企業家日報 ENTREPRENEURS' DAILY 中国酒

2019 上半年回顾:金徽酒很努力

金徽酒进入美国市场

1月,由金徽酒股份有限公司出品的金徽十八年、世纪金徽白酒全面进入美国市场进行销售,受到了美国人的青睐。金徽酒进入美国市场,具有完备的入关手续,符合美国政府规定的质量、标签、成分等一系列严格要求。去年以来,金徽酒在美国召开的中美经济论坛被指定为宴会用酒,又在美国华人总商会闪耀美国华人圈。金徽酒是中国的,也是世界的,先后获得多种产品的出口资质,进入新加坡、香港、台湾等多个国家和地区,2010年在上海世博会上荣获“联合国千年发展目标——千年优秀奖”,2018年在比利时布鲁塞尔国际烈性酒大赛中荣获金奖,为全世界的消费者品尝到中国白酒,感受和了解中国千年白酒文化魅力提供了重要契机。

金徽酒上春晚了

除夕之夜,金徽酒股份有限公司闪耀央视2019年春节联欢晚会,向全国人民拜年!金徽酒投资人、董事长以及多位高管在晚会现场与全国各族儿女一起聆听中国故事,感受中国精神,共度中国年,共同祝福伟大的祖国繁荣昌盛!这是金徽酒被中央电视台一套大型历史人文记录片《青泥岭》和新闻频道宣传介绍后,再次与央视结缘。

唐仁健莅临金徽企业调研

甘肃省委副书记、省长唐仁健带领省政府秘书长李志勋,省工信厅厅长臧秋华,省生态环境厅厅长雷思维,省应急厅厅长黄泽元等省直有关部门领导负责同志,在市委书记孙雪涛等有关领导陪同下来金徽企业调研工作。唐仁健强调,要树牢绿色发展理念,始终走可持续发展道路,为全省企业绿色发展创造经验、树立样板。

金徽酒浪漫樱花节吸引游客20余万

金徽酒国家AAAA级文化生态旅游景区,2000亩樱花园人潮涌动,吸引了来自世界各地的专家学者、媒体人、消费者及游客共赴樱花之约,共品金徽美酒。“醉美樱花”摄影大赛中,2000多幅作品铭记了金徽生态酿酒园的樱花海,线上投票人数超60万人;“浪漫樱花,醉美金徽”抖音大赛话题获1000万次参与,众多网红打卡金徽,吸引了社会各界人士来金徽漫步赏樱,一览春景。与此同时,本届樱花节活动受到国内外多家知名媒体和自媒体的高度关注,纷纷转载报道樱花节活动信息,新甘肃,每日甘肃网还对金徽酒浪漫樱花节进行了现场直播,吸引了超50万人次的关注,有力扩大了金徽酒品牌知名度和影响力。

金徽酒入驻“新华信用”平台

4月,新华社中国经济信息社主办的金徽酒股份有限公司入驻“新华信用”平台颁证仪式正式举行。中国经济信息社新华信用事业部副总经理蔡津津为金徽酒颁发了入驻“新华信用”平台证书。入驻平台后,“新华信用”将整合各方优势资源和能力,协助公司建立更加健全的企业信用体系,向公众提供全面、权威的信息,这标志着金徽酒企业信用体系建设步入一个新阶段。

金徽之旅国内国外游

以“体验美酒酿造传奇”为主题的第十一届“金徽生态游”活动在风景如画的金徽生态酿酒园拉开帷幕,来自酒行业的数百名专家学者、媒体人、经销商代表走进金徽,品美酒,赏美景。至此,“金徽生态游”活动已持续开展11年,接待了数十万经销商、分销商和消费者代表。同时,金徽酒股份有限公司组织的“金徽之旅”系列活动已先后走进欧洲、澳洲、非洲、新西兰、迪拜、印尼巴厘岛、新加坡、马来西亚、泰国、越南、中国北京、上海、云南、海南、四川、陕西等地,很好地提升了金徽品牌知名度。

