

承千载文脉 续百年秦池

第九届秦池酒文化庆典暨百年秦池头排酒上市活动圆满举办



在全国上下隆重举行庆祝新中国成立七十周年之际,2019年10月7日,山东秦池酒业有限公司隆重举办了主题为“承千载文脉,续百年秦池”的第九届秦池酒文化庆典暨百年秦池·头排酒上市发布会。社会各界人士、秦池酒客户代表、白酒专家、媒体朋友等共计600多位来宾欢聚一堂,共享盛世,共品美酒。

金秋九月,秋高气爽,丹桂飘香。秦池院内,欢歌笑语,国旗飘扬,酒旗飘扬!刚刚改造完工的秦池厂区,焕然一新,古色古香,韵味绵长!新建成的酒樽大道上酒樽中喷水汩汩流淌,汇入“酒池”中;象征秦池美酒源远流长,事业蕃昌。新落成的酒仙园雕梁画栋,亭榭楼阁,诗情画意。李白、白居易、贺知章、张旭、陶渊明五位酒仙或卧或坐或立,形态各异,惟妙惟肖,展示历史风韵,歌颂时代风尚。以“曲水流觞”为主题的园区中,小桥流水,三四季、花草木、飞瀑高挂、酒坛如山,让人目不暇接,流连忘返;四周墙壁上,各种与古代饮酒有关的雕塑壁画及仿古建筑上的对联和牌匾,通今博古,相得益彰,使人赏心悦目之时,更增加了对祖国和秦池酒文化的深刻了解。

集团内的活动共分:欢聚一堂、追祖溯源、公益封坛、公益捐赠和参观厂区五个环节。上午九时,伴随着《普天同庆》歌舞的明快节奏,第九届秦池酒文化庆典活动徐徐拉开帷幕。在敬献礼后,全场起立,同唱《国歌》,庆祝伟大祖国70华诞。祝伟大祖国繁荣

富强。之后,集团董事长胡福东先生热情致欢迎词,欢迎大家到来!临淄县有关领导致辞对举办本次活动表示祝贺。肯定了秦池这些年来在市场拓展、品牌重塑和企业文化建设方面所取得的成就,并对秦池适时推出百年秦池·头排(轮)酒产品,争创山东白酒新标杆的做法给予赞扬和肯定。

农历九月初九是酱香酒投料、头排摘酒和秦池酒业拜师祭祖的日子。在追祖溯源活动环节,通过请酒神、拜酒神、诵读《祭酒神文》、诵读《酒祖训词》、表演《乐舞祭》、职工同唱《酒神曲》等一系列庄重的祭祖仪式,表达了秦池人对酿酒始祖丰功伟绩的追忆,并立志将传统酿酒技法发扬光大的信心。酒是陈的香,品质好的原酒只有经过岁月的历练,时间的酝酿,才会历久弥长,醇厚醇香。九九封坛是秦池酒文化的传统。活动现场,20名秦池客户代表认购并封存了20坛百年秦池·头排(轮)酒;十位贵宾受邀也为企业封存了十坛百年秦池·头排(轮)酒,并储存在秦池储配库内,作为企业今后的调味酒使用。之后,一段由秦池职工诵读的《封酒赋》表达了秦池人盛世封酒,百业隆昌的期盼,相信这些封坛酒经过岁月历练,必将更加醇厚绵长。

发展不忘回报社会是秦池的光荣传统,在现场,秦池集团胡福东董事长代表企业从百年秦池·头排(轮)酒认购金额中拿出10万元捐给了环卫工人代表,专款用于他们购置

冬装,彰显了企业的大爱之心。

上午十时,在欢快的《歌唱祖国》歌伴舞中,第九届秦池酒文化庆典活动缓缓落下帷幕。

活动后,所有来宾在讲解人员的带领下,依次参观了厂区新建的酒仙园并参加了秦池“三聚成酒韵馆”剪彩仪式。该馆由中国美术学院教授沈浩先生题写。是由老厂房改造而成,经过自行规划设计,形成了“中华酒器馆”、“秦池书画馆”、“沉浸式体验馆”一门三馆的布局,从各个方面展示祖国和秦池酒文化,让参观者更深入了解和体验酒文化的渊源博大。展馆外,酒坛阵、酒瓶墙、鱼池喷水、古松奇石、花草树木相映成趣,让游客驻足观望,流连忘返,纷纷合影留念,对源远流长、底蕴深厚的秦池酒文化及厂容厂貌发生的巨大变化给予肯定和赞扬。

