

“整合酒企 振兴酒业”

川酒集团携新品首次正式亮相

徐雅玲 张雪梅

在成都太古里的量子光中心,一场关乎着川酒未来发展的盛会在这里上演。

四川省酒业集团有限公司战略暨 2020 新品发布会在成都太古里举行,本次发布会以“源中国·酿未来”为主题,近六百位行业专家、酒类经销商及媒体记者齐聚一堂,聚焦本次发布会。作为川酒集团成立两年来的首次重大亮相,川酒集团战略暨 2020 新品发布会受到了行业和媒体的高度关注。

中国酒业协会副秘书长甘权,凤凰卫视执行董事崔强,四川省商务厅一级巡视员杨春轩,四川省经济和信息化厅二级巡视员李媚,四川省酿酒协会会长崔兆全,泸州市政协党组书记田亚东,中国白酒金三角酒业协会副会长陈吉福,匈牙利食品发展协会大中华区负责人 Robert Csaba,四川省人民政府原副秘书长陈泓贵,四川省经济和信息化委员会原副主任梁治辉,四川省粮食局原党组书记、局长张书冬,四川省轻工大学校长庾先国,中国酿酒高级工程师、川酒集团顾问胡文明,四川大学锦江学院白酒学院院长张文学,四川省商业投资集团副总经理黄勇,四川天府国际会展有限公司总经理王冕,泸州市人民政府顾问喻双,成都市经济与信息化局巡视员岳晓川,川酒集团、党委书记、董事长、总经理曹勇,宜宾市酒促局局长兰国宾、泸州市人大副主任税光跃,泸州老窖股份有限公司副总经理沈才洪,国宝人寿保险股份有限公司董秘尤力,每日经济新闻智库执行总裁韩利,保利酒业有限公司总经理李春,四川华龙祥酒业有限公司总经理魏仁凯先生,环球佳酿酒业有限公司总经理张家豪,壹玖壹玖酒类平台科技股份有限公司董事副总裁林紫峰,四川省全兴酒业有限公司副总经理吴德华,皇阳国际(香港)控股集团董事长吴世其,北京国际酒类交易所总经理朱力,川酒集团顾问杨大金,四川省华西集团有限公司总经济师李齐辉等领导专家和经销商代表,以及来自全国的 100 多家媒体和出席了本次会议。

甘权在讲话中提到“白酒产业发展已经进入新的时代”。他认为,四川独特的自然酿造生态和酿酒微生态,造就了川酒得天独厚的优势。当前白酒产业更加注重产品结构的优化、产品品质的提升,正处在挑战与机遇并存的关键时期。甘权希望川酒继续发挥优势,不断影响中国白酒产业品牌与渠道变革,为中国白酒产业的健康持续发展再立新功。最后甘权祝愿川酒集团快速发展,再创辉煌。

曹勇发表了“携手合作,共创未来”的主题致辞,曹勇在致辞中首先阐明了川酒集团的成立背景和历史使命。自 2017 年成立,川酒集团在四川省委、省政府的关心支持下,在有关市州和省级各部门的大力扶持下,在各大酒企、行业协会、酒类专家、金融机构的积极参与和推动下,川酒集团凭借“川酒甲天下”的优势,从生产管理、品牌推广、渠道建设、金融服务、科技研发、供应链管理等方面入手,搭建起酒类企业发展的“共享服务平台”,积极为全省乃至全国的酒类企业服务。川酒集团的宗旨是“源中国、酿未来,致力于成为白酒全产业链的综合服务商”。川酒集团的目标是对标世界酒业巨头——英国的“帝亚吉欧”和法国的“保乐力加”,迈入世界 500 强行列。

曹勇在发布会上发布并阐述了川酒集团的“三优愿景”:致力于成为中国优质的基酒生产供应商,中国优秀的国优品牌整合商和中国优异的酒类产品经销商。

成为中国优质的基酒生产供应商,要“整合酒企,振兴酒业”,首先就要从川酒基酒入手。川酒集团以全产业链的服务优势,为众多优质基酒企业提供酒体研发、品牌管理、专业技术指导、供应链管理、保理、基金等服务。现已在泸州、宜宾、成都等地整合和建设生产



基地,同 200 多家酒类企业合作,整合 30 年以上窖池群,实现优质酒类资源的共享、互利、共赢,可为酒企和消费者提供多年份、多香型、多种口感的优质原酒。

致力于成为中国优秀的国优品牌整合商。新中国至今共诞生了 70 个国优品牌,川酒集团通过整合国优品牌,引领消费升级,扩大市场布局,加快白酒品牌竞合发展。川酒集团通过对叙府、二峨、三溪等国优品牌进行梳理,构建涵盖产品体系、品牌体系、营销体系、商业体系在内的品牌建设“四大体系”,拉近了与知名国优品牌的距离,实现了国优品牌价值的倍增。目前川酒集团旗下已有叙府、三溪、古川、潭酒、玉蝉获得了四川十朵小金花的荣誉,占据了十朵小金花的半壁河山。

