

掘金新城镇 金奖金徽 陕西市场荣耀上市

■ 钟文

这是一个凝聚三座金奖的品质之作，这是一个致敬时代荣光的经典之作，这是一个聚焦陕西市场的标杆之作，2022年7月1日，恰逢中国共产党成立101周年，一场盛大的发布会在古城西安大唐西市酒店隆重举行，金徽酒“金奖金徽”新品正式在陕西市场上市。陕西省糖酒副食流通协会会长宜保国，金徽酒股份有限公司副总、金徽酒销售西安公司同仁，以及来自全省各市县的经销商代表、各界媒体友人齐聚一堂，以酒为媒，共襄发展，一同见证了金奖金徽新品发布盛景。

三座金奖成就金徽口碑

传承年代记忆，品质一脉相承。本次发布会隆重推出的产品“金奖金徽”，在万众期待中解开了神秘的面纱。

复古造型的硬瓶瓶身，红金协调的经典配色，一亮相就迎来了现场的阵阵喝彩。金奖金徽以年代金装复刻为切入点，三款单品分别复刻1988中国食品博览会金奖、1993香港国际名酒博览会金奖和2018比利时布鲁塞尔国际烈酒大赛金奖，标志性的金属奖章镌刻瓶身正中，让消费者光看瓶子，就知道是一瓶好酒。

金徽酒此次发布的金奖金徽，更是金徽布局陕西市场的标杆单品。

据金徽酒股份有限公司副总、金徽酒销售西安公司总经理廖结兵介绍，金奖金徽在陕西市场的布局，更是战略意义。

“过去20年，消费升级助推着高端白酒不断跃进，头部酒企不断拉升档位位，高端白酒与低端白酒已经背背离，白酒消费市场正从传统的橄榄型市场，向哑铃型市场转变，高端酒更注重价值引导和消费精神消费，低端白酒更回归饮用酒的正适归属。”

“陕西白酒市场在全国品牌和本土强势品牌的多年经营下，高、中端市场，省会市场已呈一片红海；尤其是疫情从突发的黑天鹅演变成为影响深远的风暴中，人均可支配收入紧缩的当下，中低端白酒消费市场更回归理性，消费者对百元级次酒的品质更加关注，这也是陕西白酒行业不断涌入的入场券。”

“此番金徽酒隆重上市，将锁定中端镇镇市场，以农村包围城市的打法，配合金徽百年份系列、能量系列产品，从高到低三端同时发力，形成三足鼎立之势，以超越的品质打造陕西白酒市场的标杆之作。”

陕西省糖酒副食协会会长宜保国，也对金奖金徽的上市寄予厚望。“今天上市发布的三款金奖金徽酒，是一个好企业精心酿造出的金奖口碑的优质产品，无论是自饮、聚会和宴请，性价比都颇高，必将为金徽酒业的大发展奠定良好的基础。我相信，这三款酒的放心、喝悦的初心，金奖金徽美酒，一定能为各位经销商朋友提供有利的发展契机。只要大家经营酒水品质，真心实意与金徽酒业精诚合作，一定能使大家收获颇丰、互利共赢，也一定能够开创出金徽酒业与经销商朋友发展的一片新天地，从而为全省经济社会的高质量发展贡献我们酒业人的一份力量。”

三位一体升级营销为财富造势

金徽酒也对金奖金徽陕西市场的上市给予了前所未有的营销支持。

金徽酒销售西安公司金奖事业部总经理刘召阳，向在场的经销商来宾和各界同仁解码金奖产品的营销策略。

“这次金奖金徽战略单品陕西市场的发布，不仅是陕西市场消费者的福音，更是金徽酒业经分销售合作伙伴的财富机会。”

公司创新模式经营策略，一是聚焦乡镇、商贸镇、农贸分镇三位一体的营销策略；成立金奖事业部，进行统筹矩阵式管理，打造“乡镇 ABCD”分镇，覆盖陕西587个乡镇；“1+N”的组织构成，统筹席席介绍人、宴席核心店、宴席酒店和经分销售、商贸宴席渠道深耕陕西新城镇市场，形成多渠道布局，精准分级、逐层发力，打造陕西市场真正有口皆碑的大众口粮酒。