“酒仙园”和“三聚成酒韵馆”是继2017年秦池酒文化展馆,2018年酒文化长廊、老酒库房、鲁酱一号酿酒车间、酿酒记忆馆、鲁酱一号储配库后秦池于今年建成的两项重点文化工程。也是文化秦池建设的一部分。厂区参观后,所有来宾充满期待的到翡翠湖大酒店参加本次活动的第二项内容:百年秦池·头排(轮)酒上市发布会。

早已装扮一新的翡翠湖大酒店热情迎接各位贵宾的到来。浓浓的“百年秦池·头排(轮)酒上市发布会”氛围令人记忆深刻,应接不暇,置身其中,大家对这款美酒即将上市充满期待。

千商云集湘潭 共话酒业70年

陈振翔

七十年峥嵘岁月,七十年风雨征程。近日,规模空前、具有独立知识产权品牌的行业盛会——“2019中国千商大会·岳塘酒业峰会”在湖南湘潭盘龙山庄大酒店开幕。来自全国各地的酒业专家、学者、智力咨询、策划大咖、酒企、经销商和新闻媒体记者代表齐聚湖南湘潭,共话中国酒业发展七十年的光辉历程,探寻中国酒业未来的发展方向。

大咖云集 共话酒业辉煌历程

本次大会由中国酒类流通协会、中国副食流通协会、中国诗酒文化协会、中国酒业新闻网共同主办,中国千商大会组委会办公室执行,湖南省中弘投资管理有限公司、中国(中部)岳塘国际商贸城特别协办、中国副食流通协会酒类专业委员会及全国各省市酒行业协会(商)会协办。

中国酒业70年的发展历程堪称“风云激荡”。从彼时普通老百姓很难喝到酒,到今天中国白酒成为世界产量最大的烈性酒,中国拥有全球最大的啤酒产业,是世界第五大葡萄酒消费国。70年来,中国酒业凭借强大的生命力,借助中国经济的高速发展,成为世界最重要的酒类生产国之一,并进入到每一个中国人的生活中。

70年间,无数的智慧和力量奉献在酒业,为中国酒业的发展奠基。一代代酿酒人的技术总结和创新,让中国酒业从传统酿酒作坊向工业化、现代化演变,掀开了中国酒业崭新的历史篇章。

第十二届全国政协常委、河北省人民政府原省长季允石,重庆工商大学原校长杨继瑞,中国军事科学院博士生导师、中共中央政治理论局集体学习授课人之一、中央电视台《百家讲坛》开坛大典主讲人、中央电视台军事频道周末开讲主讲人江英,中国副食流通协会会

长何继红,中国酒类流通协会常务副会长刘勇,中国副食流通协会副会长王筱斌,中国副食流通协会白酒专业委员会专职副会长陈铁锤,国家白酒评委、著名白酒专家王贵玉,著名白酒专家胡义明,湘潭市政府副秘书长苏国军,湘潭市岳塘区区长陈爱民,湘潭市岳塘经济开发区党工委副书记刘小伟,湖南中弘投资管理有限公司董事长肖志军,中国千商大会组委会办公室主任熊玉亮,中国千商大会组委会办公室常务副主任、中国酒业新闻网总编辑韩文友以及各省市酒业协会负责人齐聚岳塘,共话酒业辉煌。

杨继瑞认为,新中国成立70周年,我们取得的成就是非常巨大而辉煌的,酒业同样如此,在产量、品牌、科技、模式、机制等方面,都发生了翻天覆地的变化。生物工程、智能酿造、资本运作、企业制度、大数据应用的商业模式创新等都形成了中国酒业的灿烂与辉煌。

数据显示,高端白酒的增长是两位数以上,利润增长超过了销售总额的增长。随着经济的发展,同样,也会启动和带动另外一些二线三线的品牌跟进,这是一个大的趋势,我们要致敬时代发展的70年,致敬酒业发展的70年。

