

发挥酒文化优势端着“金饭碗要饭吃” 河南省酒文化旅游座谈会在郑州召开

■ 岳晓声

日前,河南省酒文化旅游座谈会在郑州永和铂爵酒店举行,河南省酒业协会会长熊玉亮、副会长吴勇与全省十二家骨干白酒企业酒文化品牌负责人针对如何做好河南酒文化旅游进行了深入交流。

宋河、仰韶、杜康、赊店、宝丰、张弓、寿酒、皇沟、林河、贾湖、朗陵罐、豫坡等豫酒企业负责人先后介绍了开展工业旅游的情况和遇到的实际问题,河南煜昕国旅服务有限公司总经理张永凯结合旅游市场实际,对做好豫酒文化旅游工作提出了卓有成效的建议。张永凯认为,酒文化旅游整合了工业旅游、文化传播、消费体验于一体,在注重消费终端把控的当下,酒文化旅游可以起到四两拨千斤的功效,对于许多豫酒企业来说,酒文化旅游不增加旅游费用,不延长旅游周期,只是在解放思想,转变工作思路,拓宽视野方面提高认识,要把酒文化旅游作为企业发展战略来对待,多方位释放酒文化旅游的观赏价值、研学价值、展示功能、休闲、康养、购物等,真正把河南酒文化旅游提高到撬动豫酒发展支点的新高度。

河南省酒业协会会长熊玉亮在发言中表示,对于酒业来说,河南是一强三大,即我国重要的酒类生产大省和酒文化强省、酒类流通强省、消费强省。

熊玉亮说,在酒文化方面,全国任何一个省份都无法与河南相比,两个酒祖杜康、仪狄都是在河南,许多历史典故、酒文化故事都是发生在河南,如三国煮酒论英雄,刘秀赐酒旗建立东汉王朝,赵匡胤陈桥兵变等,如今许多



豫酒企业都紧临著名的风景名胜景区,没有很好地发挥区位和酒文化优势,端着“金饭碗要饭吃”。

熊玉亮会长建议,一要提高认识,转变观念。熊玉亮会长说,做好河南酒文化旅游体现了国家倡导“全域旅游”理念,也为转型中

的豫酒带来新的希望和动能;二要在酒文化旅游方面加大投入,尤其是企业基础设施建设方面,确实让消费者来到企业,有看头,有啥看,还想看,使每个来到豫酒企业的消费者成为未来豫酒消费的主力;三是抓好亮点。熊玉亮认为,每个企业有每个企业的特点,要注



重差异化、互动性和参与感,从各方面讲好像酒故事,找准制约河南酒文化旅游的重点、卖点和亮点;四是加强组织领导,当好小学生。在酒文化旅游方面,河南酒企要当好小学生,不急躁、不冒进,一步一个脚印,积极听取旅游专家们的意见和建议,请他们对豫酒文化旅游出主意、想思路,制定好河南酒文化旅游的发展战略和规划布局。

酒文化旅游看河南,自然风光看海南,民族文化看云南。熊玉亮强调,做好酒文化旅游是开启豫酒企业未来发展的新引擎,豫酒企业要利用好河南悠久的历史文化遗产,整合更多的酿酒文化资源,以酿酒文化为基础,以酒文化风情为支点,讲好豫酒文化故事,开启豫酒转型发展的崭新篇章。



酒业周报 |

水井坊 25 亿投资邛崃基地项目

日前水井坊发布公告称,公司拟实施邛崃全产业链基地项目(第一期)。资料显示,该项目占地预计 350 亩,主要建设粮食筒仓区、糠壳库及蒸粮车间、曲库及粉碎车间、酿酒车间、室内罐区、综合办公楼(含食堂)、污水处理及配套设施。项目预计总投资约 25 亿元,所需资金以公司自有资金及自筹资金解决。项目完成后,预计将形成 20000kL/a 原酒生产能力,并在现有邛崃基地的基础上,预计增加 40000kL 储存能力。

国台酒业半年业绩翻番 净利过亿

国台酒业取得了“时间过半,业绩翻番,净利过亿”的优异成绩。国台重点布局十大重点市场,重点市场的深耕打造卓有成效,经过半年时间,广东市场过亿,年底有望突破 3 亿,江苏、河南等多个重点市场超过 8000 万元!据悉,力争成为中国资本市场第二支酱香型白酒股票是国台的目标。

