

# 2018 中国贵州 “世界台酒”国家级白酒专家品鉴会举行



刘保健

日前,2018 中国贵州“世界台酒”国家级白酒专家品鉴会在贵州饭店隆重召开。此次世界台酒战略性的推出了酱香年份酒系列,分别为:世界台酒 5 年、世界台酒 10 年、世界台酒 15 年,其瓶身设计分别对应采用青花蓝、帝王黄和中国红为主色调。这一场世界台酒高端白酒品鉴之旅,因为对产品质量有底气!世界台酒请来多位国家级白酒专家前来品鉴。

在现场,由中国七名国家级白酒专家高景炎、赖登燁、李大和、黄平、方长仲、吴天祥、蔡天虹经过品鉴、比对、反复斟酌与讨论后,在现场一致形成如下意见:微黄透亮、酱香突出、陈香怡人、醇厚饱满、回味悠长、空杯留香舒适、风格典型。该产品是一款优质大曲酱香型白酒。

## 让世界台酒飘香世界

在 2018 中国贵州“世界台酒”国家级白酒专家品鉴会上,世界台酒总经理杨书云直抒胸臆,他说,2018 年是世界台酒任重道远的舒适,也是世界台酒宏图大展的一年。这是世界台酒品牌发展的大事,我们以传统酿造工艺、品质坚守和时间打造出了一支浓郁的贵州风味好酒。“世界台酒”的产地是茅台镇,作为中国酱香型白酒的发祥地,这片沃土山清水

秀,人杰地灵,酿酒历史悠久,酒文化源远流长,为中国酱香白酒贡献了大量精品,美誉传扬海内外。

生于斯长于斯的“世界台酒”将不忘初心,坚持“诚信为本、求实图强”的核心理念,坚守“一生做好一瓶酒”的经营理念,把“弘扬白酒文化,营造精品目标”作为发展使命,按照“营销带动、管理推动、创新驱动”的经营方略,努力打造世界台酒,秉承酿造“中国高端酱香白酒,让世界了解中国”的宗旨,生产出了香飘世界的“世界台酒”。

贵州省政协副主席王录生在会上也发言,说道:“茅台酒是世界上最好的酒。茅台酒是在所处特定的地理环境条件下,用特殊的工艺生产的酒,是受国家地理标志保护的产品。所谓国家地理标志保护的意思是,在特定的在特定的地理范围之内用特定的工艺生产的产品。只是因为茅台酒厂在改革开放初期申请了“茅台”商标,其它酒厂不能使用茅台酒这个称谓了。但因为茅台酒生产酱香酒,有地理环境的产区优势,所以只要在茅台镇按照茅台酒工艺生产的符合质量标准的酱香酒,酒质都是比较上层的,产品质量也比较有保障。说实话,今天我听到世界台酒这个名字我就很开心了,我希望茅台镇的酱香酒企业都应该有雄心壮志,敢到世界各地去闯一闯,让酱香酒飘香世界。”



## 世界台酒有三好 “好闻、好喝、好受”

世界台酒有三好,就是“好闻、好喝、好受”,这是中国著名资深白酒专家高景炎在会对世界台酒年份酒的评价。即闻起来酱香突出、陈香宜人、空杯留香舒适、风格典型;好喝就是酒体协调柔和,饱满平衡;好受就是喝完身体反应小,不上头,不口干。

为了能进一步了解到世界台酒年份酒的特点,我们还采访到了国家白酒评委蔡天虹,对于世界台酒年份酒,她这样评价到:“我是第一次接触到世界台酒,但不管什么酒,第一考虑的要素便是质量,‘世界台’这三个字对消费者可能有夺目的效果,但‘世界台’真正的核心竞争力却是在于质量,特别是品鉴中的 1 号杯(世界台酒 15 年),从我的专业角度来看,这款酒非常好。”

“酱香型白酒在白酒市场上占有率是比较低一些,虽然酱香型的酒市场目前是处于一个上升阶段,但是要让喝惯其它香型的消费者接受酱香酒,还是需要有一个接受的过程,一般他们会觉得酱香酒有酸苦涩的口感,但世界台酒这一点就做得很好,充分将酱香酒的酸涩苦处理得协调柔和,饱满平衡,这也意味着新的酱香型消费者尝试这款酒,会更容易接受。希望世界台酒在当下酱香大热的背景下,迎来更多的发展机遇!”

