

企业家日报 中国酒

ENTREPRENEURS' DAILY

Chinese drinks weekly 周刊

今日 8 版 第 113 期 总第 10093 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 责编:杜高孝 版式:黄健 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2021 年 5 月 15 日 星期六 辛丑年 四月初四

新闻周刊 | News bulletin

京东与贺兰山东麓葡萄酒 银川产区签订战略合作协议

日前,京东集团宁夏甘青大区政企总经理郑刚先生来到 2021 贺兰山东麓葡萄酒银川产区经销商大会现场,与银川市葡萄酒产业发展服务中心主任闫树革、银川市贺兰山东麓葡萄酒产业联盟理事长苏龙共同签署为期(三年)的战略合作协议。三方就京东自营贺兰山东麓银川产区旗舰店、“贺兰山东麓银川产区旗舰店+葡萄酒农场”产业运营平台建设等项目达成了战略合作,进一步拓展银川市葡萄酒产业销售市场,切实提升贺兰山东麓葡萄酒品牌市场竞争力和产业综合效益,不断强化“天作之贺和而不同一贺兰山东麓葡萄酒”品牌管理和保护,打造利益共同体。

掀起“美酒涟漪” 花冠助力平阴玫瑰节

玫瑰,既是神圣的化身,又是圣洁的象征,是国际通用的花卉语言。近日,济南市十七届人大常委会第二十次会议决定增选玫瑰为济南市市花,这意味着济南市拥有了双市花。第三届中国玫瑰产品博览会暨 2021 平阴玫瑰文化节于 5 月 7 日在济南泉城广场举行。本届玫瑰文化节以创新提升、产业融合、品牌推广、效益转化和促进全域旅游发展为原则,本着持续叫响“花开泉涌”这一文化 IP 的原则,采取“线上+线下”的方式举行。在玫瑰节上,花冠发布了馥郁玫瑰香型玫瑰珍藏酒,强化高端酒品牌形象,同时实现线上线下品牌的整合与融合传播,实现品牌的跨越式提升。

会稽山国潮兰亭荣获 中国黄酒类新品青酌奖

近日,2021 中国国际酒业博览会重头戏之一——2020 年度“青酌奖”酒类新品颁奖盛典在泸州举行。颁奖盛典上,会稽山绍兴酒股份有限公司出品的 1 升装国潮兰亭黄酒,荣获 2020 年度中国黄酒类新品最高奖“青酌奖”,为绍酒再添荣光。国潮兰亭黄酒,系会稽山公司 2020 年倾力打造的高端黄酒品牌。该产品顺应年轻消费者时尚审美情趣,把蕴含中国特色的国粹黄酒元素、国潮经典记忆、书法艺术基因相互渗透融合,一改传统黄酒在消费者心中的“老态、刻板”印象,酒体丰满、口感纯正、酒香馥郁、包装时尚,深受线上线下消费者的推崇与青睐!

太空“镀金”葡萄酒 预估拍价 100 万美元

一瓶法国葡萄酒在国际空间站度过约 14 个月,近日开始由佳士得拍卖行拍卖,预估成交价为 100 万美元,可能创造葡萄酒拍卖价纪录。这瓶葡萄酒产自法国帕图酒庄,是 2019 年 11 月运至国际空间站的 12 瓶葡萄酒之一,今年 1 月由“龙”飞船运回地球。据美联社报道,这瓶葡萄酒将与同年份和产地的一瓶葡萄酒捆绑拍卖,后者未离开过地球,以便买家对比两种酒的不同之处。十几名品酒专家在法国波尔多品尝了一瓶“太空酒”,体验与同年份和产地“地球酒”的区别,认为二者略有不同。为葡萄酒专业杂志《醇鉴》撰稿的一名专家评价,“地球酒”味道“更年轻”,“太空酒”则“略柔和、更芳香”。

韩国永川葡萄酒 LOGO 发布 强化国产葡萄酒品牌

韩国永川是韩国最大规模的葡萄产地,也是韩国葡萄酒生产基地。为进一步强化该区域代表性的葡萄酒产业特征,永川市政府于近日发布了“永川酒(Yongcheon Wine)”全新品牌 LOGO。永川市市长崔基文表示,此次采用全新视觉系统是为了与顾客形成情感共鸣,并增强了永川葡萄酒的形象,确立永川作为韩国国产葡萄酒的第一品牌。(综合)

