

企业家日报

中国酒

Chinese drinks 周刊
weekly

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第 255 期 总第 10565 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

2022 年 10 月 22 日 星期六 壬寅年 九月二十七

新闻快讯 | News bulletin

百威集团受邀参加第三十四次上海市市长国际企业家咨询会议

日前,第三十四次上海市市长国际企业家咨询会议在上海国际会议中心举行。百威集团全球首席执行官邓明谦先生受邀于线上出席会议,与来自全球 24 个城市的 40 位国际企业家共同连线,探讨上海绿色未来。百威亚太联席主席兼首席执行官杨克先生、百威中国企业事务副总裁朱江柳女士也应邀于上海出席会议。会上,邓明谦先生代表百威集团就“稳增长提信心,加快上海经济复苏”的议题发表了见解和建议。邓明谦先生表示,中国对世界经济有着举足轻重的作用,中国经济及相关政策支持政策的成功是至关重要的。我们赞赏上海政府已采取措施稳定经济。与此同时,我们希望看到更多针对消费者的经济提振行动,特别是大规模行动,这将有助于增强消费者信心。

西鸽酒庄与 EMW 公司携手签约战略合作协议

日前,宁夏西鸽酒庄有限公司与由西往东美酒公司(EMW)战略合作伙伴签约仪式在上海浦东酒店隆重举行。西鸽酒庄董事长张言志、EMW 首席执行官 Olivier Six 共同出席签约仪式,正式宣告 EMW 成为西鸽酒庄在中国内地酒店、餐饮渠道的独家代理经销商。西鸽与 EMW 早在今年初就已开启合作,但因疫情影响,直至近日才举行此次发布会。EMW 是国内进口葡萄酒的翘楚,专业精耕国内精品葡萄酒市场数十年,有着很大市场影响力。在这半年多的时间里,EMW 充分发挥自身在餐饮渠道的优势,为西鸽拓展新的市场提供了专业服务,帮助西鸽把更多宁夏当地风土特色的产品传递给消费者、进入更多元化的消费领域。

第十二届秦池酒文化庆典开坛仪式盛大举行

金秋九月,秋高气爽,丹桂飘香。在酒香四溢的秦池集团院内,锣鼓喧天,彩旗飘扬,在党的二十大胜利召开在即,以“匠心传承文脉永续”为主题的秦池第十二届九酒文化庆典活动隆重举行。来自山东省内的 300 多名客户代表、各界嘉宾、媒体朋友欢聚一堂,共品美酒,共襄盛事,体验祖国酒文化的渊源博大,感受秦池美酒的浓郁芬芳。开坛仪式拉开了庆典活动的序幕,一坛美酒只有经过长时间的储存才能更加老熟醇香,与会嘉宾在品尝开坛老酒的同时,聆听潍坊朗诵与语言艺术协会秘书长韩晓飞对《秦池酒赋》字正腔圆、充满情感的庄严诵读,加之文字与酒香在古筝音乐的渲染声中交相辉映,让在场的嘉宾领略到秦池发展的源远流长。

《小拇指》诗刊社古贝春市场巡礼活动举行

日前,继今年夏季“齐河站”采风创作活动后,知名诗刊《小拇指》“与大地同呼吸”专栏“小拇指诗刊走进古贝春”市场巡礼活动德州站举行。著名诗人、《小拇指》诗刊主编张庆岭,武城县文联副主席赵艳红,德州市作协副主席、《小拇指》诗刊常务副主编顾金栋,副主编张玉华,诗人张丽华、马泽友、李晓东等参加活动。在参观游览古贝春集团德州办事处后,诗人们先后与古贝春德州片区优秀经销商代表王景涛、嵇连城、张少卿、王丽丽等交流座谈,听取他们的营销经历与创业故事并深入其经销门店、公司、市场实地参观体验,走进市场感受古贝春美酒的品牌文化魅力。(综合)