中国绿公司年会 金徽酒是一抹亮丽风景

4月,2019中国绿公司年会在丝路明珠敦煌召开,省长唐仁健、常务副省长宋亮、阿里巴巴集团董事局主席马云、恒大集团董事局主席许家印、小米科技CEO雷军以及金徽酒负责人在内的千余位国内外企业家、政界要员、学界权威共聚敦煌、共话商业智慧。金徽酒股份有限公司出品的金徽十八年被指定为宴会用酒,与会嘉宾对其口感和品质赞不绝口;金徽年份系列、柔和系列、能量系列、星级系列等产品在年会上进行展出,成为了一抹亮丽的风景。

金徽酒股权结构进一步优化 非公开发行股票助力二次创业

5月,金徽酒股份有限公司发布《关于非公开发行股票发行结果暨股份变动公告》,本次非公开发行股票数量为2,619.99万股,每股价格14.00元,共计募集资金3.67亿元。这次非公开发行股票引进国有资本、经销商和员工持股,充分体现了国有资本、经销商和员工对企业发展的信心,为金徽酒实现“二次创业”新突破增添了强劲动力。

2019年金徽正能量公益基金会精准扶贫公益助学公告发布

6月,金徽酒发布关于开展2019年精准扶贫公益助学活动的公告。金徽正能量精准扶贫公益活动是金徽酒在甘肃、陕西、宁夏、新疆等西北四省联合发起的大型公益活动,以区县为单位,针对国家建档立卡的贫困户、贫困家庭的学子持续开展的公益爱心助学活动。该活动于2018年正式启动在西北四省的100多个县市区展开,3277名建档立卡的贫困学子得到了资助,赢得了社会各界的肯定和点赞。今年金徽酒又将继续坚持开展精准扶贫公益助学活动。

上半年的奖项荣誉是动力

1月11日,“聚合品牌力量,推动创新发展”2019品牌论坛上,由金徽酒股份有限公司出品的金徽十八年荣获“最具影响力产品品牌”称号,这是金徽酒在中国酒业高端新版图趋势论坛上斩获“中国高端白酒新势力品牌”荣誉称号后的又一殊荣,再次印证了金徽酒的优秀品质和卓越口感。

2月,2018全省民营企业3个50强榜单发布,金徽酒在营业收入、纳税和安置就业方面位居前列,成为全省民营企业的典范。金徽酒连续6年入选榜单,展现了企业整体发展的综合实力。

2月,在全省科学技术(专利)奖励大会上,金徽酒股份有限公司自主研发的“固态酿酒发酵物联网温度监控系统”荣膺科技进步奖,这是继该科技创新成果被国家知识产权局授予国家发明专利技术证书、实用新型专利技术证书和全国商业科技进步一等奖后的又一殊荣。

3月,金徽酒在第100届全国糖酒商品交易会上连获三项大奖,金徽酒股份有限公司获得“中国最具价值企业奖”,金徽正能量1号获得“中国酒业最佳产品创新奖”,金徽酒文化展览馆荣获“2018年中国酒业十大文化影响力品牌?臻美博物馆”称号。

(企宣)

沈鸿林当选中国消费经济学会白酒专委会首届会长

■ 陈振翔

近日,由中国副食流通协会,(中国)消费经济学会指导,(中国)消费经济学会,四川中国白酒金三角发展研究院,西南财经大学成渝经济区发展研究院,泸州市酒业发展促进局主办,中国沈酒集团,沈之国酒庄承办的(中国)消费经济学会白酒专业委员会授牌成立仪式在中国酒城泸州举行。