新闻热线:028-87319500 投稿邮箱:cjb490@sina.com



时光凝聚酱香神韵 匠心雕琢祥酒新品

近日,“新周期酱酒高质量发展论坛暨祥酒中国祥系列新品发布盛典”在济宁万达嘉华酒店举行,来自山东省白酒协会、山东省糖酒副食品商业协会、山东省食品工业协会、贵州大学、齐鲁工业大学的领导和由中国白酒大师、国家级白酒评委领衔的专家团队,以及祥酒的核心经销商、重点客户,主流新闻媒体、白酒行业媒体等 500 多位嘉宾出席了本届盛典活动,共同见证了“中国祥”系列新品的荣耀发布上市。

作为红太阳酒业集团精心打造的战略新品,“中国祥”是继“金奖祥酒”之后的又一匠心之作,系列分为拾年、贰拾、叁拾三款产品,定位 300-800 元价格带,精准聚焦中高端。在酱香崛起的大势之下,在祥酒复兴全面开启的关键时期,“中国祥”系列新品的重磅推出,为祥酒的品牌系列化、价值高端化和市场全省化,再添重要砝码。有着近四十年品牌历史的祥酒,也再次迎来了高光时刻。

一脉相承酱香路 醉人芳香岁月来

发布会上,红太阳酒业集团董事长任春玉在致辞中回顾了祥酒的辉煌历史,并介绍了“中国祥”系列新品的品质特色、品牌内涵和战略意义。

任春玉董事长表示,从 1984 年第一瓶酱香祥酒问世以来,红太阳酒业集团始终坚守初心,秉持匠心,把精益求精、追求极致的工匠精神,融入到酱香型白酒酿造工艺的不断提升之中,并在国家级酿酒大师和行业专家的指点下,历经多年岁月积淀和苦心专研,顺利完成了祥酒的工艺精进和品质提升。

山东省白酒协会会长姜祖徕在讲话中对祥酒给予了高度评价,称赞祥酒是一款有历史、有文化、有品质且有资格代言山东的好酱酒,并对“中国祥”新品的上市和未来表现充满信心。

满载文化芳香,独具品味尊享。如果说红太阳中的中国红代表一种民族崛起不忘红色基因的初心,那么说祥酒中国祥则代表了国人浓郁的吉祥文化和家国情怀。中国红、中国祥必将红遍中国、祥和万家!

专家点评绵柔酱香 “中国祥”新品正式亮相

作为本次新品发布盛典的重头戏,“中国



祥”系列拾年、贰拾、叁拾三款新品,也在现场正式发布亮相。以深棕、玉蓝、明黄为主题色的三款新品,均采用造型优美的瓶体,瓶身圆润浑厚,色彩莹润典雅,瑞兽麒麟图案雕刻其上,既显尊贵风范,又含祥瑞寓意。艺术品般的外观,彰显出“中国祥”的非凡品味。

新品展示后,中国白酒大师、川酒集团总工程师大金宣读了由中国白酒大师、国家级白酒评委组成的专家团队对“中国祥”的新品评语:微黄清亮透明、酱香、陈香幽雅、细腻丰满、绵柔醇厚、回味悠长、空杯留香持久,具有酱香型白酒典型风格。品评专家们对“中国祥”新品的高度好评,不仅是因为其具有传统酱酒“酱香幽雅、细腻丰满、回味悠长”的典型特色,更重要的是,在保持传统酱香本味的基础上,祥酒进一步突出了“绵柔醇厚”的个性气质,这也是绵柔酱香最大的特色优势。

“中国祥”新品所代表的绵柔酱香,是在传统酱酒风格的基础之上,对品质的一次深化和升级,也是酱香细分品类的开山之作,以更高品质的品质和更细腻的风格,为消费者奉献了一款真正与众不同的好酱酒。

产品矩阵全面升级 市场战略谋划新局

祥酒,是北方地区最早的酱酒产品之一,也是中国文化名酒的代表品牌,有着近 40 年不间断的酿造历史,并在 1990 年代就创造了与茅台齐名的“酱香飘神州”的传奇,成为了家喻户晓的明星产品。时间的积淀,品质的精进,匠心的坚守,扎实的根基,让祥酒有底蕴、有自信、有实力再次站立在酱酒的潮头,以年份表达的方式推出战略新品。

尽管当下中国酱酒市场的竞争日趋激烈,但内蕴品质于外,外呈祥瑞于形的中国祥酒,已然具备了不可复制的品质优势和无可替代的文化价值,极大满足了消费者对品质酱酒、品牌好酒和文化名酒的需求。

