

花冠集团薪火传承十八载 打造行业储酒文化节

弘扬闽酒文化 展现千年酒城魅力

■ 黄晓铃

日前,恰逢中华人民共和国70周年大庆之际,福矛酒业集团在重阳佳节当天举行“2019年首届福矛酿酒文化节”活动,传播中华传统节日文化,弘扬闽酒文化精髓,展现千年酒城魅力,向新中国成立七十周年华诞献礼。

原南平市政协主席官维祺,原福建省轻工业厅副厅长、省酒业协会执行会长吴经奋,原南平政协副主席陈学松,南平市委常委、建瓯市委书记丘毅,福州市长乐区统战部部长余岸明,建瓯市人大副主任苏小宁,建瓯市人大副主任、市委办主任叶华,建瓯市副市长龙毅,建瓯市政协副主席郑敏,福矛酒业集团董事长、总裁蒋国兴,福矛酒业集团副总裁蒋晨熙,以及来自福建省、南平市、建瓯市各职能部门领导,各商会、协会领导,来自全国各地的经销商代表、媒体记者、福矛之友等600余人相聚在千年酒城建瓯,共襄福矛酿酒文化节盛会。

建瓯市龙毅副市长代表建瓯市委市政府对福矛酿酒文化节成功举办表示热烈的祝贺。他希望福矛酒业集团坚持走绿色、生态、可持续发展之路,以打造国内酒业龙头为目标,继续在技术创新、品牌提升、产能扩大、市场开拓、资本运作、文化挖掘上多下功夫,不断提升建瓯白酒产业整体素质,推动建瓯白酒产业进一步做大做强,成为全省乃至全国白酒行业的一面旗帜,实现建瓯白酒产业的繁荣和振兴,有力推动我市经济社会跨越发展。

武夷山下一枝花,福矛酒飘万里香。福矛酒业集团董事长、总裁蒋国兴在致辞中表示从历史文化到技艺传承,再延伸至品牌创新,福矛酒业集团从多元角度深入诠释“为健康幸福酿造每一滴酒”的企业使命,全面展现福矛酒业得天独厚的自然环境、传承精湛的酿造技艺、虔诚执着的工匠精神和博大深厚的文化根基。举办福矛酿酒文化节既是感恩先祖、传承匠心的致敬之举,更是不忘初心、砥砺前行的庄严宣誓。

合天时擂鼓鸣 三献礼敬酒祖

九九重阳,登高祭典。三献礼,祈福兴旺。千年酒城,福矛飘香。巍巍华夏,盛世昌荣!接着,由福矛酒业集团董事长、总裁蒋国兴,副总裁蒋晨熙,及福矛酒业集团高管组成主祭人员登台向酒祖伏羲三献礼!首献福矛窖酒,祈福酒业兴盛、国泰民安;亚献高粱、小麦,祈福风调雨顺、粮田丰茂;终献武夷甘泉,祈福福泽丰润、生生不息。在庄严的仪式中,把观众带回福矛的前世今生,感受千年酒城的生生不息。祭祀酒祖既是福矛窖酒的文化传承,也让大众更加关注到中国闽酒文化的继承与发扬。

尊师重道,缅怀先贤!随后,主祭人员在福矛酒业集团董事长、总裁蒋国兴的带领下向“福矛之父”郑致平像行鞠躬礼,敬先贤!在福矛发展的历程中,“福矛之父”郑致平功勋卓著!1983年,时任茅台酒厂白酒技术易地生产的遵义轻工研究所所长的郑致平先生,在“建瓯籍旅外工作的高级知识分子智力支乡”活动中,帮助家乡建瓯酒厂成功试制出第一批茅台酒型的白酒,一举填补建瓯白酒空白。

致匠心传非遗 大师荣耀钜献

在各位领导和嘉宾的共同见证下,《八闽非遗纪事之“福矛非遗传承人蒋国兴”》纪录片正式亮相,在蒋国兴的带领下,福矛酒业集团不忘初心,牢记使命,一心一意抓好酒业,脚踏实地把老天恩赐的闽酒文化继承好、发展好,为福矛窖酒12987“四高一长”非遗传统酿造技艺的传承发扬而不懈努力。