四川省委原常委、四川中国白酒金三角酒业协会理事长、四川中国白酒金三角发展研究院院长王少雄,泸州市委常委、泸州市总工会委员会主席陈日,泸州市酒业发展促进局局长任晓波,中国消费经济学会会长、成都市社科联主席、西南财经大学成渝经济区发展研究院院长、教授、博士生导师杨继瑞,五粮液酒厂原党委书记邹祖贵,泸州市酒类行业协会常务副会长、中国首席白酒品酒师沈毅,中国酒业新闻网总编辑韩文友,四川大学食品与发酵工程研究所教授、博士生导师胡永松,四川大学商学院教授、博士生导师李蔚,中国消费经济学会副会长兼秘书长、白酒专委会顾问、湖南省社科院研究员尹向东,中国消费经济学会白酒专委会会长、中国沈酒集团董事长沈鸿林,上海市民俗文化学会会长、华东师范大学教授、博导、《中国民俗学通论》作者仲富兰等专家、学者,以及人民网、新华网、中国网、华夏酒报、中国酒业新闻网、四川日报、四川电视台、中国酒杂志等媒体共同见证了(中国)消费经济学会白酒专委会的成立。

据悉,(中国)消费经济学会白酒专业委员会是经(中国)消费经济学会研究批准成立的专业二级机构。由中国白酒行业研究学者、白酒企业家、行业媒体记者和科研机构等相关单位、人员组成,该会成立后,将在协会的领导下,致力于中国白酒消费产业变迁研究,白酒产业特色文化品牌的挖掘、培育、塑造和宣传推广,开展中国白酒产业品牌的调研统计、品牌建设研究、消费模式变化、品牌策划、特色文化品牌的推选、展示、宣传和对外交流合作等工作,促进中国白酒产业化健康发展,促进白酒行业与消费者之间的沟通,交流,研究消费理念、消费方式和消费主体的转变,调研小众崛起、个性消费、表达消费、情感消费、健康消费的白酒新消费时代模式,为中国白酒产业健康化发展贡献力量。

(中国)消费经济学会常务副秘书长张恩碧宣读了“关于同意(中国)消费经济学会白酒专业委员会组织机构”设立及主要成员的批复文件。中国沈酒集团董事长沈鸿林当选为(中国)消费经济学会白酒专委会首届会长,傅建伟、杨沐春(女)当选为副会长。钟陆文当选秘书长,刘娟(女)、刘红增、孙业亮当选为副秘书长。专家顾问团队成员为:赖高淮、李克明、尹向东、仲富兰、沈重武。

(中国)消费经济学会会长杨继瑞向白酒专业委员会首届会长、中国沈酒集团董事长沈鸿林颁授白酒专业委员会牌匾

(中国)消费经济学会会长、西南财经大学成渝经济区发展研究院院长、教授、博士生导师杨继瑞对(中国)消费经济学会白酒专业委员的成立表示祝贺,并就中国白酒品质、文化、产业大三大自信和中国白酒行业发展进行了阐述。

杨继瑞认为,中国白酒品牌目前还没有真正意义上的奢侈品牌,中国白酒具有多重含义,极具收藏特性。赋予白酒收藏性,多样性特质,让中国白酒品牌走向奢侈品牌,让中国白酒具有多重表达,泸州有责任,四川有责任扛起中国白酒奢侈品牌建设的大旗。

(中国)消费经济学会白酒专委会首届会长、中国沈酒集团董事长沈鸿林对关心、支持、筹备(中国)消费经济学会白酒专委会成立的专家、学者、媒体朋友和社会各界表示衷心感谢。

(中国)消费经济学会白酒专委会的成立致力于中国白酒消费市场的变化调研,关注消费思维、消费模式的在时代背景下变化和发展,作为首届会长,完全是摸着石头过河,压力很大,责任也很大,但作为会长,有信心和白酒专委会所有成员一起,将中国白酒消费变迁的研究和调研工作,做细做好。

告诉你一个真实的白酒“勾兑”

■ 刘保建

近期,中国酿酒大师、茅台集团原董事长季克良在2005年发表的《告诉你一个真实的陈年茅台酒》文章,在白酒行业的朋友圈掀起刷屏。

14年前,季老就在媒体上公开提出来:“茅台酒是由特殊工艺组成,但还有一个重要方面,那就是精心勾兑”、“就勾兑而言,好的白酒都需要勾兑,一般的企业都是通过制作‘调味酒’来保持其酒的质量和风格”。