三瓶好酒臻享百元白酒的品质

金徽酒国家级白酒评委张娟大师，也带领现场嘉宾们一同品鉴三座金奖金徽的独特风味。

金奖金徽传承金徽酒多年来匠心酿酒，生态酿酒的品质基础，以秦岭之心时节的生态孕育，秘传工艺配秘方，中高温大曲老窖发酵，配和金徽独有的三低工艺：低温入窖，低温发酵，低温蒸馏，更赋予了金奖金徽酒体甘甜、净爽的独特禀赋。入口绵润，酒味协调柔和，尾调干净净爽，顺口入心，唇齿留香。

活动现场，来自全省各地的经销商代表，也进行了现场签约仪式，与金徽携手开启全新的财富双赢之路。

本次金奖金徽陕西市场的震撼上市，不仅为消费们带来了一款兼具性价比与饮用品质的经典产品，也为陕西白酒行业注入了一股全新的活力；在金徽酒全力以赴的营销支持下，金奖金徽定能实现预期战略目标，成为金徽酒深耕西北，布局全国，重点突破的关键性落子。

南国汤沟酒 开坛十里香

——汤沟名酒二次创业的崛起之路



■ 卞川泽

“南国汤沟酒，开坛十里香”，这是清代康熙年间戏曲作家、诗人洪昇路过江苏汤沟品尝会汤沟酒后写下的不朽佳作。曾经作为江苏省白酒界一面旗帜的汤沟酒业在发展浪潮中几经起伏，当前正处于二次创业的征途中。在名酒发展集中发力的今天，汤沟酒业会走出一条怎样的非凡之路？通过对江苏汤沟两相和酒业有限公司党委书记、董事长朱繼汇的采访，我们更加深入了解了这个企业的发展蓝图和规划路线。

二次创业 借得东风挂云帆

汤沟酒业是“三沟一河”（高沟、双沟、汤沟、洋河）的重要成员，历史上有过辉煌的过去。

首先是1984年参加轻工部酒类质量大赛，荣获金银牌奖，轻工部的颁奖让汤沟酒享受老名酒待遇，到了20世纪80年代中后期，汤沟酒业产能和销售量均达到四万两左右，那时是一个名副其实的全国品牌。第二个辉煌则是刚刚过去的2021年，汤沟酒业销售达到了15.8亿元，创历史新高。

2021年是汤沟酒业的创新谋变之年。这一年，汤沟酒业举办了首届汤沟开坛节，创成了省级绿色工厂、3A级旅游景区，获得了市市长质量奖，启动了五千吨优酒建设和两万吨原酒产能规划等，这些显著成绩为企业未来永续发展奠定了坚实的基础。

朱繼汇表示，跟同省的其他两沟一河相比，汤沟酒业存在自己的短板和不足，但其独有的特色也是有目共睹的，在江苏省政府的汤沟酒高质量发展规划中，汤沟酒业不可或缺。

“三沟一河”同宗同源，都是黄淮名酒带尤其是苏酒的重点企业。不久前，江苏省多部门联合发文列出了支持苏酒高质量发展的若干政策。这是基于二十多年前苏酒振兴计划的延续，说明了省委、省政府下决心要在新时代推进江苏白酒快速崛起。对于三沟一河而言，则是提出了不同的规模化、特色化、差异化发展目标。

从产区上讲，洋河所在的宿迁已经建成中国酒都，酒企的规模与酒都相匹配。淮安的市地级重点打造特色绿色文化、围绕“绿”字做精做优，全力赴连云港的汤沟则定位在差异化，以藏文化为主，加上手工班、老窖池、古法酿酒的特点，走差异化发展路子。

西风展翅向百亿迈进

西风营销团队时刻坚持以“高端化、国际化品牌战略”和“回归一流名酒序列奋斗目标”为行动指南，以复兴西风、再造西凤为使命。积淀了三年时间，历经数十次风雨的“西风”这一酒中文化，已然展翅腾飞！

今年，是公司的品质提升年，也是企业发展史上极为关键的一年。营销工作不断探索体制机制创新，坚持“自营、品牌及电商”三轮驱动发展模式，深入梓潼市场打造，复制成功经验，加速各地市场及渠道建设，保持根据地品牌、核心市场和重点市场的稳中有升，持续深耕开拓作力市场建设，与广大经销商一起共同开创西风发展新天地。