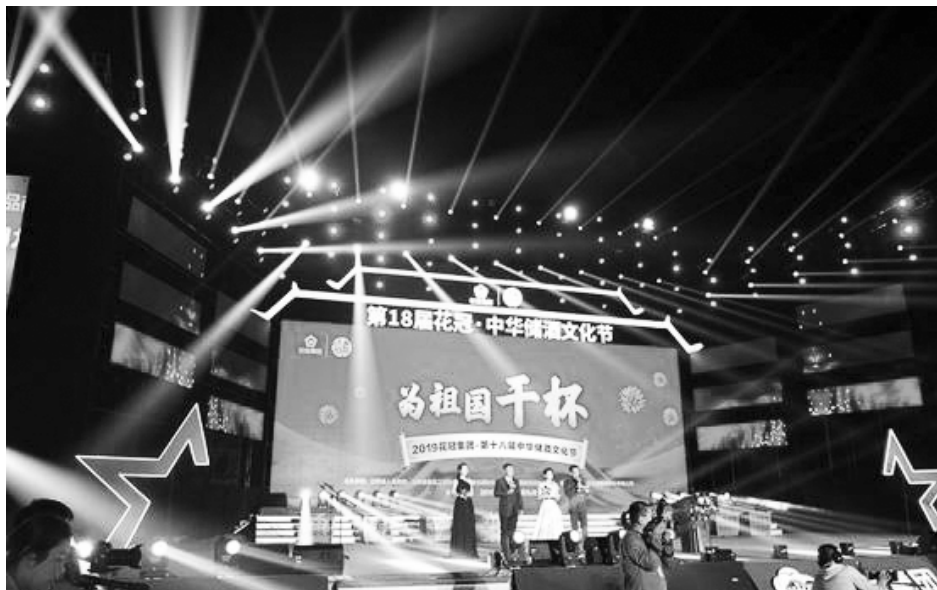
致敬非遗,弘扬闽酒文化。在这个喜庆吉祥的日子里,福矛人再为非遗事业做贡献,隆重上市“福矛窖酒·非遗大师”1956限量版纪念酒。该纪念酒由酱香型福矛窖酒酿造技艺非遗传承人蒋国兴亲酿亲藏,赋能非遗文化,守护福建文脉,致敬坚守匠心传承的各行各业非遗大师!

重阳下沙投料 福矛原酒飘香

在福矛一号生产车间,一年一度重阳下沙仪式隆重举行。在福矛工人师傅的演示下,与会领导嘉宾共同为福矛酒业集团2019-2020年度福矛窖酒酱香原酒酿造投粮下沙,祝贺福矛酒业集团2019年首届福矛窖酒文化节各项议程圆满成功!祈福在接下来一年的福矛酿造生产周期里,多出酒、出好酒!

福矛酒业集团一直坚守“真心酿真情,真情酿美酒”的酿造理念,为此,福矛推行全面质量管理,严格秉承“粮必精、曲必陈、水必甘、器必洁、工必细、贮必久、管必严”的21字酿酒真经,而重阳下沙则是福矛窖酒“合天时、择地利、聚人和”,顺应了春生、夏长、秋收、冬藏的时节智慧的具体体现。

同时,福矛酒业集团在园区还举办了“千年酒城,醉美福矛”为主题的壮丽70年摄影展,及“品味建瓯特色美食小吃、福矛美酒”等丰富多彩的节日活动,让远道而来观光的客人在欣赏福矛独特酱酒文化的同时,还能直接体验福矛窖酒生产工艺,品尝热情主人奉上的美酒和小吃,为酿酒节日增添气氛!