致力于成为中国优异的酒类产品经销商。曹勇生动的打比喻:“川酒是个筐,四川的好酒都往里面装”。川酒集团积极开展全国、全球各类酒类品牌的代理和销售,以平台化品牌优势,线上线下渠道全面覆盖,深耕四川市场,进军全国市场,放眼全球市场,最终成为中国优异的酒类产品经销商。

为了实现“三优愿景”这个宏伟蓝图,曹勇表示,川酒集团将集聚优势、汇聚力量、整

合资源,从完善质量体系、技术革新、人才引进、开放合作四个方面狠下功夫,努力练好内功。

质量方面,川酒集团严格按照医药级标准,建立标准化白酒生产质量体系、白酒溯源体系,让消费者喝到的每一滴酒,都是来自川酒集团优质的纯粮固态好酒。技术革新方面,川酒集团以科技创新为先导,充分利用旗下川酒研究院强大的人才队伍,打造集“产学研培”为一体的科研创新平台,构建国家级、省级技术创新中心,酿造引领市场的新品、佳品。人才方面,川酒集团总部双一流、985、211 院校毕业生占 80%以上;研究生学历达 53.6%,博士学历达 7%;海归人才比例达 10%,拥有高级经济师、高级酿酒师、高级会计师、国家评酒委员、中国首席白酒品酒师等高级工程技术人员 100 多名。开放合作方面,川酒集团始终怀着开放、包容、发展、创新的态度,坚持合作共赢的理念,资源共享,利益均沾。

在“三优愿景”的引领下,川酒集团以“一辈子认认真真做一件事”为企业精神,坚持把事情一件一件的做好,一年一个台阶,一步一步达到集团的目标。2018 年,川酒集团完成销售收入 120 亿元,2019 年预计销售收入

200 亿元,2020 年的销售收入是 260 亿,2021 年实现销售收入 300 亿元,到 2023 年的目标是实现销售收入 500 亿元。再通过 10 到 15 年的努力,力争销售收入达到千亿元,成为中国酒业的“帝亚吉欧”和“保乐力加”,迈入世界 500 强。

在本次发布会上,川酒集团副总经理李高和就川酒集团的品质、品牌和营销模式做了介绍。李高和介绍了川酒团酿造“一瓶好酒”的先决条件,川酒集团在在宜宾、泸州、成都等核心产区都布局了川酒集团的生产基地,尽享得天独厚的酿酒自然环境,传承古法工艺,坚持固态纯粮酿造,确保基酒品质。全面整合了全川 30 年以上的窖池群和 200 多家酒企的贮存基酒,优中选优,精心勾调。并且川酒集团已经建立了白酒产品质量认证体系,川酒集团要确保让消费者喝到的每一滴酒,都是优质的纯粮固态好酒。

在品牌方面,目前川酒集团已初步形成“1+N”品牌格局,“1”就是以“川酒集团”品牌为引领,“N”指的国优品牌,目前已经整合叙府、二峨、三溪、楚园春等国优和区域品牌,通过资源整合、渠道融通实现品牌共建、市场共拓、利益共享。

营销模式上,在川酒集团坚持“开明开放、互利共赢”的原则,重磅推出“五大红利”,分别是股权等你拿、品牌等你选、现金等你抢、服务等你享、喝酒送健康。川酒集团将秉承“共享平台、共同成长、共赢未来”的理念,热忱与广大经销商合作。

李高和演讲后,川酒集团发布了包含叙府、二峨、自然香、赤渡、全兴五个系列的 16 款产品。丰富的产品体系,吸引了在场行业人士的高度关注,也为川酒集团的发展奠定了产品基础。

携手前进,方能赢得未来,本次发布会上,川酒战略合作伙伴集体亮相,保利酒业有限公司董事长李春,四川华龙祥酒业有限公司总经理魏仁凯,凤凰卫视有限公司执行董事、常务副行政总裁崔强分别代表各自企业发表了主题致辞,表达了企业与川酒集团合作的信心,阐明了合作方向。

最后川酒集团与凤凰卫视、保利酒业、国宝人寿、每日经济新闻、全兴酒业、华龙祥酒业、环球佳酿、1919 签署了战略合作协议,宣布在品牌、产品、供应链、渠道、文旅、传媒等多个业态及领域开展深入合作,凭借各自优势资源,达到“共商”、“共谋”、“共发展”的战略合作意向。

