

G·R 官荣总评榜 | 具有收藏价值产品品鉴

## 無一物 2011 概念红花版



酒度:60%vol  
香型:浓香型  
G·R 官荣评分:84  
年份指数:4  
原浆指数:5  
甜爽度:3  
原料:水、高粱、小麦、大米、糯米、玉米  
生产厂家:四川凸酒业有限公司

**G·R 酒评:**此款酒酒体透明清澈,闻香有较舒适的陈香,由于酒质较高,酒体稍显燥辣,酒体爽口度有待加强。

## 宋河粮液 国字九号



酒度:50%vol  
香型:浓香型  
G·R 官荣评分:84.5  
年份指数:3  
原浆指数:4  
甜爽度:3.5  
原料:水、高粱、小麦  
生产厂家:河南省宋河酒业股份有限公司

**G·R 酒评:**此款酒酒体稍欠高档酒风范。糟香明显,带窖香,酒体成熟度不够,有一种油脂的味道。味道上酒体结构较好,酒体中偏高度,醇和甘甜,回味干净。如果能稍微提高点酒体复杂感和层次感加之贮存年龄到位,应该是非常优秀的白酒。

## 杏井国瓷三十年



酒度:53%vol  
香型:清香型  
G·R 官荣评分:83.5  
原料:纯净水、高粱、大麦、豌豆  
年份指数:5  
原浆指数:4  
甜爽度:3  
生产厂家:山西杏花古井酒业股份有限公司

**G·R 酒评:**此款酒幽雅舒适的香气引人入胜,清香雅雅,且经一定时间贮存,入口甘冽,回味悠长,层次丰富,是一款风格典型的清香型白酒。

# 保健酒联盟走进大西北 ——探秘宁夏红为什么这样红?

■ 邱云

亲手采摘新鲜枸杞,现场品尝鲜果滋味,参观地下贮藏酒窖……采风团在参观过程中,对宁夏枸杞的标准化种植、枸杞加工入酒的酿造过程等有了更多认知,还同步品尝了枸杞鲜果、干果以及宁夏红枸杞酒等富有中宁特色的产品。

过程中,大家对宁夏红的道地药材及企业发展等有了更深刻的了解,更充分理解道地药材的卓越品质,对于造健康好酒的深刻意义。

### 药食同源

#### 中宁枸杞享得天独厚优势

据悉,枸杞已有4000多年的生长历史,经历600多年的人工驯化种植,可以说国人种植、运用、食用枸杞的方式已经非常成熟。

根据多个药典记载,枸杞有养肝明目,调节免疫力等功效。尤其在养生观念深入人心的这些年里,枸杞也十分受年轻人的欢迎,枸杞被外国人称为“喜马拉雅神果”,这从侧面揭示出枸杞的功效和优良品质在国际上能得到认可。但事实证明,外界对枸杞的产地、品类缺乏进一步的了解与认识。

经过宁夏红走访,采风团才了解到,市面上的枸杞种植条件各异,质量参差不齐。枸杞营养价值与产地土壤气候等有着密切关系。只有宁夏中宁产的枸杞,才是《本草纲目》记载的唯一药食同源的枸杞产品。

据工作人员介绍,枸杞在中宁得天独厚的资源优势在于:在北纬37.5度的黄河之滨,日照时间长,昼夜温差大,拥有最适宜枸杞生长的自然条件。中宁恰好位于黄河、清水河两河流域,河水的灌溉使枸杞尽可能吸收水中的微量元素。天时地利的条件下,中宁枸



枸杞一直是中国老百姓生活中必备的养生佳品,其卓越功效在多个中医药典中均有记载。11月16日,以“道地药材造健康好酒”为主题的中国保健酒联盟药材基地采风活动,来到了有着“塞上江南”之美誉的宁夏,走进中国枸杞系列果酒企业——宁夏红。

杞这种具有地域特色的产品由此诞生。

那么,究竟如何辨别正宗的中宁枸杞?工作人员表示,中宁枸杞富含多糖,与市面上一些单糖高的甜枸杞有着诸多区别,比如:中宁枸杞开始品尝时微苦,不易结块,白点率较多,放置水中上浮比例高等。

#### 中宁枸杞酝酿宁夏红 欲打造全产业链

作为中国老牌的枸杞果酒品牌,宁夏红一直是采用当地的中宁枸杞作为道地药材,这种深加工的形式,对枸杞营养价值做到了最大化的保存。

据宁夏红工作人员介绍,枸杞表面有一层蜡质层,我们平时食用枸杞的方式,如泡茶、煲汤或直接咀嚼食用,只能吸收枸杞

10%~20%的营养成分。但通过国内首创的低温发酵技术进行破壁处理,经过浸洗、冲洗、压榨成浆汁,再把营养成分缓慢释放,充分溶解到酒中,使人体能吸收枸杞80%~90%的营养成分。