随着营销改革深入推进落实，营销团队从市场布局、产品结构、品牌赋能、团队建设及营销服务等方面进行了新的突破，为企业丰厚红利被进一步释放，品牌提升潜力进一步被挖掘。

市场布局方面，紧紧围绕“一个中心、两大布局、三大聚焦、四大保障”深化全国

汤沟酒业的天赋酒窖有四百多年历史，其老五甬酿酒工艺早在四百多年前沿用至今，所以，汤沟酒的味道还是小时候的浓香老味道。

有一句话叫“越是古老的，越是现代的，越是民族的，越是世界的”。汤沟要坚持以传统支撑的差异化，然后再结合酒旅融合、厂镇融合，达到独树一格的效果。

汤沟酒业的厂址位置特殊，周边的秦南河、柴米河、古屯河和北六塘河等几条河流流入厂区所在的范围形成一个半岛，从任何一个地方进入这个区域都要跨桥而入，这是差异化发展的一点。

朱繼汇认为，从酒企发展的角度来讲规模化、特色化、差异化，对三沟一河应该是统一的。

洋沟已经踏上了一个规模化的道路，不但是一个全国品牌，而且在全世界都有影响力，但是洋沟也不会拒绝差异化和特色化，没有差异化、没有特色化，企业也不会走得久远，比如说洋河的手工班、大师酒、生肖酒等都在走特色化和差异化的发展路线。

今世缘的特色化也同样离不开规模化和差异化。如他们的产能不断增加，今世缘国家的“酒造”是清晰酒香路线等。而汤沟酒业坚持的差异化发展，是对浓香老味道的坚守，这样的差异化必须要有足够的规模支撑，这也会形成苏酒标识鲜明的汤沟特色，共同为苏酒高质量发展贡献汤沟特色力量。

走出去 完成省内商业全覆盖

受历史等诸多因素的影响，汤沟酒目前的销售市场主要在江苏省内，今后该如何打破这种僵局，朱繼汇有着清晰的思路，深入的思考和明确的目标。

汤沟酒的销售市场主要集中在苏北，在连云港及周边有较高的市场占有率，在南京市场有两个亿左右的市场份额，所以汤沟目前还是一个区域性品牌，还未跻身全省强势品牌行列。

如何改变这种局面？汤沟将通过借助强者的声音在整个江苏省内“大”布局，今年要在新代化推进江苏白酒快速崛起。对于三沟一河而言，则是提出了不同的规模化、特色化、差异化发展目标。

其具体做法是在产地连云港之外，建立统一规划时间表和线路图，连云港之外的市场要贡献良好业绩来支撑三年翻番目标。2023年是三年翻番的收官之年，要把百分之七十以上的增量任务分摊给外地市场，这就预示着明年外地市场要全面发力，实现大面积翻番。

朱繼汇强调，两年之内汤沟酒业要在连云港之外建成五个以市为单位的亿元



年西风酒，华山剑创西风酒、国花瓷西风酒等，大众端经典绿瓶以及375西凤酒清晰的产品体系，在此基础上，五星红西凤和红蓝老绿瓶荣耀上市，由此形成由高到低价位段覆盖的产品体系，多层次产品共同发展，既满足不同消费群体的价格需求，又增强品牌的市场渗透度和竞争力。

品牌赋能方面，企业全面升级品牌宣传力，构建三位一体品牌传播体系，实现了立体联动、三集传播。通过以新华社、人民日报、央视等头部媒体进行高空造势，不断扩大在全国高铁、机场、户外大牌等核心资源的“广”覆盖量，形成了全国统一化、规范化和标准化的品牌赋能。同时与《杨澜访谈录》、河南卫视《武林风》等大型IP合作，全面挖掘品牌文化，强化输出，为西凤品牌全面赋能。

团队建设方面，全面啟動营销人才引进，建立符合市场规律的激励标准，吸引鼓励更多行业精英、团队和渠道资源人才加盟，加速自有营销团队组建。目前，公司营销团队已突破1200人，企业已更好

沛、地下水源丰富，极其适合酿酒，而且作为一个半岛非常适合于微生物的繁衍。

朱繼汇解释说，中国白酒守艺人可以概括为“四个老”。

第一是老环境，几千年没有变化的环境加上从青藏高原和云贵高原经过四十多年渗透过来的地下水，其被窖为四十年陈酿，跟老窖酒企像今世缘等的地下水源都是同源。

第二是老工匠，汤沟酒业有接近六百人的工匠队伍从事纯手工艺，支撑起了汤沟酒业的白酒守艺事业；

第三是老窖池，汤沟酒业有接近四千窖龄从四十年到四百年不等的纯手工老窖池，这些窖池也是中国目前一定窖龄以上占比最高的；

第四是老工艺，汤沟的老五甬工艺已被沿用四百余年，是省级非物质文化遗产，目前正在申请国家级的非物质文化遗产。老五甬工艺不仅是传统的工艺，还具备非常高的科技含量，包含了制曲、粉磨、发酵、酿酒等整个酿造流程。