当年,季老以中国酿酒大师和茅台集团董事长这样双重权威的身份,来向公众普及白酒行业的“勾兑工艺”常识,目的是让社会真正了解白酒、认识白酒,切莫把“勾兑”二字妖魔化。过了14年,季老这些话都是“铮铮之言”,禁得住任何质疑。

然而,非常可惜的是,过了这么些年,“勾兑”仍为一些人所不能识。有些人提起白酒“勾兑”就色变,即便是行业人士耐心解读这是白酒工艺的必选项,也半信半疑。

十几年后,我们仍有必要继续沿着季老的路线,向公众普及:“工艺”是白酒行业的专业术语,它是个褒义词,切莫因为你的偏见误伤了企业。

白酒的主要成分是醇类物质,其次还有微量的酸、酯、酮、酚等物质成分,正是这些成分之间的量比关系决定着白酒的风格。以茅台为例,它有不同轮次、不同年份、不同酒精浓度的酒,为了保证出厂酒的稳定,酒厂只有应用勾兑工艺,才能最终形成茅台酒“酱香突出、幽雅细腻”的独特风格。

这是行业常识,也是业界共识。各大名酒厂都十分重视勾兑工艺,并摸索出了很多成功的行之有效的经验,行业也涌现出一大批勾兑大师,他们至今是业界学习的楷模。

总结来说,勾兑是白酒工艺中重要和必不可少的工艺。它不是一种简单的混合,而是不同基础酒的组合和调味,目的是平衡酒体,使之形成一定风格。

过去,公众把“勾兑”直接与白酒造假挂钩,是受了信息不对称的影响。第一次源于1998年山西文水县发生的特大假酒案,不法商贩用甲醇兑水制成的散装白酒致人死亡。这是公众对白酒勾兑印象不佳的起因。

1999年的新工艺白酒研讨会上,有白酒专家阐述“目前采用食用酒精生产的新工艺白酒达到70%”,这本是一个事实,但该观点遭到媒体严重误读,在业内引起轩然大波。很多人把“勾兑酒”与假酒或劣质酒划上了等号。

经过20年的不断纠正,很多消费者已走出“勾兑”误解,未来随着白酒常识的普及,将逐渐廓清。因为大家都发现了,好酒都是典型的固态发酵原酒勾兑原酒,是科学勾兑出来的,不会出现任何问题。

近期,有媒体报道《30年和50年陈年茅台系勾兑而成?成都律师诉茅台要求“退一赔三”》,显然也是消费者和媒体对“勾兑”误解而导致的事件。

季老14年前那篇文章对此早就有预示。他说,有消费者认为15年的陈年茅台酒,就应当全是陈放期为15年的茅台酒灌装,30年、50年、80年也应当是。“这种看法我们理解,但并不符合茅台的生产规律和物质组分规律。”

其实,这位把“茅台50年”、“茅台30年”理解为酒龄的消费者不知道,一旦企业真拿出储存了50年的原酒给你喝,没有人能喝得下去。原因是这篇文章反复所说的那样,无论是普通白酒还是陈年白酒,都是必须经勾调师勾兑后才能直接饮用。

算起来,白酒已不是第一次被“勾兑”误伤了。每次“躺枪”,有些媒体和消费者都煞有介事,仿佛发现了个“大新闻”,或者说抓住大企业的“小尾巴”。而事实上,企业对此除了表示无奈,也只能一遍遍给你解释。

说到底,白酒的“勾兑”还有待继续普及。

泸州市酒厂战略宏图已日渐清晰

当下中国白酒市场,群雄争霸,处于结构与秩序调整的混沌阶段。向上走还是向下走,向左走还是向右走?不管愿不愿意,对于厂家、经销商来说,隆冬已至,冷暖自知。

历史无数次证明,时代的调整与变革,都将迎来新的秩序、新的机遇!