“中国祥”新品上市,是红太阳酒业集团继 2019 年推出“金奖 1991”、“金奖 1999”系列产品后的又一重大战略举措,既是对祥瑞文化更深层次、更高格局的诠释与延伸,也是以新形象、新产品对喜爱、关注祥酒的广大

消费者一份真诚的回馈。“中国祥”新品的上市,也标志着祥酒产品矩阵的全面升级。“中国祥”与“金奖祥酒”两大系列产品,将共同构筑起祥酒更全面、更丰富的产品体系,并形成合力进一步强化“绵柔酱香”的产品势能,放大“祥瑞文化”的品牌效应。

事实上,两年前上市的“金奖祥酒”,已经成功引领起宁夏酱酒消费市场,实现了品牌的强势复兴。在此基础上,作为红太阳酒业集团全力打造的又一核心产品,“中国祥”新品将肩负起布局大山东、全省化招商的战略新使命。

可以预见,凭借品质、品牌和文化三大核心优势,“中国祥”必将成为祥酒品牌增长的第二曲线,成为经销商抢抓酱香机遇的“王牌产品”。

中国祥,绵柔酱;中国人的祥瑞之酒,金奖品质的绵柔酱香。以新品上市为契机,祥酒的产品阵容和品牌实力将迈入一个全新阶段,也预示着绵柔酱香引领消费潮流的时代帷幕,正式开启。(辛文)

植根中国市场 布局海南自贸港 保乐力加参展首届中国国际消费品博览会

日前,国际知名酒业集团保乐力加参展首届中国国际消费品博览会,携旗下众多享誉世界的烈酒与葡萄酒品牌与多达 92 款产品亮相海南国际会展中心食品展区 3 号馆,展品数量为保乐力加参展新高,展现“创享欢聚”和“可持续发展”主题。保乐力加希望能够通过此次盛会捕捉“双循环”发展格局及海南自贸港建设带来的新机遇,以领先的产品组合与创新的互动体验不断满足中国消费者日益增长的多元化需求,履行对中国市场的长期承诺。

此次参展是保乐力加展出产品最多的一次,产品组合丰富多元,涵盖干邑、威士忌、伏特加、金酒、朗姆、力娇酒、香槟等葡萄酒和烈酒的所有主要类别。近年来,洋酒在中国市场



受到越来越多的关注,消费者需求也日趋多元。保乐力加希望能够通过展示品类齐全的领先产品组合,为消费者提供更多产品选择,满足消费者在不同欢聚场景下对各细分品类多样化、多层次的需求。展台也为参观者提供

多维度互动体验,在品鉴、试饮、盲盒抽取等互动中促成人们的欢聚,与大家一起分享真实的、有意义的欢聚时刻,展示集团“创享欢聚”的愿景。展台均由符合环保标准、可循环利用的材料搭建,所有品鉴杯和吸管都是可降解材料制成,点滴细微之处均将可持续发展的理念贯穿其中。

自进入中国市场二十多年以来,保乐力加一直关注海南市场动态与机遇,在海南市场持续投入。在中国大力推进海南自贸港建设的浪潮下,海南区位优势愈发突出,一方面背靠中国市场、面向更广阔的国际消费者群体,另一方面,营商环境不断得到优化。作为发力海南市场的又一举措,保乐力加

已在海南三亚海棠湾免税购物中心开设马爹利旅游零售精品店。未来,保乐力加将继续加码布局海南,让更多的消费者了解到保乐力加旗下品牌及产品的独特价值。

“保乐力加对于海南发展成为国际旅游消费岛充满信心,海南也将是我们未来重点布局的区域之一。”保乐力加中国董事总经理高晟天表示,“得益于中国消费市场的强大韧性与活力,我们在 2021 财年前 9 个月取得销售额增长 34% 的出色成绩,这也意味着我们受到越来越多中国消费者的喜爱。未来,保乐力加仍将秉承‘创享欢聚’的理念,为中国消费者带来更多乐享美酒欢聚时刻,赋能实现可持续发展的未来。”(公轩)

Advertisement for 双汇熟食 (Shuanghui Deli) featuring a pig logo and the slogan '三重卤,更入味'.

Advertisement for 剑南春酒厂 (Jiannanchun Wine) featuring a bottle of wine and the slogan '剑南春酒厂出品'.