SHUANGHUI DELI

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



企业家日报微信公众号
中国企业家网

黄鹤清香 更上层楼

黄鹤楼酒业战略级新品“楼 20”耀世登场



■ 黄轩闻

日前,战略新品黄鹤楼酒业“楼 20”出厂仪式暨上市发布会盛大举行。中国食品工业协会秘书长马勇,知名白酒品评专家季克良、高景炎、赖登辉、钟杰、白希智、陈佳、程劲松、盛初集团董事长王朝成;湖北省食品工业协会秘书长谭卫东,湖北省酒业协会秘书长陈志勇,湖北省博物馆党委书记万全文及众多全国权威媒体嘉宾亲临现场。古井集团党委书记、董事长梁金辉,古井贡酒股份有限公司党委副书记、常务副总经理闫立军,黄鹤楼酒业党委书记、董事长许鹏,黄鹤楼酒业党委副书记、总经理朱向红,武汉市、汉阳区领导参与此次活动。

清香赋能 名酒回归

开酿仪式,是匠心酿造的缔结传承,“我们要精挑细选,清蒸除杂……我们要用最真的心,酿最美的酒!”伴随着庄严的酿酒人誓言,黄鹤楼“楼 20”开酿仪式正式开始。古井集团、黄鹤楼酒业高管共聚清香名酒年间,在黄鹤楼第三代酿酒传承人、国家级酿酒大师钱焱林的引导下,大家共同开启地缸,取醅、上甑、蒸酒……传递着对酿酒先辈的崇敬和对匠心精神的敬畏之心。

■ 1915 年,黄鹤楼前身汉汾酒出征巴拿马太平洋万国博览会,一举夺得大奖。1984、1989 年与北派清香型代表汾酒同台竞技,蝉联“中国名酒”称号,从此与各地清香名酒鼎足而立,形成“南楼北汾”之势,此次黄鹤楼酒发布新品——黄鹤楼酒“楼 20”,正重现了百年汉汾名酒技艺。

由马勇、梁金辉、季克良、高景炎、赖登辉、钟杰、白希智、陈佳、程劲松、王朝成等来自全国白酒界泰斗组成了专家团,现场品评黄鹤楼酒“楼 20”,专家一致认为:黄鹤楼酒“楼 20”酒体无色透明,清香纯正典雅,粮香舒适,陈香突出,醇厚丰满,甘润柔顺,自然协调、净爽绵长。

并且,国家食品质量监督检验中心副主任程劲松在之后的新品发布会上强调“陈香突出,醇厚丰满”是黄鹤楼酒大曲清香型白酒独特的风格;著名白酒专家、中国酒业领军人物钟杰解释道,“楼 20 有着极好的丰满度、柔和度与协调度,吞咽之后还有回甘,所以我们给出了甘润、爽净、绵长、协调的评语,如果北方是清秀的汾酒,那么南方的黄鹤楼酒可以称之为“丰满楼”。

品质是品牌之基,此次品评专家的认可,更是对黄鹤楼酒清香名酒回归,再现南派清香之盛景的高度信任。

聚势启新 凭“楼”论道

发布会伊始,黄鹤楼酒业党委副书记总经理朱向红,作为东道主为活动致欢迎辞,朱总表示:“今年,是中国名酒 70 周年,也是黄鹤楼酒建厂 70 周年。在这个重要的历史节点,我们重磅推出战略新品黄鹤楼酒·楼 20,正式开启重塑清香名酒的复兴之路”。

在随后对黄鹤楼酒“楼 20”传递出的“楼文化”交流中,万全文书记沿着荆楚酒文化和黄鹤楼的历史文化脉络分析:黄鹤楼酒因楼、因楼有着得天独厚的文化优势,声名鹊起,有历史、有品牌、更有文化;

王朝成指出,在当前名酒复兴及清香白酒版块发展态势下,楼 20 把控了三个方面的优势:“第一,黄鹤楼酒·楼 20 的上市适应了中国白酒行业品类的多样化的大趋势;第二,黄鹤楼酒·楼 20 产品品质的改进和完善,适应了消费者品质健康化的趋势;第三,黄鹤楼酒·楼 20 符合品牌差异化的时代要求”。