## 什么让世界台酒质量如此过硬?

据了解,杨书云从事酒业多年,对酱香酒有着执着的热情和热爱,对质量更是看如生命般厚重。在他的叮嘱与身体力行下,世界台每一批次的酒都会根据轮次生产工作需要随时对糟醅的酸度、水分、糖分、淀粉、糊精等进行实时监控,对进厂的原料进行检测,对基酒成分进行检测,确保每一批次酒体的质量稳定。

杨书云说,酱香酒生产工艺复杂,一些员工“知其然不知其所以然”,虽然能在生产实践中规范机械地执行,但对如何更好地提高各轮次酒的产质量茫然无措。我对质量的要求严苛,一方面是对消费者负责,另一方面是对自己的“热爱”负责。

值得一提的是,2017 年,世界台酒荣获“第七届中国(贵州)国际酒类博览会”唯一指定纪念用酒,贵州世界台酒业有限公司亦获得贵阳市工商行政管理局 2017 年度市级守合同重信用企业荣誉称号。

贵州省酿酒工业协会副秘书长黄平表示:“任何一个品牌的打造都是没有捷径的长跑,世界台酒有着天然的质量优势,对消费者而言性价比颇高,同时口味、口感都比较符合现代的消费习惯,潜力巨大!当前虽然酱香大热,但只有当消费者认可你的产品,认可你的价格,产品价值与价格匹配,才能有着发展前景!”

## 戴松成被聘为河南酒协文化旅游总顾问



岳晓声

近日,河南省酒业协会在郑州举办仪式,聘任河南省文化产业发展研究院院长戴松成为该协会文化旅游总顾问,河南省酒业协会会长熊玉亮在河南商报社社长关国锋、河南省酒业协会副会长兼秘书长蒋辉等见证下,为戴松成总顾问颁发了聘任证书。

戴松成总顾问在接受聘书后表示,虽然有十多个社会兼职,但他最看重河南省酒业协会文化旅游总顾问这个职务,这不仅是义务,更是一个使命,在协会的领导下,他将进一步整合河南省文化旅游资源,加强与酒文化的融合,为豫酒转型升级和乡村振兴做出自己的贡献。

熊玉亮会长感谢戴总顾问长期以来对河南酒协工作的关心和支持,希望戴总能够充分发挥余热,为豫酒文化旅游产业发展出谋划策,也希望各豫酒企业借力豫酒转型发展的机遇,用酒文化旅游满足人们不断追求的美好生活需要,用文化旅游推动豫酒转型工作跨上一个新的台阶,助力中原更加出彩。

资料显示,戴松成,河南伊川县人,1967 年毕业于河南大学外语系,后考入中国社会科学院研究生院新闻系,1981 年分配到人民日报社总编室;1985 年调入中国交通报社任副总编辑;1993 年创办《中国国际招商》杂志和北京国色一族文化艺术公司,任董事长,曾任中国产业报协会第一届、第二届会长,中国报业协会副会长、中国新闻文化促进会常务理事、《中国新闻年鉴》编委等。1998 年,戴松成从北京回到河南,创办中昂广告公司,开始重点研究黄河旅游文化和中原旅游文化,创办河南旅游文化产业发展研究会,任会长。2003 年,戴松成投资兴建了黄河小浪底书画院和小浪底黄河文化艺术研究院。现任河南省文化产业发展研究院院长、河南省文化产业发展基金会理事长。

## 五粮液首批救灾物资 抵达兴文地震灾区



日前,四川省宜宾市兴文县发生 5.7 级地震。五粮液公司得知灾情后,第一时间与灾区联系了解情况,紧急筹措灾区急需物资。首批救灾物资已运抵兴文县周家镇灾后临时安置点,以解灾区燃眉之急。