在宁夏红地下酒窖中,阵阵飘香袭来,这是法国进口橡木桶的橡木香以及枸杞酒精挥发相辅相成,成熟的贮藏条件和环境令枸杞酒的品质再上一个台阶。

值得一提的是,随着宁夏红的发展壮大,对中宁枸杞的需求不断增强。早期宁夏红主要通过到农户家收购中宁枸杞,后来为了进一步规范提升原料品质,开始进行企业自我种植。目前,宁夏红在中宁已经有万亩的种植规模。

宁夏红常务副总经理赵旭表示,目前中宁枸杞上游的种植业,自动化程度不高,对人力依赖度高,经营挑战大,势必对产业链的未来更好发展产生影响。作为宁夏红,未来将逐渐开展全产业链的经营方式,对上游种植业与下游加工业进行更多探索,让世界各地的人都能够体验到中宁枸杞的价值与魅力。

#### “传杞”的未来宁夏红 直指中国红与世界红

关于宁夏红,还有一段美谈:1999年10月28日,朱镕基总理视察宁夏中宁县,品尝了枸杞酒并对宁夏枸杞产业发展作出重要指示。次年,宁夏香山酒业(集团)收购中宁枸杞制品厂,随后首创枸杞低温发酵技术,研发出宁夏红枸杞果酒,多年来获得了诸多荣誉以及市场的认可。

目前,宁夏红主要产品形成了三类:大众类的大红瓶配酒、注重年轻市场的低糖低度的发酵健康果酒“传杞”系列,针对健康白酒市场的蒸馏酒“红枸杞白兰地”。

随着新的股东加入,宁夏红将有望迎来新发展。赵旭表示,之前宁夏红也做过一些跨界尝试,进入房地产等市场。“未来,将会重回初心,更加关注枸杞全产业链发展,回归专注于酒类发展。市场上会采取区域重点市场的策略,做健康市场,不追求摊大饼式的发展。”

对于宁夏红的长远发展思路,将遵循“宁夏红、中国红、世界红”的三级发展思路,将逐步宁夏红推向中国乃至国际市场。“在我们看来,一味追求规模并非良策,做好又专又精的产品,活下去、活好了、活久了才是关键。”

对此,联盟秘书长吴刚也表示,对于保健酒行业来说,品质永远是第一关。“好的保健酒要注重‘水、材、技、艺’,此次联盟组织道地药材走访活动,就是呼吁企业与大众注重道地药材与酒类品质的重要性。

吴刚认为,宁夏红采用高品质的中宁枸杞酿酒,符合人们对健康的需求,对于宁夏红全产业链未来的发展,他充满了信心和期待。通过这次采风活动,联盟兄弟企业能深入交流,达成共识,共同加快保健酒联盟的发展进度,做大行业蛋糕。

据悉,今年联盟组织的走访活动,与往年相比,最大的不同,就是加入了会员企业的参与,推进企业之间的交流和共同进步。同时,也通过媒体推广了解保健酒联盟企业的道地药材与品质高要求,在相互的交流学习中得到启示,共同推进保健酒行业的健康发展。

# 汾酒杨波:酒企如何在供应链竞争中做到升级发展?

10月25日,中国酒类食品供应链大会暨酒商经营发展高峰论坛在长沙国际会展中心召开。中国轻工企业投资发展协会理事长李国都,汾酒集团董事长、副总经理杨波,1919董事长杨凌江,易久批COO陈晟强,京东新通路酒水采购负责人徐超,微酒总经理黄磊等300余人参加了本次论坛会议。

晚间,汾酒集团发布第三季度业绩公告。公告显示,前三个季度汾酒实现营收69.15亿元同比增长42.41%,归属上市公司股东净利润12.64亿元,同比增长56.89%。汾酒继续保持“汾酒速度”领跑行业。

这样的优异成绩与汾酒突出的供应链管理有着极大的关系,正是供应链这根链条带动了如此巨大的汾酒航母飞速前进。会议现场,汾酒集团董事长、副总经理杨波在主题演讲中就“供应链管理”意味着什么?“供应链竞争”对于白酒意味着什么?“白酒供应链”如何转型升级?这三个问题展开了深刻剖析。

#### “供应链管理”意味着什么?

供应链管理的经营理念是从消费者的角度出发,通过企业内部及企业间的相互协作,谋求供应链整体效率最佳化。供应链管理不仅仅是企业管理意义上的升级,更代表了一种新的思维方式、一种新的品牌认知,以及立体化的竞争模式。

一是“供应链思维”成为应对消费升级的法宝。二是“供应链体验”成为产品和品牌的组成部分。现在的品牌不再仅仅是知名度、曝光度,而更重要的是“用户体验”;另一方面,消费者越是了解企业供应链的细节,就越要求企业将每个环节都以“打造品牌”的高标准来严格要求。三是“供应链竞争”包含三种层次的竞争模式。第一层次是企业之间的供应链竞争;从这个角度来看,我们的酒业同行们是我们的竞争对手。第二层次是供应链上的企业竞争;把视角放到全行业的角度来看,供应链的竞争就转化为对消费终端话语权的争夺,生产企业与流通企业谁能满足消费者真正的需求谁就能掌握终端话语权。第三层次是“生活方式”供应链的竞争;互联网巨头们不仅是消费数据的掌控者,也逐渐成为数据的引导者,京东、阿里巴巴以及腾讯等互联网