马勇秘书长对黄鹤楼酒·楼 20 的问世,也给予高度的认可与支持,并且在行业趋势、产品定位等方面提出了宝贵建议和可行性实施规划:“在行业持续升级之际,黄鹤楼酒重磅推出清香型楼 20 系列产品,稳稳抓住了行业发展之机。以其传承近百年的清香酿造技艺,加

上长时间的陶坛窖存,为广大消费者提供了更加稀缺,更加优质的白酒新品。我认为,这款产品将是擦亮黄鹤楼酒金字招牌的重要抓手”。

在许鹏董事长的讲话中,此次发布会圆满落幕,许董提出两个坚持:黄鹤楼酒将继续坚持“做真人、酿美酒、善其身、济天下”的企业价值观,秉承“长期主义”“极致思想”和“精品意识”,古井名酒大家族携手做大、做强、做优;黄鹤楼酒业将持续坚持“大曲清香、大味清香、大国清香”的定位,重回“中国名酒”价值本位,重拾鄂酒地位,加速推进黄鹤楼酒在中国清香名酒版图上快速崛起。

喝了黄鹤楼 更上一层楼

文化背书,因楼而名。众所周知,坐落在汉江之滨的黄鹤楼是天下江山第一楼,中国四大名楼之一,历经千年沧桑,仍气势巍然;从黄鹤楼起源《辛氏传说》得知,酒因楼而生,楼因酒而名,黄鹤楼酒·楼 20 也因此得名。

黄鹤楼酒·楼 20 采用青花陶瓷山水瓶,瓶型呈水滴状,圆润饱满,清雅闲致,最是文人墨客之爱。其瓶身所绘水墨丹青,正与黄鹤楼五外内九的楼型构造呼应,一楼一风景,一层一境界,寓意九五至尊,更上层楼。

品牌之本,品质为基。黄鹤楼酒·楼 20 承袭中国名酒文脉,遵循中国名酒工艺,秉承“1234 酿造技艺”。一次投粮,精选淀粉含量高的优质高粱,坚持纯粮固态发酵,使酒体保留高粱的原粮香味。二轮发酵,大茬、二茬,单轮 28 天,二轮发酵 56 天;三曲共融,清茬曲生酒、红心曲生酒、后火曲生酒;四香共享,粮香、醇香、曲香、陈香相得益彰,口感醇厚,回味爽净,是一款具有名酒基因的、高品质的清香型白酒。

黄鹤楼酒业有着深厚的历史底蕴并始终坚守对品质的高要求,在古井集团三品四香产品战略和“双百亿”目标的驱动下,黄鹤楼酒乘清香崛起大势,开启复兴的步伐,必将成为清香名酒复兴的又一范本。



“十一消费季”酒类终端动销增长

■ 汪文

据文化和旅游部官网消息,2022 年国庆节假期 7 天,全国国内旅游出游 4.22 亿人次,同比减少 18.2%,按可比口径恢复至 2019 年同期的 60.7%;实现国内旅游收入 2872.1 亿元,同比减少 26.2%,恢复至 2019 年同期的 44.2%。同时,各大平台的数据显示,国庆消费拉动效应明显,零售及餐饮企业在“十一消费季”迎来强劲增长,酒类终端动销表现积极。

多个平台酒类销量大涨

盒马数据显示,酒类同比去年保持 15% 左右双位数的增长。上海、北京的销售领跑全国。从品类来看,白酒、啤酒、葡萄酒占比最多;家庭场景的自饮、小酌品类的酒增长快速。其中,白葡萄酒比去年同比增长 38%,米酒比去年同比增长 30%,清酒和烧酒增长均超 40%。在洋酒中,金酒同比增长了 125%,朗姆酒同比增长了 89%。