受五粮液集团公司党委书记、董事长李曙光委派,五粮液股份公司工会主席杨韵霞带领救灾小组赶赴兴文县救援。

在五粮液公司与兴文县委沟通座谈会上,杨韵霞表示,五粮液对口帮扶兴文县,在助力贫困户致富奔小康的同时,也深深关心牵挂着每一个兴文人。地震发生后,李曙光董事长立即安排部署驰援兴文地震灾区事宜。兴文县和五粮液公司早就从对口帮扶以来,就建立了深厚的发展友谊,双方亲如一家。五粮液公司还将持续关注灾区救援及重建等情况,尽最大努力帮助灾区人民走出困境。

兴文县委副书记朱远鹏代表兴文县委、县政府及全县人民对五粮液的爱心捐赠表示感谢。他表示,五粮液多年来不计回报的帮扶兴文县,体现了五粮液大企业的时代责任担当,此次地震受灾又及时伸出援助之手,解决了灾区物质短缺的燃眉之急,下一步,兴文县将及时将物资发放给灾区群众,帮助他们渡过难关。(企宣)

## 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

## 西凤 375 逐鹿中原 全新升级呈现四大亮点



近日, 墙里开花墙外香的大众名酒西凤 375 酒,随同旗帜西凤酒、酒海陈藏等西凤酒核心产品一同亮相河南郑州华糖万商领袖大会。

西凤 375 酒凭借在河南市场长期积累的人气,加上全新升级产品亮相,使得展位客流激增,开展当日接待访客逾 300 人次。全新升级的品牌形象以复古红色调为主,在展馆内非常醒目,不出半日便送出近 100 瓶西凤 125 小酒。

据了解,河南市场人口稠密,市场潜力巨大,自古便是逐鹿中原的必争之地,3 天的会期,吸引了近千名展商布展,同时辐射华北、西北等周边省份,会期有来自河北、山东、山西、江苏、陕西等多省份的 4 万余家经销商参展。

西凤 375 酒是作为正宗的风香型西凤酒“塔基”产品,是陕西人最常喝的大众名酒,常年市场占有率第一。在全国光瓶酒市场品牌化竞争中,甘作西凤酒全国化战略的排头兵,奋力抢占中原市场。河南以巨大的人口基数著称是光瓶酒的重点市场,目前面临着区域地产酒、东北酒、名酒光瓶酒以及新兴品牌酒等多阵营割据竞争的局面,且正在经历新一轮的产品升级。

西凤酒股份公司副总经理、西凤酒营销中心董事长周艳花一行莅临展位视察指导布展情况,并对西凤 375 全面开拓全国市场的努力做出肯定与支持。

在此背景下,西凤 375 酒能在河南市场迅速占领一席之地,多个县级市场占有率几款销量可媲美陕西省内,此次,又携全新升级产品用兼具融合、创新、差异化的方式全面布局,引起了行业与媒体极大的关注,本文将以此四大点进行解读:

## 奠定长线基础 品质化差异化名酒定位

个人消费的崛起,对品质化、品牌化消费的需求越来越明显,名酒光瓶酒更加具备价值感与竞争力,西凤 375 直接切入河南市场的品牌化竞争,得益于四大名酒的优秀品质,其三千年传承的纯粮酿艺和独特的大酒海储酒,决定了西凤 375 酒在名酒竞争中可立于不败之地的酒体优势。经受了现场各路业内访客品鉴、插花、闻香等多角度品评对比。

同时,又是名酒中的差异化产品,是全国唯一的凤香型白酒,而且是唯一一款以酒名来命名的香型,拥有着“不口干,不上头,回味愉快”的良好口感,耐得住品味的群众口碑,可谓自带流量。西凤 375 的全称为西凤酒 375ml 装,七两半的差异化规格,源于曾作为出口型产品而采用的国际通用标准,出口转内销后,吻合了当下消费者“少喝酒,喝好酒”的理念,而迅速翻红。