上千万瓶冒牌粉红酒流入法国市场

法国政府部门日前破获大型葡萄酒销售欺诈案件,调查显示,数百万瓶由西班牙批量进口的桃红酒(rosé)假充法国国产葡萄酒售出,至少有一名制造商将面临牢狱之灾与最高可达 30 万欧元(约合 233.35 万元人民币)的罚款。

成都支持川酒“五朵金花”在蓉设立品牌、营销总部

日前,成都市围绕率先实现经济高质量发展总目标,高质量现代化产业体系建设改革攻坚计划提出,到 2020 年,成都“中国制造 2025”示范区建设取得重大进展,基本建成全国服务业核心城市、国际消费城市和最适宜新经济发育成长的新型城市。在绿色食品产业方面,计划提出,将全力打造国内一流、国际知名的绿色食品产业基地,并支持川酒“五朵金花”在蓉设立品牌、营销等功能性总部。

酒鬼酒 2018 年半年度营收 5.24 亿

7 月 9 日,酒鬼酒股份有限公司发布 2018 年半年度业绩快报:营收 5.24 亿,同比增长 41.26%,净利润 1.14 亿,同比增长 38.30%,主要因内参酒及酒鬼酒系列产品销售增长所致。

红西凤完成半年任务 130%

红西凤半年度业绩出炉,截止 6 月底,红西凤酒已完成半年目标任务的 130%,达到 2017 年同期业绩的 201%,与去年同期相比增长 101%。

6 月阿里线上销售额 同比高增 52% 高端化成为线上核心趋势

6 月白酒阿里平台线上同增 12%,五粮液、老窖与牛栏山表现亮眼,分别高增 40%/131%/76%,啤酒行业受益于世界杯营销与 618 促销阿里线上销售额同比高增 52%。6 月阿里系线上白酒总销售额为 2.66 亿元,同比增长 12%,主要原因为 618 促销各大平台拉长战线,推动白酒销售增长。6 月阿里线上销售额同比高增 52%,高端化成为线上核心趋势。(综合)

“筑梦”爱心球场,崂山啤酒播种正能量

■ 卞川泽

就读于吉林省白山市靖宇龙泉学校的赵展辉,是一个热爱运动的男孩,课余时间他喜欢和的小伙伴们一起踢足球,“足球梦”早已在这个少年的心中萌芽。由于教学条件有限,赵展辉平时只能在凹凸不平的水泥场上踢球。很长时间以来,龙泉学校的老师和学生们都有一个共同的心愿:拥有一座自己的足球运动场。

而现在,龙泉学校的师生们不仅马上就要实现自己的“足球梦”,还有了眼中超球员近距离接触的机会。前日,由崂山啤酒发起的“筑梦运动场”公益活动正式启动,并在吉林省白山市靖宇龙泉学校举行捐赠奠基仪式。中国青少年发展基金会希望工程事业部部长冯敏慧、靖宇县县委副书记齐杨静、靖宇县教育局纪检书记赵家义、靖宇县团县委副书记李翔、中超联赛责任有限公司市场部经理戴秋平、长春亚泰足球俱乐部副总经理李刚、青岛啤酒品牌推广总监杨仍魁、龙泉学校校长于慈忠出席活动。

筑梦行动让梦想飞

此次,崂山啤酒联合长春亚泰足球俱乐部援建的爱心球场,将在学校水泥操场的基



础上,改建为足球和篮球兼用的塑胶运动场。据了解,爱心球场将于 9 月份完工,靖宇县龙泉学校的孩子们能在新开学季里使用上塑胶运动场。“崂山啤酒体育公益活动吸引了社会各界人士和众多合作伙伴的参与和支持,崂山啤酒愿与社会各界一起将爱的正能量传递给更多的人,一同奋斗新征程,开创新未来。“青岛啤酒品牌推广总监杨仍魁说。

来自长春亚泰足球俱乐部的球员关昊,现场和学生们进行了一场 5V5 的足球比赛并捐赠了签名足球。长春亚泰足球俱乐部副总经理李刚在活动现场表示:“我们捐献的不是简单的一个运动场,捐献的是希望,是体育

的种子。让孩子们接触、认识到足球,就会在孩子心中播种下兴趣的种子。”