企业文化体系。在新时代要建成一个让员工、股东、所有利益相关者有方向感、认同感、安全感、获得感、幸福感的新花冠。真正使企业文化“内化于心、固化于制、外化于行”,让花冠的工匠精神、奋斗精神内化为全体员工的精神品质,加快了管理模式转型。花冠集团借助高质量发展,实现新名酒工程。我们有理由相信,新时代下的新花冠带着新使命将更上一层楼。

匠心创领新名酒 同心筑梦新花冠

上世纪90年代末,鲁酒经历了整体受挫。时至今日,鲁酒企业在酿酒规模、技术研发、酿造工艺、品类风格等方面苦练内功,开启了新一轮的振兴之路。二十载砥砺前行,鲁酒综合实力、工艺创新、品类创新等方面都走在了全国白酒行业的前列。

花冠集团作为鲁酒振兴的领军企业,深切认识到,想要振兴鲁酒必须将内功做到极致。2013年,集团内部开始实施“名酒工程战略”,以国名酒为标杆,全面系统地从事工艺技术、管理理念、营销战略、品牌塑造等方面学习国名酒。2015年,国家名酒评论推出《揭秘花冠集团“名酒工程战略”》的专刊,充分说明花冠集团发展战略的高瞻远瞩。时至今日,历经六年的积累和发展,花冠集团已经正式迈向新名酒时代。

在今年3月份举办的成都春季糖酒会上,花冠集团董事长刘念波发表了《新名酒驱动白酒行业新发展》的主题演讲,表示中国白酒市场进入了“老名酒+新名酒”的双轴发展时代,并提出了塑造新名酒的基础和价值表达方式:

首先,塑造新名酒的基础——高品质的新品类。在这方面,花冠集团通过“三雅两长”鲁雅香酿造工艺体系,酿造出正统鲁酒精品——鲁雅香新品类,不仅奠定了花冠的品质基础,还成为花冠和鲁酒的风格代表。

其次,塑造新名酒的核心——新的品质与价值表达方式。新名酒要具备与消费者品质认知同频共振的价值表达方式,即:年份品质表达、酒庄品质表达、特色产区品质表达。

一是年份品质表达。业界一致公认,酒是陈的香,老酒是酿造好酒的基础。这要求酒企认真酿酒,实在储酒,让储酒成为好酒的基本表达方式。这方面,花冠集团有坚守了18年的中华储酒文化,巨野更是被授予“中华储酒文化之乡”称号。通过储酒节,花冠集团不仅储备了大量优质原酒资源,更引领了储酒时代新潮,为鲁雅香及其他中高端产品开发积累了宝贵的原酒资源。

二是特色产区品质表达。特色产区品质表达,最能代表一个区域特点和地域特色。世界名酒均产自产区,像葡萄酒有波尔多产区、纳帕产区等。中国白酒有贵州的酱香产区、四川浓香金三角产区等。菏泽是著名的“中国牡丹之都”,而酿造鲁雅香所需的“牡丹春曲”和“天香窖泥”都融入了牡丹元素,花冠集团正在申报鲁雅香“巨野特色产区”。

三是酒庄品质表达。白酒酒庄是中国白酒与国际接轨的最好路径,也是实现白酒品质与价值体现的最佳表达方式。花冠集团投入巨资建设了国花酒庄,目的是用世界语言解读中国白酒,打造品牌和品质新高地。酒庄本着可体验、可追溯、大师领衔、第三方监管、

第三方定价的原则,可满足消费者对私享化、高品质服务和个性化定制的需求,真正与消费者实现价值共创。

迈入新时代,花冠集团在高质量发展道路上的不断追求和积累,为花冠新名酒工程打下了坚实基础。未来已来,花冠集团将一直屹立在行业战略高度,在引领新名酒发展道路上披荆斩棘,主动担负起振兴鲁酒重任。

中华储酒文化节 星光璀璨精彩纷呈

中华储酒文化节一直是全国媒体高度关注的文化盛宴,所以花冠集团各销售公司也借助如此天赐良机各尽其法,纷纷在中华储酒文化节期间举办各类活动。10月5日,花冠鲁雅香以10001瓶鲁雅香瓶储年份酒排列出最长的中国酒列队,成功打破世界吉尼斯纪录,为第十八届中华储酒文化节的开幕打响第一枪。随后举办为新中国庆生升旗仪式;金贵酱酒战略发布会暨馆藏私藏酱酒首发仪式;瓶储年份酒灌装启动公证仪式;国花庄品牌全球发布会;国花酒庄澳洲红酒馆开馆仪式;冠群芳·柔酒大师——柔动齐鲁大师之道暨中国大师精神高峰论坛;首届杰作粉丝汇;新名酒之约等活动。些重磅活动的举行,不仅展示出花冠各销售公司的实力,也体现出花冠产品全国化道路的引领,犹如深水炸弹,必将在业界引起不小的震动。