致敬时代 见证酒业发展未来

在“2019中国千商大会·岳塘酒业峰会”上,备受业界关注的《献礼70年——2019中国酒业白皮书》首发亮相。季允石、杨继瑞、江英、何继红、刘勇、熊玉亮、韩文友、刘维平上台共同为《献礼70年——2019中国酒业白皮书》启动首发。

2019年是新中国成立70周年。70年里,中国酒业作为时代的深度参与者和最大的受益者之一,紧抓历史机遇,奋力拼搏,坚守品质,传承创新,成就了自身辉煌。为更好地了解消费者,透析品牌发展的潜力,《白皮书》从

各个时期的技术攻关、科研创新、营销革新、消费转型等方面详细记述了中国酒业在70年时间内的变化发展。

《毛泽东智慧与企业发展战略》的主旨演讲中不难看出,酒业的发展离不开理论与实践。该演讲全面回顾了毛泽东领导中国革命的光辉历程,并结合现代管理理论科学深入阐述了毛泽东智慧的精华。针对酒业企业发展,江英讲到,毛泽东思想是在实践中产生的,所以具有很强的实践性;毛泽东具有很高的哲学素养,所以毛泽东的思想又有很强的理论性。商业战争与军事战争有诸多相似之处,企业经营管理者们可以从一些战争战略思想中学到很多有关成功管理、经营企业之道。

如今,白酒行业已经进入了“后调整时代”。“强者愈强、弱者愈弱”的“马太效应”日益形成,一线白酒企业通过产品系和价格带的扩展实现了挤压式增长,中小白酒企业的市场份额被逐步挤压,产品和品牌进一步向一线企业聚焦。

白酒行业振兴靠什么?中国食品安全工程白酒大数据研究院杨宏恩认为,一靠竞争力,二靠话语权,但核心是靠竞争力,靠中国白酒企业竞争力的整体提升。随着互联网、云计算等新兴技术的迅猛发展,大数据作为一个新工具已经进入到社会的各个领域,毫无疑问,我国酒业的大数据时代已经到来,正在深刻影响和变革整个行业的生产方式、消费方式、交易方式等。可以预见,未来大数据与白酒行业的结合,也必将白酒的生产、流通与消费产生巨大的影响。期间,杨宏恩还发布了《中国白酒企业竞争力指数蓝皮书》,并首发《中国白酒企业竞争力大数据蓝皮书》。

不忘初心 科研攻坚成就辉煌

在中国酒业的发展历程中,永远离不开

王建伟总经理首先对“百年秦池·头排(轮)酒进行上市推介。白酒专家、营销专家分别介绍了“百年秦池·头排(轮)酒的品质价值和山东高端浓香型白酒的发展趋势。活动现场,白酒专家、书法家纷纷题字祝贺。

科技人才是秦池发展的重要力量。为促进企业科技进步,秦池聘请白酒专家邱树毅、杨大金为山东秦池酒业有限公司技术顾问;为进一步增强产学研交流,贵州大学邱树毅院长为山东秦池酒业有限公司授予了“贵州大学酿酒与食品工程学院教学实践基地”的匾牌,并发表了热情洋溢的讲话。

本次活动是临淄县2019年文化活动的一部分。也是秦池为庆祝建国七十周年而举行的一次重要活动。从薛庄酒坊算起,秦池已经走过80年的光辉历程,80年来,秦池人创新发展,励精图治,不忘初心,牢记使命,用工匠精神成就不朽品质,用使命担当续写历史辉煌。企业生产的浓香型百年秦池、酱香型龙魂重酿等系列产品在省级评比中屡获殊荣,深受消费者喜爱,引领了鲁酒消费新时尚。

百年秦池头排(轮)酒采用先进的五粮液生产酿造工艺,中高温曲为糖化发酵剂,经陈年老窖双轮固态发酵,混蒸混烧,正常发酵周期75天,夏季压排接近60天,度夏压排双轮底酒酯累计发酵长达200余天,秦池浓香型白酒酿造周期中时间最长也是品质最好的酒,是融合了传统酿造工艺和现代科技的大成之作。这与秦池特有的“三低工艺”密不可分。“三低工艺”既低温入池、低温发酵和低温蒸馏。有个比喻说的好,低温酿酒就好比煲汤时讲究的“小火慢炖营养好”,这样酿出的酒有“三多”的特点:小分子物质多、水溶性物质多、健康因子多。也造就了头排酒口感更舒适,酒体更绵柔的特点。