从这四个方面，汤沟酒业提出要做中国白酒守艺人的要求，并且下定决心要把这些传统、技艺、财富传承下去，让更多的人能够领略到穿越时空的老味道。

从地理环境来讲，汤沟所处的位置位于中国的南北交界点上，它的南部是真正意义上的南方，向北是真正意义上的北方，所以汤沟酒有这么分明的品质是因为这里有最分明的四季。

当前名酒集中化发展趋势明显，汤沟酒业也提出了自己的发展规划，如三年翻番，十年百亿献礼。种种迹象说明汤沟酒业要在这一年的快速发展车道上创造新的辉煌。

对此，朱繼汇代表全体汤沟酒业人士表示，不把这一瓶酒做好，既对不起老祖宗留下来的宝贝，也不对起全县工业发展的历史。所以，汤沟酒业当前务必要抓住中国白酒新一轮洗牌的机会，通过一系列行之有效的动作来实现发展目标。

第一，快速推进股份制改造，加速进军资本市场的步伐，迅速把品牌知名度提升到一个应有的高度。在市场拓展方面深化营销，加快市场布局；第二，做好产能扩张的准备，今年建成五个亿名优酒生产工程，同时再启动两万吨原酒基地规划建设，逐步让汤沟酒业的产能实现良性扩张，为下一步的快速扩大市场打牢产能储备基础。

随着江苏酒企的快速发展，随着黄淮名酒带的全面铺开，特别是在国家大力的发展机遇面前，汤沟酒业有信心抓住机遇找到最合适的赛道，实现快速的高质量发展。

汤沟酒业处在一个湿地微生物生态的小环境，从大的方面讲，地质黄淮名酒带，从小的环境来讲，汤沟气候湿润，雨水充

的环境、待遇和文化，吸引更多人才选择并留在西风，共同助力企业高质量发展。营销服务方面，全面升级数字营销管理系统，导入盘盘分利、费用管控及经销商管理三大体系，进一步建立与各级销售方的直接联系，延展营销平台。同时加大专业培训力度，保障全新营销系统的快速落地。通过一线与后台配合，实现稳固渠道网络，拉动市场销售，改善渠道利润，净化渠道秩序的目标。

全体西凤人不忘初心，坚守匠心，向百亿冲刺，开启了名酒复兴新篇章，展示出了西凤酒强大的市场活力，向全行业发出了一名西凤人的强烈信号，宏图已绘就，号角已吹响，壮志在心头，扬鞭在脚下。新的起点，新的舞台，有更好“阔”天地正等着西凤人以全新的姿态去探索，全体营销铁军将以更加坚定的信心、更加昂扬的士气、更加澎湃的力，继续贯彻落实集团公司发展规划，以营销创新为引擎，育新机、开新局，肇固新蓝图，实现新跨越，为西凤事业的伟大复兴而不懈奋斗！

（新闻）



沛、地下水源丰富，极其适合酿酒，而且作为一个半岛非常适合于微生物的繁衍。

朱繼汇解释说，中国白酒守艺人可以概括为“四个老”。

第一是老环境，几千年没有变化的环境加上从青藏高原和云贵高原经过四十多年渗透过来的地下水，其被窖为四十年陈酿，跟老窖酒企像今世缘等的地下水源都是同源。

第二是老工匠，汤沟酒业有接近六百人的工匠队伍从事纯手工艺，支撑起了汤沟酒业的白酒守艺事业；

第三是老窖池，汤沟酒业有接近四千窖龄从四十年到四百年不等的纯手工老窖池，这些窖池也是中国目前一定窖龄以上占比最高的；

第四是老工艺，汤沟的老五甬工艺已被沿用四百余年，是省级非物质文化遗产，目前正在申请国家级的非物质文化遗产。老五甬工艺不仅是传统的工艺，还具备非常高的科技含量，包含了制曲、粉磨、发酵、酿酒等整个酿造流程。

