



酒业周报

青花郎转型加速期 价格上涨不可逆

日前,在杭州召开的2019年青花郎事业部销售会议现场,郎酒股份公司总经理付饶表示,青花郎正迎来“最好的时代”,2019年将是青花郎疾步快走,振奋人心的发展年,并明确提出了青花郎事业部接下来的转型规划。

本场销售工作会上,青花郎向经销商释放了三大信号:一是,青花郎整个价格持续上涨不可逆转,二是,在整个提价过程中前期通过公司厂价推动成交价上涨,后期成交价将高于厂价,实现盈利的增长,三是,从现有价格到1500中间蕴藏着增长值和实现财富值。

豫酒力争年内 培育两家15亿元龙头企业

据河南省工业和信息化厅消息,河南省白酒转型发展专项工作组组长蒋人贵日前在2019年全省酒业转型发展推进会上,就全省白酒转型发展2019年度工作推进目标、任务和重点工作进行了部署。

具体而言,领导小组将以“五朵金花”“四朵银花”酒企为重点,重点做好政策支持、上市重组、品质提升、品牌重塑、模式重建、氛围营造、人才培养等方面的工作,力争2019年培育两家销售收入突破15亿元的龙头企业,重点酒企税收同比增长25%以上。

5月份中国啤酒产量 363.9万千升

据国家统计局数据,2019年1-5月,中国规模以上啤酒企业累计产量1508.5万千升,同比下降0.2%。其中2019年5月,中国规模以上啤酒企业产量363.9万千升,同比下降3.3%。这是今年啤酒产量连续第二个月下降。

汾酒亮相亚布力论坛

日前,汾酒亮相亚布力论坛,成为亚布力论坛指定用酒。面对广阔的全球市场,汾酒坚持苦练品牌“内功”,做好场景体验,持续提升产品品质和品牌文化。

汾酒集团党委委员、董事、副总经理杨波在论坛上指出:中国传统产业要真正走向国际,民族品牌要更好地借力“一带一路”的东风,就是要追求“高品质”“高价值”和“高认同”。

赖茅·金樽上市2月销售9吨

近日,由贵州赖茅酒业有限公司与贵州私派酒业有限公司联合主办的赖茅回归五周年“感恩信赖”——金樽上市品鉴会在贵阳举行。会上赖茅·金樽的全国运营商、贵州私派酒业有限公司负责人表示,自4月16日,首批15吨赖茅·金樽上市以来,在酒类淡季两个月已成功售出9吨左右,取得了良好的市场反响。按照公司对赖茅·金樽的布局,今年赖茅·金樽应该可以做到整个赖茅体系15%左右的销售额。据了解,2018年,赖茅酒业实现销售收入突破14亿,2019年目标销售收入18亿元。

国窖1573·中国品味 以南极尊奢之旅开启极致体验

近日,国窖1573中国品味-南极考察之旅三方签约仪式在成都万达瑞华酒店举行,随着泸州老窖·国窖1573、中青博联、洛洛邮轮三方高层领导郑重签约,国窖1573中国品味-南极考察之旅正式盛大开启。沉寂亿万年的冰川与传承446年的匠心不期而遇,携手跨越人与自然的鸿沟,唤起人与自然最深处的亲近之情,造就一场前所未有的泸州老窖·国窖1573国窖荟SVIP会员品味之旅。

重啤四川市场 维持本地国际品牌组合策略

日前,重庆啤酒召开投资者调研会。重庆啤酒方面表示,2018年四川区域表现较好,主要得益于公司对于四川的经销商网络进行了梳理,加强了四川的销售团队,同时在四川区域的“大城市计划”执行较好。在产品方面,公司现饮和非现饮的占比约为7:3,目前重点市场仍在重庆、四川和湖南三地,并执行本地品牌加国际品牌的品牌组合的策略。