当然,酿造出一杯真正健康舒适的品质好酒,除了在工艺上的精雕细琢,也离不开原材料上的万千甄选。好粮才能酿好酒,百年秦池头排(轮)酒五粮精华,原料配方严格按照五粮液浓香工艺配比,高粱36%、大米22%、糯米18%、小麦16%、玉米8%,遵循高粱产酒香,大米产酒净,糯米产酒绵,玉米产酒甜,小麦产酒醇的特点,为头排酒的品质基础创造了天然优势条件。

“姜是老的辣,酒是陈的香”。头排酒选用优质陶坛在厂内及沂山秦池东镇酒窖恒温恒湿的环境下进行单独贮存老熟,老熟期达3年、5年、10年不等,最高可达到15年。良好的储酒环境能够高质量的去杂集纯、去燥添醇,储酒陶坛特有的微孔网状结构与极大表面积也保证了环境对酒体的交互滋养,能够最大程度保留对人体有益的健康物质。

海岱文脉催醇熟,东沂紫气润酒香。相信这款有着80年底蕴的白酒,在社会各界的关注支持和企业的持续努力下,一定会引领鲁酒消费新时尚,为重振鲁酒发展再添风采,再立新功!

(孙晓琳 魏雪峰 王燕 张召刚)

酒业科研专家孜孜不倦的钻研攻关,没有他们辛勤的付出,中国白酒不会更纯、更香。在中国千商大会上,先后颁发了第一届、第二届终身成就奖,授予数名行业中的泰斗、大师终身成就奖。

在“2019中国千商大会·岳塘酒业峰会”开幕式现场,季允石为曾祖训、王贵玉、胡义明颁发了第三届中国酒业终身成就奖。

“首创白酒色谱分析法发明‘点滴测试法’,被誉为白酒分析鼻祖,为浓香型白酒产业发展做出了卓越的贡献。受命于一穷二白的年代,从业60多年,他一直推崇以科研的力量照耀中国酒业前行,作为一名‘80后’,他退而不休,让美酒更好地满足人们的美好生活,是他关注的焦点。”这是曾祖训的颁奖词。

“他从北山黑水间走出,毕生钟情于酿造科技事业,他是第五届全国评酒会白酒专家组成员,见证了中国酒业的壮阔历程,他勇于尝试、敢于创新、精于实践,以高瞻远瞩的战略眼光,为东北白酒振兴献计献策,他首创大连酒文化博物馆,倡导酒文化的魅力呈现,为白酒产业的健康前行保驾护航。”王贵玉的颁奖词让与会代表为之敬佩。

“他坚信天道酬勤,用青春谱写酒业发展蓝图,躬耕数十载,用热血浇灌酒业新成长;他坚信,创新是驱动发展的第一要素,把脉市场新方向,制造消费新亮点;他说,中国酒业要不断融入国际化理念,才能真正地走向世界,拥抱全球市场。”这是胡义明的颁奖词。

“在中国酒业的高质量发展之年,中国千商大会·岳塘酒业峰会将为酒业带来丰富的资源和优势,为中国酒业走向世界提供创新思维。中国千商大会创新形式、丰富内容、激荡思想,充分发挥好平台作用,将为中国酒业的发展作出更大贡献。”中国千商大会组委会办公室主任、中国酒业新闻网总编辑韩文友说。

天猫数据告诉你真实的酒水消费趋势

徐雅玲 杨雯

说到喝酒,你以为种类只能是白酒、啤酒、葡萄酒?人群只能是三五成群的中老年男人们?产地只有法国英国意大利?那你可真是太孤陋寡闻了。天猫99全球酒水节暨2019年中国酒类消费者趋势发布会上发布的内容,可能会颠覆你的认知。

近日,记者在“天猫99全球酒水节”刚刚公布的数据,给你深入解读一下,国民酒水消费背后的趋势和特征的基础上,什么是最新的酒水行业消费趋势:年轻化、日常化、女性化、专业化。