西凤 375 未来品牌化布局的另一大支撑,来源于产品品质的全面升级,通过延长基酒的贮存时间再度提升酒体口感,入口更加醇香,包装更小规格,但包装材料更加精致,低调考究。在全国市场的零售价直接突破 40 元价格段,满足更高的品质消费需求,以更高的性价比与玻汾形成对垒。

## 保障产品增值 全国大单品战略

作为适饮人群广泛,群众基础深厚的西凤 375 酒,则身先士卒地开启了全国化大单品的拓张之路,率先摘掉地域标签打造全国

品牌,为产品全面发展长线发展赋能,保障合作伙伴的长期利益和产品的增值空间。

西凤 375 在西凤酒品牌复兴的全国化战略中,承担着占领终端市场构建西凤品牌基础,通过精耕细作的市场布局,培育特有凤香型潜在消费人群,持续推进了西凤酒凤香型口感全国化的进程中基础人群的消费口感。

陕西长宇酒业总经理王东在展馆现场与经销商洽谈,陪同品鉴,亲自解读西凤 375 在光瓶酒市场未来品牌化竞争之道。

未来五年,西凤 375 将放眼全国进行长线布局,“2018 年,半年的省外业绩与去年相比则实现了翻倍增长。”长宇酒业总经理王东在万商大会期间透露。他说到,因运营团队专业的口碑积淀及多次创下的辉煌业绩,长宇酒业面向全国启动招商工作后,便得以迅速推进,河南市场在上一年的耕耘后,销量开始进入稳步增长期,巩义市场铺市率达到 90%。随着招商工作的推进,全国各地客商纷纷来陕实地了解其市场及口碑,并参观西凤 375 的纯粮酿造工艺及生产线后,便很快达成合作意向。

## 织就长线脉络 聚焦区域深耕渠道

在河南市场的招商中,西凤 375 一开始便以规范化的操作为起点,对经销商类型有这严苛的筛选条件,需要自有销售团队,有一定的仓储和运输能力,优先考虑啤酒、地产酒经营背景的团队,目的就是为市场扁平化管理,区域聚焦深耕,经销区域保护奠定稳固的基础。

在河南市场已经开发的区域,西凤 375 专业以融合白酒和快消品的运营方式,因地制宜针对各区域制定市场开发及操作方案。

围绕核心区域打造,聚焦餐饮渠道,打造餐饮样板街,突破核心商圈,形成以点带面的燎原之势;同时配合产品陈列,消费者开盖有奖,大众品鉴,深挖终端消费潜力。

## 合理化利润分割 激励全渠道热情

此次,亮相的升级款西凤 375 酒零售价进入 40 元价格段,本着让大众用最优惠的价格喝名酒的原则,进行成本核算,通过完整的定价策略,对经销商、终端商利润进行合理分割。

有利润就有服务,通过合理的利润分配,培养各个环节的销售热情,激励终端店的第一推介度,形成渠道推力。再通过市场费用投入,配合打造区域品牌形象,提升消费者知名度,培养消费喝品牌拉力。

据了解,如今西凤 375 全国市场布局已初见雏形:西北五省遍地开花,华中市场锋芒初现,东北市场招商布局稳步进行。值得一提的是,西凤 375 的全面扩张战略除却在市场层面的精致规划,在产品方面,基于光瓶酒高线发展趋势的高端品牌占位,西凤 375 也在强力度的培育中同步推进。2016 年,切入轻奢消费市场,售价 128 元定位高端的创新型新品星空 375-西凤酒走下生产线。

凭借时尚、年轻化的蓝色星空瓶装改变,星空 375 逐渐发展成为一款极具流行趋势的明星产品,在陕西省内市场深受消费者喜爱。而其与西凤 375 协同开启的双核驱动、高低进攻市场的新局面将逐步实现消费群体从大众到“小资”全方位覆盖。不难看出,西凤 375 的新一级增长视点正在慢慢构建完善。(西厂宣)