值得关注的是,随着微旅游、精致露营、剧本杀等新休闲度假方式受到越来越多消费

者的喜爱,与这些消费场景相关的酒水品类也受到更多关注。

便利蜂发布的黄金周消费数据显示,十一期间,多家便利蜂门店销售额相比前一周出现不同程度增长,线下客流、线上下单量均实现提升。在酒类消费中,白葡萄酒、柠檬道日式蜂蜜柠檬气泡酒、锐澳等与休闲度假需求相契合的高颜值酒水销量集中提升。

此外,今年国庆假期还逢重阳节,阿里巴巴发布的《2022 国庆消费趋势观察》提到,就地过节带动了与“家”相关的消费需求升温。

叮咚买菜数据显示,国庆黄金周首尾两日平台迎来订单高峰,近几日,火锅、烧烤类预制菜,包括重阳糕在内的休闲百货零食、酒饮等品类销量增长迅速。

京东到家、京东小时购数据也显示,国庆假期期间,拜访送礼的需求也随之增加。白酒礼盒、蛋品礼盒等在京东到家、京东小时购上的销售额同比增长超 10 倍。

白酒次高端价位空间上移

值得一提的是,今年国庆黄金周期间,在

各地消费政策的鼓励和数字平台的助力之下,线上线下涌现出本地化、更绿色和重体验的高质量消费新趋势。

中邮证券研报表示,国庆渠道反馈,整体白酒消费氛围较同期平淡。从动销和消费意愿的角度,细分市场受疫情干扰较小、人员允许流动、经济基础、消费力较好的华东地区表现较好,江苏市场婚宴延续中秋火爆势头(部分暑假高温原因婚宴延后),家庭大众聚会氛围也较好,安徽宴席势头较好。华北市场中河北表现较突出,山西在整体防控较严的外部环境中动销稳中有增。

据广州商务官微报道,国庆期间广州市网上零售额 241.36 亿元,同比增速 3.56%。从商品品类看,女装、中西药品、食品酒水等商品销售贡献靠前。

值得关注的是,国庆假期期间,河南省城乡居民节日消费热情也持续回升,消费市场呈现持续复苏态势。

据商务部反馈,10 月 1 日至 7 日,河南省重点监测的零售和餐饮企业累计实现销售 24.5 亿元,比上年同期增长 0.6%。

河南当地媒体在国庆期间,邀请了 60 多位爱喝酒且职业不尽相同的成年男性朋友及数位酒商做了抽样调查。从调查结果来看,大部分消费者能够做到理性消费,且 300 元以下的白酒最畅销。

郑州市民杨先生表示,他购买最多的酒是 100 元至 150 元之间的口粮酒,偶尔请比较重要的客人时会买 200 多元,甚至 300 多元一瓶的知名品牌白酒。

东兴证券分析指出,从中长期维度看,在居民消费升级的背景下,高端和次高端白酒市场容量会继续扩容,龙头酒企有望享受到更多的扩容红利,以及在市场分化中有望获得更高的市场份额。

中金发布研究报告也表示,近年来次高端价位空间持续上移和拓宽,目前进入市场深化运营的新阶段。该研报认为,随着中产阶级崛起,大众宴席逐步升级至 300 元+,且与 2012 年不同,目前次高端消费场景更加均衡,抗风险能力更强,次高端增长基础更加扎实,次高端白酒扩容仍有充分需求支撑,预计 2025 年规模有望达到 1800 亿元。



民族医药的核心品牌 始创于 1966 年

源古承新 甘露众生

西藏甘露藏医药产业集团有限公司
Tibet Ganlu Tibetan Medicine Industry Group Co., Ltd.

电话:0891-6522706 邮箱:info@glzy.cn
拉萨经济技术开发区林廓南路 15 号



千年福祿寿 万家海葫芦

酿造单位:贵州省仁怀市王丙乾酒业有限公司
出品单位:贵州省仁怀市狄康春酒业有限公司
服务热线:18586361133 (沈先生)
13608529997 (张先生)

GUIZHOU MAOTAI ZHEN