## 古贝春步入高端光瓶酒 2.0 时代

### 中国高价值光瓶酒高峰论坛暨古贝春水晶白版首发式举行

孙晓琳

日前,历经20年品质积淀、坊间一度热议的古贝春“水晶白版”酒终于在济南揭开她神秘的面纱——在济南山东大厦金色大厅,由中国酒业协会指导,山东省食品工业协会、山东省白酒协会、山东省糖酒副食品商业协会主办,古贝春集团有限公司承办的,以“新高度、新价值、新征程”为主题的首届中国高价值光瓶酒高峰论坛暨古贝春水晶白版首发式隆重举行。行业协会领导、著名白酒专家、20余家媒体朋友、古贝春经销商代表、古贝春集团领导班子成员400余人与会,共同见证古贝春这一高端光瓶酒的问世盛典。此次会议标志着古贝春携手“水晶白版”和“中度酱香”双白版,步入高端光瓶酒2.0时代。

古贝春内招酒的涅槃之变

“白版”俗称“古贝春内招酒”,作为古贝春的超级单品,二十年来完成了从内部流通到规范化注册再到今天的升级版问世的涅槃之变,而仅凭消费者的口碑相传,该产品就享誉大江南北,确实可称得上是中国白酒的“经典传奇”。

传奇的背后,是白版酒二十年稳中递进的卓然品质。“采用五粮液生产工艺,低而不淡、入口柔和、醒得慢、醒得快、不口干、不上头”是这款酒品质的关键特征。而令古贝春

的当家人周晓峰和“内招酒”的研制者——中国白酒大师吴兆征,甚而古贝春的领导层都始料不及的是,研制这款酒的初心只是为了做一款“不浪费、喝好酒”的内部食堂招待用酒,如今却成了炙手可热的超级单品。无心插柳,也许正是这样的初心,才为古贝春白版的厚积薄发注入了纯粹的高贵基因。

与“水晶白版”携手登上庙堂之高的姊妹花“中度酱香古贝元白版”,同样是古贝春集团历经36年酱香研发与生产的终极代表作。该酒经中国白酒大师吴兆征领衔的创新团队3年打磨,20多轮次白酒专家和消费者的品评,在降度的基础上完美保留了香气的丰满、酱香的优雅,让口感更舒适,获得了酒体的完美平衡。该酒在去年11月18日上市,获得消费者的一致好评。

“极简主义”的消费主张

“白版酒融合了‘低醉酒度’的身体体验与‘极简主义’的消费主张为一体。”古贝春集团有限公司董事长、总经理周晓峰在回顾白版酒的研发过程后,一语道破白版酒的成功密码。他指出,古贝春浓香、酱香双白版的问世,是“守正创新”的结果。对此我们有充足的底气:一是五万亩原粮基地提供的高标准原粮,保障每一滴原酒至真至醇;二是名厂合作的技术背书与大师匠心的倾情演绎,确保白版酒的勾调时刻技高一筹;三是雄厚的原

酒产储实力与三年以上老熟周期,确保了酒质更加醇厚柔和。“不忘初心才能行稳致远,白版2.0时代,我们真诚希望与大家一道演绎中国高价值光瓶酒的别样精彩。”周晓峰最后说道。

中国酒业协会技术委员会主任、白酒分会秘书长赵建华到会祝贺并发表讲话。他指出,古贝春水晶白版和去年推出的中度酱香古贝元白版都高度契合了行业发展趋势与消费市场走势。凭借大道至简、雅致从容、简约而不简单的特质赢得了消费者信赖。这得益于古贝春公司与茅台、五粮液的技术合作,并始终不断、孜孜以求地进行工艺改良。赵建华对古贝春集团发力浓香、酱香两大市场充满信心。“希望古贝春集团继续坚持质量创新、品牌创新、科技创新、工艺创新,不断优化白版酒价值体系,全力在品牌、技术、创新、管理等方面实现跨越式发展,真正扛起光瓶酒发展的大旗,不遗余力地为白酒的发展尤其是鲁酒的振兴贡献力量。”赵建华说道。