从这四个方面，汤沟酒业提出要做中国白酒守艺人的要求，并且下定决心要把这些传统、技艺、财富传承下去，让更多的人能够领略到穿越时空的老味道。

从地理环境来讲，汤沟所处的位置位于中国的南北交界点上，它的南部是真正意义上的南方，向北是真正意义上的北方，所以汤沟酒有这么分明的品质是因为这里有最分明的四季。

当前名酒集中化发展趋势明显，汤沟酒业也提出了自己的发展规划，如三年翻番，十年百亿献礼。种种迹象说明汤沟酒业要在这一年的快速发展车道上创造新的辉煌。

对此，朱繼汇代表全体汤沟酒业人士表示，不把这一瓶酒做好，既对不起老祖宗留下来的宝贝，也不对起全县工业发展的历史。所以，汤沟酒业当前务必要抓住中国白酒新一轮洗牌的机会，通过一系列行之有效的动作来实现发展目标。

第一，快速推进股份制改造，加速进军资本市场的步伐，迅速把品牌知名度提升到一个应有的高度。在市场拓展方面深化营销，加快市场布局；第二，做好产能扩张的准备，今年建成五个亿名优酒生产工程，同时再启动两万吨原酒基地规划建设，逐步让汤沟酒业的产能实现良性扩张，为下一步的快速扩大市场打牢产能储备基础。

随着江苏酒企的快速发展，随着黄淮名酒带的全面铺开，特别是在国家大力的发展机遇面前，汤沟酒业有信心抓住机遇找到最合适的赛道，实现快速的高质量发展。

汤沟酒业处在一个湿地微生物生态的小环境，从大的方面讲，地质黄淮名酒带，从小的环境来讲，汤沟气候湿润，雨水充

沛、地下水源丰富，极其适合酿酒，而且作为一个半岛非常适合于微生物的繁衍。

朱繼汇解释说，中国白酒守艺人可以概括为“四个老”。

第一是老环境，几千年没有变化的环境加上从青藏高原和云贵高原经过四十多年渗透过来的地下水，其被窖为四十年陈酿，跟老窖酒企像今世缘等的地下水源都是同源。

（新闻）



沛、地下水源丰富，极其适合酿酒，而且作为一个半岛非常适合于微生物的繁衍。

朱繼汇解释说，中国白酒守艺人可以概括为“四个老”。

第一是老环境，几千年没有变化的环境加上从青藏高原和云贵高原经过四十多年渗透过来的地下水，其被窖为四十年陈酿，跟老窖酒企像今世缘等的地下水源都是同源。

第二是老工匠，汤沟酒业有接近六百人的工匠队伍从事纯手工艺，支撑起了汤沟酒业的白酒守艺事业；

第三是老窖池，汤沟酒业有接近四千窖龄从四十年到四百年不等的纯手工老窖池，这些窖池也是中国目前一定窖龄以上占比最高的；

第四是老工艺，汤沟的老五甬工艺已被沿用四百余年，是省级非物质文化遗产，目前正在申请国家级的非物质文化遗产。老五甬工艺不仅是传统的工艺，还具备非常高的科技含量，包含了制曲、粉磨、发酵、酿酒等整个酿造流程。

从这四个方面，汤沟酒业提出要做中国白酒守艺人的要求，并且下定决心要把这些传统、技艺、财富传承下去，让更多的人能够领略到穿越时空的老味道。

从地理环境来讲，汤沟所处的位置位于中国的南北交界点上，它的南部是真正意义上的南方，向北是真正意义上的北方，所以汤沟酒有这么分明的品质是因为这里有最分明的四季。

当前名酒集中化发展趋势明显，汤沟酒业也提出了自己的发展规划，如三年翻番，十年百亿献礼。种种迹象说明汤沟酒业要在这一年的快速发展车道上创造新的辉煌。

对此，朱繼汇代表全体汤沟酒业人士表示，不把这一瓶酒做好，既对不起老祖宗留下来的宝贝，也不对起全县工业发展的历史。所以，汤沟酒业当前务必要抓住中国白酒新一轮洗牌的机会，通过一系列行之有效的动作来实现发展目标。

第一，快速推进股份制改造，加速进军资本市场的步伐，迅速把品牌知名度提升到一个应有的高度。在市场拓展方面深化营销，加快市场布局；第二，做好产能扩张的准备，今年建成五个亿名优酒生产工程，同时再启动两万吨原酒基地规划建设，逐步让汤沟酒业的产能实现良性扩张，为下一步的快速扩大市场打牢产能储备基础。