据公开资料显示,2016年9月9日举办第一届,彼时,很多人以为它只不过是酒水类的“双十一”用来拉动消费;如今,它已经发展为酒行业全年最重要的行业IP,成为酒水行业线上消费的“指向标”之一。累计至今,先后有来自五十多个国家的数十万款酒品在天猫上线,深度参与酒水节活动。因此,依托于阿里巴巴集团的广泛的用户群体和数据资源,其数据的权威性不言而喻。

80、90后成为酒水消费主力军

值得一提的是,记者从天猫99全球酒水节暨2019年中国酒类消费者趋势发布数据了解到,80、90后成为酒水行业消费的主要人群。根据天猫数据显示,线上酒水的消费者年轻人占比呈增长趋势,其中80、90后在酒水的消费中占比高达近70%,酒水消费年轻化在近几年趋势愈发明显。记者通过数据发现,目前80后是白酒主要消费人群,90后及95后年轻人消费更多是在葡萄酒、洋酒及果酒上。

一位白酒分析专家告诉记者,近年来,各大酒企为了抢夺年轻人这块市场纷纷使出浑身解数,推出低度小包装白酒,如泸州老酒小二、洋河洋小二、五粮液零嘴等;进行情怀营销,如江小白;结合热门IP,如泸州老窖的《桃花醉》;跨界打造爆款,如泸州老窖香水、茅台冰淇淋等,为的就是“博君一笑”。显然,他们达到了想要的效果。

酒水不再是只会出现在饭桌上

在年轻的饮酒人群占比逐日扩大的趋势下,饮酒的方式和场景也在趋于日常化。“你什么时候会喝酒?”针对这一问题,记者拿着这一问题去采访身边朋友的时候,他们大多数都表示,想喝的时候就喝,开心的时候可以喝,不开心的时候也可以喝。该业内人士指出,由于酒的种类越来越多元化,消费者对不同类别、不同价位的酒的选择也越来越多元,不同的场景可以喝不同的酒,没有特定的人群,没有特定的酒桌文化,因此,人们喝到酒的时候越来越多。

女性消费者的客单价增速高于男性

据记者了解到,烈酒、啤酒都曾推出过女性专属产品,但大多数都以失败告终。然而,随着酒类产品越来越多元化,以及女性消费者自身饮酒需求的转变,在酒行业上,女性市场的发展潜力是巨大的。

早在2018年,第一财经商业数据中心(CBNData)联合天猫发布《2018天猫酒水线上消费数据报告》,《报告》数据显示,女性酒类消费金额占比呈现增长态势,客单价增速远高于男性。在女性消费者的需求中,白酒和葡萄酒占主导地位,其中,女性喝葡萄酒能美容养颜的说法也让葡萄酒赢得了众多女士的芳心。

在消费者发生变化的大背景下,生产厂家的战略也相应的发生变化,例如张裕葡萄酒推出的葡小奇以及玫瑰红葡萄酒;在啤酒方面,据记者调查显示,无酒精、低浓度或者果味啤酒受产品更受女性消费者欢迎。

在女性消费者这里,“颜值即正义”。

酒水类消费者开始注重酒带来的身份认同

根据淘系数据显示,过去两年,商品标题中带有与酿造工艺、产地、分级等专业知识相关的关键词,所对应的搜索人群,同比增速已达远高于整体酒类消费者人群增速。消费者对于洋酒产地的认知已经不再局限于传统的英法等国,小众产地的洋酒逐渐普及化。

对此,记者采访到业内的白酒营销专家,他表示,一是面对经济全球化的发展,酒类行业也呈现着全球化、多元化的发展趋势,这让不少小众产地的洋酒也能在中国“拥有姓名”;二是消费者的认知水平的提高,对酒类知识了解越深入,变得不好“忽悠”,整个酒类行业向着更专业、更健康的方向发展。

据记者了解到,9月11日,天猫99全球酒水节报道出炉,茅台、五粮液、洋河、泸州老窖和汾酒位居酒类品牌前五名;壹玖壹玖、歌德老酒庄及洋河位列酒类店铺前三名。

天猫99全球酒水节,对于酒水行业来说,是极具意义的,参与的国家和品牌的范围之广,参与的酒类种类之全面,参与的消费者之众多,形成了全面具体的数据库,反映了酒类行业的百态,同时,也能促进中国酒文化的传播,让中国的好酒走向世界。