巨头逐渐影响消费者的生活方式。白酒在消费者生活中的形象地位与作用未来将不会掌握在酒企当中。

#### “供应链竞争”对于白酒意味着什么?

供应链管理系统化、立体化竞争的态势,对于白酒企业究竟意味着什么呢?白酒企业又应该抱着什么样的态度去看待这些问题呢?

在大数据、物联网、人工智能等新技术、新模式、新业态迅猛发展的趋势之下,不论是企业与企业之间,还是供应链上下游之间,亦或是不同行业供应链之间,都不可避免地导向彼此的广泛关联,甚至是深度连接,单纯的一个产品、一个品牌越来越难以对消费者产生决定性的影响,而包含了物流、信息流、资金流等的集约化平台,却在不知不觉间引导了你的选择。在这种环境之下,“信息孤岛”式的传统企业将面临被系统孤立、被时代抛弃的危险!

因此,白酒企业应该打破长期依赖于“以生产为重心”、“以品牌为靠山”的固有观念,要以更加开放的态度,去研究和探索如何在“供应链竞争”中为消费者创造更大的价值。

白酒企业需要更多地从“高效便捷”、“以人为本”、“文化引领”、“开放连接”的角度去思考。

#### “白酒供应链”如何转型升级?

综合以上的分析不难看出,白酒企业的供应链发展,应该着眼于更高效满足物质需求,更高价值创造文化需求,以及更深层次提升生活品质三个层级上进行努力。

第一层级,“数据化”发展,满足美好需求。白酒企业的供应链升级首先应当是企业全产业链的数据化,特别是在线上线下的消费渠道和传播渠道上。对消费数据的精准收集和智能化的快速分析,不仅使得产品销售、传播及服务更加高效,而且还可以对消费需求做出预判,在逐渐掌握消费偏好的大数据后,可以用终端的数据分析来指挥前段产业链上的任何一个环节,根据消费需求的变化进行改造,从而更好地满足消费者对产品的物质需求。同时,这样的白酒企业也真正掌握了“供应链竞争”时代的话语权。

目前,汾酒集团正在推进数据化的“全渠道营销系统”项目,计划通过数字化的营销变革,创新性的管理渠道、门店和消费者,积累

企业的数字资产和挖掘大数据价值,通过全渠道营销,建立直达消费者的渠道模式,并创新性地开展品牌营销,改善客户体验和渠道效率。数字化、全渠道的营销创新应用将成为汾酒抓住未来机会的重要保障。

第二层级,“价值链”升级,创造美好生活。白酒供应链的升级,基础在于数据化的改造,但关键还在于对“价值链”的升级。“供应链”与“价值链”的不同就在于,“供应链”的每个环节都只为了最终产品的价值。但是“价值链”则要把供应链过程中的价值充分发挥出来,要以“供应链体验”作为驱动,把原料选择、制作工艺、包装工艺等每一个环节的匠心体验价值挖掘出来。同时,更要依靠技术驱动,通过大数据、新零售等新技术、新业态,强化对消费者的连接与定制化的关怀。

汾酒作为清香型白酒的典型代表,以“固态地缸发酵”的非物质文化遗产传统工艺优势,通过“汾酒古法工艺中华行”,把汾酒“纯粮、纯净、纯手工”的古法工艺带到了全国各地,真正把生产环节变为了消费者“可观、可品、可参与”的体验环节。这是白酒行业的首创,汾酒也成为了唯一一家做到工艺“全透明”展示的白酒企业。未来,汾酒也将致力于将全产业链企业打造成为“全价值链”企业。

第三层级,“平台化”拓展,构建美好生活。中国白酒是传承先辈智慧的直接载体,不论是制造工艺还是消费场景,都是对过去人与现代人、制造者与体验者以及消费者相互之间的链接纽带。白酒要充分发挥文化优势,讲好属于中国人自己的“中国故事”。尤其是在当下快节奏、压力大的社会环境下,中国白酒要充分挖掘传统文化对于现代人精神上的感染力和支撑力,充分发扬中华文化当中的报国精神和民族自信,让中国白酒成为现代人的情感寄托和精神家园。

因此,白酒产业应该从传统制造业向着倡导生态健康的文化产业大平台转型,而白酒对社会大众的影响,也将从白酒产品制造逐渐扩大到休闲旅游、文化创意、文学艺术等更具精神影响力的领域当中。未来,白酒文化必须跨出白酒行业的范畴,才能为消费者物质生活和精神文化生活创造更大的价值。

(据微酒)