随着江苏酒企的快速发展，随着黄淮名酒带的全面铺开，特别是在国家大力的发展机遇面前，汤沟酒业有信心抓住机遇找到最合适的赛道，实现快速的高质量发展。

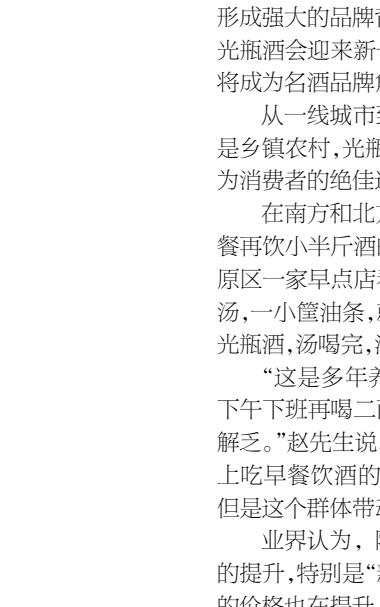
汤沟酒业处在一个湿地微生物生态的小环境，从大的方面讲，地质黄淮名酒带，从小的环境来讲，汤沟气候湿润，雨水充

沛、地下水源丰富，极其适合酿酒，而且作为一个半岛非常适合于微生物的繁衍。

朱繼汇解释说，中国白酒守艺人可以概括为“四个老”。

第一是老环境，几千年没有变化的环境加上从青藏高原和云贵高原经过四十多年渗透过来的地下水，其被窖为四十年陈酿，跟老窖酒企像今世缘等的地下水源都是同源。

（新闻）



沛、地下水源丰富，极其适合酿酒，而且作为一个半岛非常适合于微生物的繁衍。

朱繼汇解释说，中国白酒守艺人可以概括为“四个老”。

第一是老环境，几千年没有变化的环境加上从青藏高原和云贵高原经过四十多年渗透过来的地下水，其被窖为四十年陈酿，跟老窖酒企像今世缘等的地下水源都是同源。

第二是老工匠，汤沟酒业有接近六百人的工匠队伍从事纯手工艺，支撑起了汤沟酒业的白酒守艺事业；

第三是老窖池，汤沟酒业有接近四千窖龄从四十年到四百年不等的纯手工老窖池，这些窖池也是中国目前一定窖龄以上占比最高的；

第四是老工艺，汤沟的老五甬工艺已被沿用四百余年，是省级非物质文化遗产，目前正在申请国家级的非物质文化遗产。老五甬工艺不仅是传统的工艺，还具备非常高的科技含量，包含了制曲、粉磨、发酵、酿酒等整个酿造流程。

从这四个方面，汤沟酒业提出要做中国白酒守艺人的要求，并且下定决心要把这些传统、技艺、财富传承下去，让更多的人能够领略到穿越时空的老味道。

从地理环境来讲，汤沟所处的位置位于中国的南北交界点上，它的南部是真正意义上的南方，向北是真正意义上的北方，所以汤沟酒有这么分明的品质是因为这里有最分明的四季。

当前名酒集中化发展趋势明显，汤沟酒业也提出了自己的发展规划，如三年翻番，十年百亿献礼。种种迹象说明汤沟酒业要在这一年的快速发展车道上创造新的辉煌。

对此，朱繼汇代表全体汤沟酒业人士表示，不把这一瓶酒做好，既对不起老祖宗留下来的宝贝，也不对起全县工业发展的历史。所以，汤沟酒业当前务必要抓住中国白酒新一轮洗牌的机会，通过一系列行之有效的动作来实现发展目标。

第一，快速推进股份制改造，加速进军资本市场的步伐，迅速把品牌知名度提升到一个应有的高度。在市场拓展方面深化营销，加快市场布局；第二，做好产能扩张的准备，今年建成五个亿名优酒生产工程，同时再启动两万吨原酒基地规划建设，逐步让汤沟酒业的产能实现良性扩张，为下一步的快速扩大市场打牢产能储备基础。

随着江苏酒企的快速发展，随着黄淮名酒带的全面铺开，特别是在国家大力的发展机遇面前，汤沟酒业有信心抓住机遇找到最合适的赛道，实现快速的高质量发展。

汤沟酒业处在一个湿地微生物生态的小环境，从大的方面讲，地质黄淮名酒带，从小的环境来讲，汤沟气候湿润，雨水充

沛、地下水源丰富，极其适合酿酒，而且作为一个半岛非常适合于微生物的繁衍。

朱繼汇解释说，中国白酒守艺人可以概括为“四个老”。

第一是老环境，几千年没有变化的环境加上从青藏高原和云贵高原经过四十多年渗透过来的地下水，其被窖为四十年陈酿，跟老窖酒企像今世缘等的地下水源都是同源。

（新闻）

名酒入局 光瓶酒打响“升级战”