储酒节的晚会现场精彩纷呈,著名歌唱家蒋大为演唱的《牡丹之歌》《我和我的祖国》,著名青年歌唱家刘和刚演唱的《麒麟》《梦的花冠》,将晚会现场气氛推到了高潮。

花冠集团的新宣传片《大美花冠》,让观众了解到全新的花冠集团。巨野宣传片《大美巨野》,更是让观众看到了巨野这一方沃土正在齐鲁大地上快速崛起。

为祖国干杯,为祖国祈福,第十八届中华储酒文化节的成功举办,更多的是向全国展示花冠人的工匠精神,这种精神是日复一日,贯穿在血液之内,永远坚守。正是有了这种永恒的工匠精神,花冠才有了今天的光彩夺目,今天的耀眼成就。新时代再塑一个新花冠,这是每一个花冠人新的使命和责任,也是对新的开始新的展望。

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



■ 孙晓琳

金秋十月,举国欢庆。在举国同庆的喜悦氛围里,以“为祖国干杯”为主题的2019花冠集团第十八届中华储酒文化节正式拉开了帷幕。10月7日,星光璀璨,大师云集,来自社会各界的嘉宾、媒体记者近万人齐聚花冠集团,共同见证中国白酒界这一盛事,感受花冠人的创业历程和奋斗精神。

酒是陈的香,是数千年来中国人对白酒的基本认知。为了酿造一瓶极致佳酿,自2002年起至今,花冠集团开江北储酒文化先河,把“储酒工艺品质文化”、“九九重阳节庆文化”和“感恩许愿文化”合三为一,举办盛大的中华储酒文化节。

十八年来,参加储酒仪式的各界名流、嘉宾、消费者等累计超过五十万人次;十八年来,中华储酒文化节累计储存高品质酒近5万吨,为鲁雅香新品类积累了宝贵的原酒资源;十八年来,中华储酒文化节传承酿酒传统,弘扬储酒文化,成功塑造了新名酒最重要的价值与品质表达方式之一。麒麟之乡菏泽巨野,因为花冠集团十八年的坚守,又新添了“中华储酒文化之乡”新名片。这是花冠人用智慧和汗水铸就的最宝贵品牌IP资源,是花冠集团最耀眼的光环。

历经18载的坚守,中华储酒文化节无论从节日性、文化性、规模化都堪称中国白酒发展史上最伟大的储酒盛事。中华储酒文化节开创了中华储酒文化先河,不仅是花冠集团最闪亮的金字招牌,更弥补了中华白酒文化在储酒节日上的空缺,推动了全国白酒储酒热潮,在中国白酒发展史上描绘了浓墨重彩的一笔。

栉风沐雨六十载 奋斗成就新价值

在新中国经济建设和中国白酒行业转型发展的大潮中,花冠自1958年建厂至今,几经沉浮,历经风雨,从最初的一个县级酒厂,发展成为集白酒主业板块,葡萄酒产业板块,金融投资产业板块和以房地产、印刷为主的其它产业板块四大事业发展格局于一体的大型企业集团,一跃成为鲁酒领军企业,主动担当起振兴鲁酒重任。

61年栉风沐雨披荆斩棘,61年励精图治勤奋进取,61年峥嵘岁月铸就辉煌。走过61年,花冠人用自己踏踏实实足迹走出一部筚路蓝缕的创业史,走出一部自强不息的奋斗史。回眸花冠61年的发展史,花冠人迈出了凝聚着拼搏与进取的“三大步”,实现了花冠品牌的高价值:

第一步,以产品品质塑造花冠品牌。自1988年起,中国白酒泰斗周恒刚先生、新中国第一代评酒大师卢少英先生和著名白酒专家沈怡方先生多次亲临花冠,主导研发“天香窖泥”和“牡丹春曲”,不断改进酒体设计技术,系统优化酿酒技术,奠定了花冠酒的品质基础。

第二步,以品类创新提升花冠品牌价值。自2002年起,花冠集团以中华储酒文化节为载体,大规模储存高品质原酒,不断优化原酒储存量与储存结构,实现产品品质持续提升,并成功研发了鲁雅香型白酒新品类,让花冠酒有了自己独特的风格特色。

第三步,通过“新名酒工程”战略实现花

冠品牌高价值。花冠集团以高品质的新品类——鲁雅香为核心,通过“新名酒工程”战略引领品牌跨越,实现花冠品牌高价值。

花冠集团现有员工3600余人,其中,中国白酒大师1名、国家级白酒评委8名、国家级果酒评委4名和省级白酒评委16名,专业技术人员216人,技术和科研实力雄厚;白酒主业板块建有酿酒发酵池1.3万个,年产优质粮食酒2万吨,储酒能力达13万吨,10条现代化罐装生产线,是山东最大的优质粮食酒生产和储存基地。

白酒主业板块下辖花冠酿酒股份、御思酒业、国花酒业、江苏大风歌酒业和金贵酒业等六家白酒生产企业,生产规模和技术实力在全省行业内位居前列;葡萄酒产业板块下在全行业位居前列;葡萄酒产业板块下辖澳大利亚贝尔维德酒庄,技术、文化和规模与世界一流葡萄酒企业接轨;金融投资产业板块下辖山东共同投资、金山小额贷款等;其他产业板块下辖山东置业、宏达印刷等。

花冠的发展来之不易,花冠的成就有目共睹。花冠发展之路,演绎出一场创业史诗。花冠的奋斗精神一直长存,花冠的拼搏精神始终延续。未来的花冠将在新时代的引领之下,更加辉煌璀璨,新时代再塑新花冠是花冠人的新花冠梦。

品质文化双提升 共筑发展高质量

山东省政府接连出台《关于加快培育白酒骨干企业和知名品牌的指导意见》、《关于进一步加大工作力度促进山东白酒高质量发展的建议》等文件,明确提出要打造一批全国知名的白酒骨干龙头企业,把鲁酒振兴提升到省委、省政府重点支持的战略高度。

面对前所未有的战略机遇,花冠集团将担负鲁酒领军企业的责任使命,推动中国白酒市场进入“老名酒+新名酒”双轴发展时代,实现鲁酒全面振兴。

回顾花冠的发展史,花冠作为山东白酒的龙头企业,得益于“实实在在做人,认认真真酿酒”的文化红利和股权改革的制度红利的充分释放,实现了高速跨越式发展。可以说,花冠集团的高速增长是鲁酒高质量发展的一个缩影。

花冠集团坚持原酒储存战略、市场结构战略、产品结构战略和人才战略,取得了二十年的风光无限和快速发展,也实现了企业内部管理和战略决策上的高质量、高水平发展。

在品质高质量发展方面,花冠集团通过产品品质塑造,塑造花冠品牌。其间,中国白酒泰斗周恒刚为花冠培育出代表花冠工艺特色的“天香窖泥”,中国白酒泰斗卢少英亲自为花冠把关酒体设计,中国白酒泰斗沈怡方为寻找黄淮名酒独有特性,亲自对花冠的酿酒工艺进行系统化总结和改造。几位大师的加持,奠定了花冠酒的品质基础。

中华储酒文化节的价值体现,也是品质高质量发展和文化高质量发展的双重引擎,为高质量创造了无限发展空间,也为花冠品牌价值打下了坚实的基础。

在文化高质量发展道路上,花冠集团始终秉承企业文化是企业的灵魂,是推动企业发展的不竭动力。为适应新形势、新任务,花冠集团适应时代发展及企业发展诉求,重新构建了包括企业愿景、使命和核心价值观的