“筑梦运动场”播种未来

“筑梦运动场”,是崂山啤酒发起的“筑梦梦想 益起来”系列体育公益活动之一。龙泉学校的爱心球场是 2018 年“筑梦运动场”的第一站,2018 年崂山啤酒计划在全国范围内捐建更多的爱心球场。

未来,崂山啤酒“喝伙人联盟”会继续联合中超联赛、CBA 联赛、俱乐部等合作伙伴,与中国青少年发展基金会在全国范围内推广体育公益活动。通过支教活动帮助贫困小学



完善体育教学内容、为体育基础设施薄弱的小学援建爱心球场,旨在帮助孩子们增长体育知识、提高体育技能、提升青少年的身心健康。

近年来,崂山啤酒异军突起,实现了连续六年高速增长。目前崂山啤酒同时赞助中超联赛和 CBA 联赛,享有国内两大顶级体育 IP 资源,畅销全国 30 多个省市及港澳地区,并出口至新加坡、马来西亚、俄罗斯等世界多个国家。最新数据显示,崂山啤酒以 272.58 亿元品牌价值再登《中国 500 最具价值品牌》榜,位列中国啤酒品牌价值榜第四位。

全球苹果酒市场异军突起

■ 徐菲远

根据国际葡萄酒与烈酒数据分析公司 IWSR(International Wine & Spirit Research)的数据,受苹果酒(Cider)的增长推动,2017 年,全球酒精饮料消费量出现上升。

2017 年,全球苹果酒销量增长了 2.5%,相当于 630 万箱(9 升/箱)。此外,只有葡萄酒表现更佳,受普罗塞克(Prosecco)和其他起泡酒的推动,销量增加了 1200 万箱。

2017 年全球酒精饮料消费量较上年增长了 350 万箱,尽管升幅仅有 0.1%,但 2016 年全球酒类消费量下降了 1.25%,开始从多年的持续下跌中回升。

意大利、俄罗斯和美国是静止葡萄酒增长最大的市场,而英国和法国则是跌幅最大的市场。

从英国市场来看,苹果酒和起泡酒增长显著,但静止葡萄酒销量仍然保持着稳步下跌。英国是全球最大的苹果酒消费国。“虽然苹果酒在欧洲市场的增长已经放缓,但中东和非洲市场助推其在全球销量增长了 2.5%。”报告称。

为了满足全球消费者不断增长的需求,许多苹果酒生产商增加了苹果酒的种类,不

断推出精酿苹果酒及不同风味的新品。

根据领先苹果酒生产商 Westons Cider 的调查,英国市场销售的苹果酒约 90%添加了浆果和深色水果。2017 年,英国最畅销的鲜苹果酒(draught cider)是 Strongbow Dark Fruit,而 Kopparberg 的草莓+青柠口味以及混合口味则是即饮渠道最畅销的酒款。

虽然苹果酒往往被指责为“在风味和目标消费群体方面与即饮饮料、罐装饮料有太多的相似点”,但 Westons 说,加味苹果酒在吸

引新消费群体、提振整个苹果酒市场方面功不可没。如果没有这类新品,许多消费者可能永远不会接触苹果酒。

由于酿造过程类似,一些啤酒生产商纷纷涉足苹果酒领域。为了开发以澳大利亚、中国和美国为首的全球精酿啤酒市场,英国著名啤酒生产商 BrewDog 于 2017 年 4 月份在其位于伦敦的 Hawkes 苹果酒厂投入大笔资金,以助推其在国内及国际市场的迅速增长。

实现线上线下融合

找链酒科技

链酒
股票代码:83713.00

区域代理商招募中

联系人:邢先生
联系电话:13241123699
企业电话:400-6368-919
邮箱:nayaleng@lianjiutech.com
北京市中关村科技园区创大街 1 号

佳池股份
GARTCHEE
中国白兰地文化推动者

股份代码:880051
www.gartchee.com

免费 400 服务热线
400-090-8939

中国酒周刊
设立信息采集中心
邀请书

为了进一步拓展信息采集渠道,聚集、整合有效资源,形成报企联动的快速机制,本刊决定:在全国各地设立信息采集中心(站),业务范围包括信息采集、运营代理、征订发行等。

凡有意承担设立“中国酒周刊信息采集中心”重任的有志之士,请将个人简历和联系电话等信息,发至邮箱 3086645109@qq.com,具体商谈工作流程和相关待遇。

邀请热线:13980606808