■ 玖文

业界认为，名酒品牌深厚的文化沉淀和技艺沉淀，将对光瓶酒的品质需求形成强大的品牌背书。在名酒的带动下，光瓶酒将迎来新一轮升级，百元价格带将成为名酒品牌角逐的赛道。……

从一线城市到六七线的县城，甚至是乡间农村，光瓶酒的身影无处不在，成为消费者的绝佳选择。

在南方和北方都有部分消费者吃早餐再饮小半斤酒的习惯。记者在郑州中原区一家早店看到，赵先生一碗胡辣汤、一小盘油条，就着半斤装的河南本土光瓶酒，汤喝完，油条吃完，酒也喝完了。

“这是多年养成的习惯，早上半斤，下午下班再喝二两，白天干活不累，晚上解乏。”赵先生说。据悉，与赵先生一样早上吃早餐饮酒的消费者虽然不是太多，但是这个群体带动了光瓶酒的消费。

业界认为，随着消费升级和品质的提升，特别是“新国标”的实施，光瓶酒的价格也在提升，40-60元价格带的消费群体正在发生变化，前几年光瓶酒的消费人群还集中在60、70和80后，光瓶酒升级后，部分90、95甚至00后也加入到了光瓶酒的消费群体中。

随着名酒入局，百元价格带光瓶酒将受到中产消费群体和新生代的青睐，并将成为消费蓝海。

在泸州老窖销售有限公司总经理张彪看来，泸州老窖大光瓶战略，“黑盖”定位为高品质光瓶酒是时代趋势下的顺势而为，不仅将在全国范围铺开，销售规模也从2016年的14亿元增长至2021年的54亿元，5年CAGR（复合年增长率）达30%，其中，红盖、黄盖被泼火爆全国市场，销量年均复合增速达40%。

在名酒光瓶领域，泼酒被泼的分量足以证明名酒基因的重要性和高端光瓶酒的价值。从2018年开始，汾酒提出将泼酒作为培育清香氛围的重要产品，被泼开始在全国范围铺开，销售规模也从2016年的14亿元增长至2021年的54亿元，5年CAGR（复合年增长率）达30%，其中，红盖、黄盖被泼火爆全国市场，销量年均复合增速达40%。

记者从山西汾酒2021年报和2022年一季度报告中发现，汾酒2021年实施“抓青花、强腰部、稳被泼”的产品策略，被泼在2021年下半年以来加强控量，估计增速有所控制。但市场销量和消费频次依旧火爆，市场终端价格十分坚挺。

光瓶再升级 布局百元价格带

近日，在山西证监局举办的上市公司2022年度投资者网上集体接待日暨年报业绩说明会上，回答投资者提问环节，汾酒表示，随着汾酒全国化进程的持续推进，被泼系列产品因品质过硬、品牌基因优秀、受众群体稳固的特点，逐步成为白酒市场光瓶酒消费领域的领军者。对于新品的孵化，遵循市场发展的原则，对

夏日海岸吹来啤酒风情 青啤在金沙滩建设“精酿啤酒花园”

■ 卞川泽

把啤酒厂搬到餐桌旁，享受“打开水龙头”就是精酿啤酒的独特体验，一站式品尝24多款风味各异的特色精酿……当啤酒高端化浪潮来袭，精酿成风口，你有没有想过换种方式体验青啤精酿啤酒？

在青岛啤酒时光海岸精酿啤酒花园，一位让过足瘾。

穿越数百年历史，历经岁月沉淀，青岛啤酒在青岛西海岸金沙滩啤酒城内，“酿造”出一座离海最近的时光海岸精酿啤酒花园，有人刚刚分清原浆与纯生的区别，有人已经在这里品尝到了来自全球风味各异的特色精酿啤酒！

一杯精酿 从诞生到品尝皆为艺术

品牌总是承载着一个地区共有的集体记忆。在青岛，人们对于城市的记忆总离不开满城啤酒飘香——吹着海风，吃着海鲜，大口喝啤酒，没有比这更痛快的事情了。

然而，当特色精酿啤酒成为越来越多人消遣时光的必选项，青岛啤酒时光海岸精酿啤酒花园出现，让“哈啤酒”的体验大不相同。

海岸线直线距离80米，青岛啤酒时光海岸精酿啤酒花园惊艳亮相，这里聚集了1903时光精酿工厂、青岛啤酒时光海岸度假酒店、金植威士忌吧、沐逸汤汤健身SPA、1903面包坊、嬉恩基地六大时尚业态，是精酿啤酒与时尚文旅相结合、世界唯一的沉浸式啤酒+消费生活体验MALL。

