为站在文化制高点上推动品牌升空。

据悉,国窖1573“让世界品味中国”全球文化之旅于2017年开启后,文化足迹遍及美国、法国、比利时、俄罗斯、加拿大等国家,而今年还将去更多的国家和地区。

全方位领先 致力实现三个百亿目标

着眼于泸州老窖2018年及以后工作,刘森董事长对市场和行业发展趋势做出前瞻性的判断。他表示,当前国际国内经济形势以及酒类行业发展态势主要呈现出三个方面的显著特征。一是行业集中明显加快。中国酒类行业正出现加快向品牌集中、向品质集中、向文化集中、向产区集中的趋势。二是消费结构加快升级。消费者更看重产品所蕴含的文化、品牌、历史等因素,对品质的敏感超过了对价格的敏感;年轻一代消费群体消费理念、消费习惯更趋多样。三是发展模式加快变革。

根据规划,泸州老窖在“十三五”末,将奋力实现三个“百亿”目标,即:国窖系列要“超百亿”,特曲、窖龄、头曲、二曲等中端和大众产品要“破百亿”,养生酒板块和创新酒类板块要“冲百亿”。为保障“十三五”末发展目标的实现,泸州老窖将加大系统性的创新,力求全方位领先。公司治理领先,建立健全现代企业管理制度,为公司快速扩张提供有力支撑。品牌文化领先,为品牌打造和营销拓展提供坚强保障。质量技术领先,坚持“让中国白酒的质量看得见”,坚持固态纯粮酿造和有机酿造,加快泸州老窖酿酒技改项目等重大工程建设步伐,突出品牌优势、产品优势和竞争优势。人才资源领先,推进人才全国化布局、属地化聘用和专业化培养,壮大人才总量、改善人才结构、发挥人才价值。

2018年是泸州老窖“加速度、扩规模”的关键年份。据了解,2018年泸州老窖将继续引领中国白酒“时尚化”、“年轻化”的潮流。泸州老窖研发已久的果酒将全面入市,大力推动果酒产品的市场布局。同时,加快预调酒、鸡尾酒、橡木桶白酒等市场布局。深化与国内一流电商平台的合作,着力打造泸州老窖独有的网上销售渠道,做强做大互联网销售产业。继续深入研究消费者个性化定制需求,扩大市场规模。

泸州老窖股份有限公司党委副书记、总经理林锋在今年的营销会议期间向全体员工及全国经销商做出了今年营销工作的部署。他说,“泸州老窖”系列产品,是泸州老窖历史、文化、品质的集中体现,将持续开展“国窖1573”和“泸州老窖”双品牌运作。为实现“泸州老窖”系列产品的价值回归,泸州老窖专门成立高规格的泸州老窖品牌复兴领导小组,整合全公司资源与力量,全力支持“泸州老窖”系列产品实现品牌复兴。

据介绍,未来泸州老窖将瞄准商务消费、大众消费,通过培育精英消费带动民间消费;科学布局市场,推动泸州老窖东进南下、走向世界;打造营销团队,与广大合作伙伴一起,加强对传统渠道的掌控力,增强对新兴渠道的适应力;巩固厂商合作共贏模式,让忠诚于泸州老窖企业和品牌的人士与企业共成长。

彩酒 青春小酒市场的又一发声者



着的终究是那个拥有多彩翅膀的果敢青春!彩sir有着独特的魅力:走到哪里,焦点就在哪里;彩sir的目标很简单,就是“走好自己的路,做最好的自己,让生活多姿多彩”;他,就是彩sir,一位有态度,有故事的果敢青春实践者。

5W+2H法则就是彩酒为之发掘的美好(what)彩酒是什么?

(why)为什么喝青春小酒?

(when)什么时间喝青春小酒?

(who)跟谁喝青春小酒?

(where)在哪里喝青春小酒?

(how)怎么喝青春小酒?

(how much)要花多少钱喝青春小酒?

彩酒,一款主打青春的小酒,它没有中规中矩的界限,没有华丽辞藻的外衣,有的是生活、是关于青春、是关于奋斗点点滴滴的真实体验。

无彩酒,不青春。这一款青春彩酒,值得人们发掘它的美好。

因为青春,是每个人都有或是有过的東西,也许是珍惜过的灿烂青春,也许是彷徨过的无措青春,也许是错过的年少青春,但不管是哪种,我们都是珍惜着、怀念着、煎熬着、踌躇着...

每个青春都有着属于自己的故事,而这些故事由彩sir来为你讲出来;每个青春都有属于自己的小情绪,而这些小情绪由彩sir陪你一起梳理走过。

(据佳酿网)

自古好酒必出茅台镇

独特的地理环境与气候特征,滋养了茅台镇悠久的酿酒文化。每每谈及茅台镇,首先想到的就是酿酒。而彩酒就是出自于此。喝彩酒,更是寓意着为青春喝彩、为梦想喝彩。为成功路上每个点滴的回忆喝彩。

1. 地理造就。茅台镇地处赤水河谷地带,地势低凹。赤水河周围的大娄山海拔都在1000米以上,但在茅台河谷一带,却只有

400多米。土壤中砾石和沙质土体含量高,渗水性很好,地下水、地表水通过红壤层时,对人体有益的多种微量元素被溶解,经过层层渗透过滤,形成清冽泉水。

2. 气候加持。冬暖、夏热、少雨,年均17.4℃,夏季最高温度达40℃,炎热季节达半年之久。炎热、少风、高温,使微生物群在此因而易于生长而不易被刮去,大量参与茅台酒

的酿造过程。风速小,冬暖、夏热、少雨、少风的特殊小气候十分有利于酿造茅台酒微生物的栖息和繁殖。

把“果敢青春”喝进酒里

青春、生活、城市,我们是谁,我们究竟在寻找什么?梦想、自由、未来?不,在这条人生修行的道路上,我们看见、听见、遇见、为之执