水晶白版创造了裸瓶酒文化

会上举行了水晶白版上市启动仪式。相关领导及行业专家等共同上台见证了这一经典时刻。随后,水晶白版在模特的簇拥下揭开了她神秘的面纱。在现场播放的品酒视频中,著名白酒专家黄业立、中国食品发酵工

业研究院副院长张五九、著名白酒专家梁邦昌先后从不同角度发表了自己的看法:黄业立对古贝春和五粮液、茅台两大名优厂家合作给予高度评价,他认为古贝春率先创造了裸瓶酒文化,这种创新难能可贵;张五九从科研角度对古贝春给予高度评价,他认为古贝春的高品质、高品位得益于传统工艺的坚守、工匠精神的传承和雄厚的技术创新能力;梁邦昌则评价该酒“既柔顺又丰富,具备了品质的特点、形象的视点和核心价值的卖点”。

会上,中国白酒大师、古贝春集团总工程师吴兆征对水晶白版进行了关于产品研发历程及品质特点的现场解读;古贝春集团副总经理、销售公司总经理张洪昌就古贝春水晶白版的招商政策、新运作模式、路径、关键动作等作了阐述;中国作家协会会员,中国诗歌学会常务理事秦恒昌到会祝贺并分享了与古贝春的不解之缘。

在最后的高端对话环节,著名白酒专家梁帮昌,山东省食品工业协会会长郭友武,山东省白酒协会会长姜祖模,山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐,华夏酒报、中国酒业新闻网总编辑韩文友及凤凰网山东区董事长兼CEO刘雷针对高价值光瓶酒行业、市场、品质、营销及经销商、消费者的认识等方面展开对话。智达天下咨询机构董事长张学军主持对话。

## 昔日“标王”凉了 起价1.3亿仅1人竞拍

林璐晓

在25年前,孔府宴酒斥巨资3000万元击败孔府家酒和太阳神,夺得首届1995央视标王,广告还宣称销量远超茅台、五粮液。然时过境迁,如今的茅台早已不可同日而语,孔府宴酒也淡出了人们的视野,遍寻不见踪迹。据公开信息显示,孔府宴公司破产管理人定于2019年6月12日至2019年6月13日在淘宝网阿里拍卖平台,公开拍卖山东孔府宴有限公司所有的土地、房产、构筑物、辅助设施、机器设备等资产,其中包括“孔府宴牌”等43件注册商标,起拍价1.33266613亿元。

回顾孔府宴酒25年以来的风风雨雨,从名噪一时到如今只有一位买家参与竞拍,甚至面临流拍的尴尬境地。而其产权的不明晰、或是已经被他人征用等问题导致后续问题依旧严峻。

曾经作为山东本土品牌,孔府宴酒在当时厂长江廷华的带领下,凭借着其眼光精准、独辟蹊径的宣传推广迅速打开了市场,销售额猛增。不仅牢牢扎根在山东,就是在西安、武汉、哈尔滨、长春、沈阳等东北、西北、南方



的几大城市也迅速张开了手脚,之后拿下央视新闻联播至天气预报节目之间的时间的广告招标,豪掷30009888.98元人民币,成为首届“标王”,一时风光无二。成为标王之后的1995年头两个月孔府宴酒的销售总额就达到了2.7亿元,而前一年的全年销售收入仅为

3.5亿元。这些光荣的战绩现在已经被永远封存在历史里,如今只有70、80年代的人偶尔想起那句广告语,“喝孔府宴酒,做天下文章”。仔细分析其在发展扩张中存在的问题,反思留给我们的教训,不难发现:

广告

实现线上线下融合 找链酒科技

链酒 CHAINWINE 股票代码:838713.OC

区域代理商招募中

联系人:廖先生 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科创东大街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