在这里，24款精酿啤酒一站式体验。目前已推出八大系列，不仅有全麦拉格、美式IPA、小麦博克、牛奶奶昔等经典精酿产品，同时还研发了火锅味道的藤椒赛松啤酒等，精酿啤酒各种各样的精酿啤酒，正让你大饱口福。

这条距离海岸最近精酿啤酒生产区，可同时酿造超过20款不同产品。消



费者可以一边用餐一边看啤酒生产，在品尝专为啤酒而生的文化融合菜的同时，体验“把啤酒”搬到餐桌旁”的“透明式”独特感受。

一杯好啤酒，从诞生到品味，从舌尖到心间，全程皆艺术。

一站式品尝 感受精酿啤酒的“前世今生”

啤酒是全球最古老的饮品之一，几乎与人类文明同时出现，几起几落的啤酒历史，几乎牵涉了半部世界史。

如今，在消费升级的大背景下，新一代消费主力是对口感、品质提出了更高的要求，代表着个性啤酒文化的特色精酿啤酒成为许多酒类消费的首选。

啤酒文化博大精深，流派纷呈。当你手端一杯精酿啤酒，是否想过它都有怎样的“前世今生”？

作为精酿啤酒的领跑者，青岛啤酒成立了精酿专班，在传承古法酿造工艺的基础上，创新精酿技艺。

“精酿啤酒在全球有着非常广泛的探讨，青岛啤酒深度参与到了国内精酿啤酒的发展中，由国家级酿酒大师领衔国家重点实验室团队深度解码，推出八大系列二十四款精酿啤酒，让“哈啤酒”的体验大不相同。

此外，青啤对品质的追求还体现在酒杯里、摆盘里、刀叉里、配菜里……为了释放啤酒最佳口感，青啤采用专酒专杯，专属啤酒杯不同精酿的色泽、香气、风味、口感达到最佳状态。而根据每一款精酿啤酒的口味特点，精准搭配不同口味的文化融合菜，例如美式IPA，因其本身具备且回水果干、搭配咸、辣口味的菜品(肉类、海鲜和披萨)最适宜；以苦味为主的比利时双料，搭配甜、鲜为主的餐品(机场、甜点)最适宜。

文化性和个性化是精酿啤酒的核心竞争力，在青岛啤酒时光海岸精酿啤酒花园，具有火锅风味的藤椒赛松啤酒等市场上鲜有的精酿新品相继亮相。

“品鉴精酿啤酒时，每一杯尽享时光酿造的艺术精彩呈现。

百年一线品牌 为品质追求保驾护航

精酿啤酒圈流行着这样一句话，“一入精酿深似海”，换句话说，喝精酿是需要“交学费”的。如何让试图尝鲜者降到最低？选择百年品牌的精酿无疑是最佳捷径。

深入与创新齐头并进，离不开青啤培养出一大批备受社会赞誉的高素质技术技能人才，能工巧匠和大国工匠，在一次次场场头脑风暴中，灵感激烈碰撞，科研创意反哺一线研发，促进产品向价值链高端攀升，为消费者的品质追求保驾护航。

作为曾将啤酒窖窖送入太空的企业，在继承传统酿酒工艺与发酵工艺的同时，白水杜康也引入现代科技大幅提升酒质，让“清香型”的品质追求更趋完美。

在白水杜康科技研发团队和北京生物科所等顶尖科研机构紧密合作下，对前10次搭载的曲酒窖窖多次反复实验研究，取得了重大突破，其中之一就是白水杜康的发明的清香型酒，其降低了一些有害物质，提高了出酒率，还拥有良好的适口性。

经国家白酒专家梁永清、白希智等几位专家鉴定，认为其既保持了“清香酒”的“清亮明净，余味爽净”，又具有“醇香清透，陈香雅雅，香味协调”等特点，风格独特，达到高档白酒质量水平。

陕西白水杜康酒业集团董事长张红军表示，白酒“新国标”发布实施，为白水杜康发展带来了机遇。未来将按照“提升品质，规范