本次发布会不仅场内大咖云集,以顶层智研助力川酒集团发展。会场外也设置了时尚酷炫的互动装置,以新颖的玩法推广川酒集团旗下白酒品牌,吸引年轻消费者注意;邀请了五位微博达人,以“酸甜苦辣咸”为核心,聚集年轻粉丝,彰显川酒集团新多元媒介传播策略及品牌年轻化战略。

川酒集团对标帝亚吉欧 2023 年计划营收 500 亿元

日前,四川省酒业集团有限公司召开公司战略暨 2020 新品发布会,川酒集团发布公司目标为对标世界酒业巨头——英国的帝亚吉欧和法国的保乐力加。对于未来业绩的规划,川酒集团计划到 2023 年公司实现年销售收入 500 亿元。

三十位正和岛企业家走进郎酒

近日,来自科技、地产、医疗、信息、法律、投资、酒业、电子商务等行业近 30 位正和岛企业家,在正和岛大消费部落秘书长曾节组织下走进郎酒。此次活动为期 2 天,在郎酒股份公司总经理付饶带领下,正和岛企业家一行红运阁宴饮,夜游郎酒庄园,金樽堡论道,体验个性化勾调与珍藏,深度探访郎酒生、长、养、藏品质秘笈,详细了解每一瓶郎酒的成长奥秘。

茅台“澳门名酒收藏协会”上市

近日,茅台“澳门名酒收藏协会”纪念酒新品上市,共有黑、黄两款,瓶身正面为茅台经典正标,与生肖酒极为相似。金色瓶盖上“国酒”商标非常显眼,随着第一批“贵州茅台”商标进入市场,“国酒”商标正式停产,“澳门名酒收藏协会”应该是最后一款“国酒”商标纪念酒。

汪俊林定调 郎牌特曲小郎酒营销工作

近日,郎牌特曲、小郎酒旺季销售工作会在成都举行。郎酒集团董事长汪俊林在会上表示,郎牌特曲要在 100 元、200 元、300 元价位段形成大单品,做中档价位最好的浓香酒,打造成全国性知名品牌;小郎酒事业部在顺品 480 加入后,产品结构更加丰富,要以经济发达区域为主战场,落地生根,稳步推进。

*ST 皇台签下两份团购订单

9 月 2 日,*ST 皇台发布公告称,公司收到全资子公司甘肃日新皇台酒销售有限公司(“日新皇台”)与湖北卓越集团建设有限公司(“湖北卓越”)于近日就湖北卓越采购公司生产的皇台系列白酒、凉州系列红酒、高端定制产品等事宜签署的《团购合同》,预计采购额不低于 200 万元,不高于人民币 300 万元。

另据*ST 皇台同日公告,公司收到日新皇台与江苏省苏中建设集团股份有限公司(以下简称“苏中建设”)于近日就苏中建设采购公司生产的皇台系列白酒、凉州系列红酒、高端定制产品等事宜签署的《团购框架协议》,预计采购额不低于 500 万元,不高于人民币 600 万元。

长城五星 摘得 IWC 伦敦最高奖桂冠

最近,IWC 伦敦国际葡萄酒品评赛颁奖礼盛大举行。“醇厚典雅”的长城五星赤霞珠干红葡萄酒从近万款的参赛作品当中夺得头魁,收获中国首枚 IWC 伦敦特等奖,闪耀全场。CCTV 伦敦记者团走进 IWC 颁奖礼现场,为民族品牌长城五星葡萄酒的优异表现点赞打 call。

英啤酒销售额下滑至 10 年最低

英国桑坦德银行的一份新报告显示,随着越来越多的年轻人转向无酒精的酒类替代品,英国制造的啤酒销售额下降至 10 年来的最低水平——下降了 16%至 31 亿英镑。而在 2009 年,英国啤酒销售额达到了 48 亿英镑的最高值。

燕京啤酒中期股东应占溢利 同比增 1.13%至 5.12 亿元

北京控股发布公告称,附属北京燕京啤酒股份有限公司 2019 年上半年实现营业收入 64.52 亿元人民币,同比增加 1.37%;燕京啤酒股东应占溢利 5.12 亿元,同比增加 1.13%。

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

实现线上线下融合

找链酒科技

链酒
股票代码:8338713.OC

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:nayafeng@lianjiutech.com
北京市中关村科技园科创大街 1 号

佳池股份
GARTCHEE
中国白酒文化推动者

股份代码:880051

www.gartchee.com

免费 400 服务热线
400-090-8939