隐于泸州60余载的泸州市酒厂选择在这个特殊时期悄然回归,若不是机缘巧合,那定是深谋远虑。据悉,该企业部分新品已经定妆完毕,综合各方面市场信息来看,“泸州市酒厂大曲酒”运营方稳健推进、成竹在胸、不急不噪。但商业嗅觉灵敏的经销商却不约而至,产品尚未正式发售,即已先声夺人。

在刚推出少量样酒的情况下,一款“泸州市酒厂老窖大曲品鉴级酒”(又名“文物窖池品鉴大曲酒”)即获5万箱订单,在产品正式上市前打响了头一炮。

笔者通过深入探究泸州市酒厂的战略规划、严谨规范的三大产品系列、多项行业创新举措之后认为,这种厚积薄发,机缘巧合之下恰好顺应了新消费需求的未来东风!

“三大核心,两大支撑” 泸州市酒厂战略成型

对仍处于引而待发状态的“泸州市酒厂大曲酒”来说,为何如此受市场青睐?

“三大核心,两大支撑”造就了这款名酒巨大的市场信心。

泸州市酒厂重启市场的巨大信心与其具有的“三大核心,两大支撑”所展现示来出来的扩张能量是分不开的。

商号品牌、文化溯源、产品战略构成了泸州市酒厂的三大核心,而充足的老酒战略储备以及点面结合的市场布局策略,将支撑泸州市酒厂在日益白热化的市场竞争中突破重围,新晋成为未来白酒新秩序高阶补位者!由此可以窥见,泸州市酒厂新的战略宏图已日渐清晰。

隐于泸州60余载,泸州市酒厂商号是历经岁月打磨的金字招牌,产品在一个历史时期已传为佳话,商号的应用价值更是不可估量。

企业开启文物级窖池酿造好酒、将历史文化与时代精神紧密融合的重大举措,为泸州市酒厂即将推出的系列酒品加载了更为厚重的历史韵味,“复刻、年份、老酒”三大产品系列,将依托极高的战略占位和多重价值属性,全方位缔造品牌影响力。

1952年起,泸州市酒厂一直是隐而不滞,潜心耕耘,万吨级贮藏老酒的战略储备,已呈蓄势待发之势。泸州市酒厂重塑核心大曲酒产品之际,深度研判当下白酒市场竞争格局以及未来消费需求形势,以“重点突破,扁平直连,营销创新”作为突破性策略。

尊重与呼应消费诉求 才是未来竞争的着力点

对任何品牌而言,消费者最大的痛点莫过于品质问题,而解决消费者内心的担忧与疑虑也就打开了市场之门。

三聚氰胺曾让整个乳品行业遭受重创、格力举报奥克斯又让诸多空调品牌深受质疑。

尽管在日益严苛的法律法规与行业标准面前,白酒业公然造假现象已经不复存焉,但是消费者对白酒类产品的疑虑始终存在。有消费者质疑,大多数产品都在标榜自身的正宗性。但是实际体验的过程,往往却让消费者后悔者多、欣慰者少。在业界看来,盲目跟风追求生产效率和出酒率,任意缩减传统工艺流程,造成了部分“工业化产品”品质的大倒退。

“白酒本质上是一种文化产品,也是一种蕴含着传统的手工化制作产品”泸州市酒厂总顾问晏波先生表示,“泸州市酒厂大曲酒”酿造过程中,注重自然环境与自然物产的配合,注重天时节气与酿造程序的配合。这种做法,既是对传统酿艺的尊重,也是对品质的保障。

正是因为对传统酿艺的坚守,让“泸州市酒厂大曲酒”在拥有高品质之余,也全面继承了中国白酒最美好的味道。

带着对泸州市酒厂接下来商业动作的兴趣,记者将进一步深入探访,解析这个老字号企业在重返市场后的商业策略。

(据中国酒业新闻网)

广告

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