

传承非遗种酒民俗 大地魂酒业举办种酒节

秋冬交替的梨花沟，在彩林与清溪的掩映之下更有意趣。在九九重阳节来临之际，在成都市金堂县梨花沟AAAA级旅游风景区的大地魂酒业总部，每年重阳节这一天都要举行盛大的千人“种酒节”。同饮同一个特大具有非遗属性的烹煮羊肉大锅，招待来自全国各地宾朋好友。

活动现场在青山绿水间，体验流传三百余年的非遗种酒民俗，看大地之魂演绎“房前种酒交朋结友，房后种酒世代富有”“家有老酒幸福永久”“年年种酒越种越有”的传统。听乡村致富带头人传授致富“宝典”，梨花沟在乡村振兴中精准发力，实现蜕变。

长征足球俱乐部罗文总监经过数年对梨花酒乡的接触，与大地魂酒业合作推出了森林足球公园运动康养品牌项目，架起酒乡里的运动康养新时尚。并委托锦江国际画院的老师挥毫泼墨题写“吴刚捧出桂花酿，玉兔心牵大地魂”的对联，赠送大地魂酒业公司党支部书记黄国权。（文轩）

“庄启新章·共鉴泉香” 泉香酒庄笑迎八方客

日前,以“庄启新章·共鉴泉香”趵突泉酒业泉香酒庄落成大典暨趵突泉20上市发布会在趵突泉·泉香酒庄隆重举行。

趵突泉·泉香酒庄总占地面积300余亩,园区建筑风格简约大气,将济南泉水文化与现代设计完美结合,是集酒文化景观、传统手工酿酒车间、大型陶坛库、全智能灌装车间、酒文化艺术馆与酿酒体验为一体的综合性工业旅游园区。让来宾们更加直观地了解趵突泉,了解泉香酒,了解趵突泉对于弘扬南山地域文化、济南泉水文化所做的坚持与努力。

伴随着一段气势磅礴的舞狮表演,趵突泉·泉香酒庄落成大典暨趵突泉·泉香20上市仪式正式拉开序幕。仪式现场灯光缓缓亮起,代表着泉香酒庄建设完成,舞台中央的大屏上播放着泉香酒庄全景地图描绘着泉香酒庄宏伟的发展蓝图。中国酒业协会理事长宋书玉、中国食品工业协会副会长兼秘书长马勇、第十一届山东省政协副主席陈光、趵突泉酒业党委书记邢介平为雄狮点睛,在响亮的礼炮声中,宣告着开幕仪式正式开始。

趵突泉酒业党委书记邢介平致欢迎词,感谢诸位贵宾莅临趵突泉·泉香酒庄落成大典。数字化建设已经成为助推趵突泉酒业高质量发展的全新动力引擎,趵突泉酒业以传播泉文化为使命担当,以振兴鲁酒为发展己任,致力于做好白酒与文旅融合发展,开启趵突泉酒业发展新篇章。

中国酒业协会理事长宋书玉表示,泉香酒庄融合泉水文化和中国酒文化,以“智能酿造”引领鲁酒数字化转型,通过传播文化故事、传承故事、技艺故事、匠心故事、历史故事,提升趵突泉酒业的品牌价值,更好推动鲁酒行业繁荣发展。

中国食品工业协会副会长兼秘书长马勇对于趵突泉·泉香酒庄落成表示祝贺,希望趵突泉酒业能够不忘初心,用真诚回馈消费者,与酒业同仁共同推动中国白酒行业的发展与繁荣,助力中国食品工业开启更加辉煌的篇章。

第十一届山东省政协副主席陈光表示,近年来山东大力实施鲁酒振兴战略,“齐鲁美酒”在全国乃至全球的影响力和美誉度不断提升,趵突泉泉香型白酒,已经成为济南乃至山东的一张文化名片,随着泉香酒庄的落成,趵突泉酒业品牌已经完成从产品到经营模式的全面高质量发展,希望趵突泉酒业借助数字化转型之机,扎根齐鲁大地,坚守鲁酒文化生命力,守正创新,与齐鲁酒业同仁齐心协力把鲁酒稳步走向全国。

趵突泉酒业董事长邢宪卿现场介绍泉香酒庄的创新与发展。趵突泉酒业已经发展成为集工业、农业、包装制品于一身的综合性白酒企业。我们始终积极践行企业使命,以发扬泉水文化为己任,扎根南山,全面助力周边乡村振兴。

仪式现场的另一重磅消息则是趵突泉·泉香20正式上市发布,现场气氛再次达到高潮。主持人现场宣读由中国白酒行业专家组成的鉴定小组对趵突泉·泉香20的一致评定:“清亮透明,粮曲香突出,芝麻香、浓香馥郁,陈香幽雅,醇厚丰满,圆润甘甜,诸味谐调,空杯留香持久,泉香风格独特。”

趵突泉·泉香20的面世是趵突泉酒业进一步发扬泉水文化,强调济南产区的重要一步,趵突泉酒业致力于将泉香系列打造成为业内独特的、具有地域文化的产品,积极引领行业特色发展。

趵突泉作为山东代表性的“中华老字号”品牌,肩负着振兴泉水文化的企业使命,泉香酒庄的正式落成,进一步助力趵突泉酒业整合产品优势、本土优势、文化优势、口碑优势,将诸多优势转化为企业高质量发展的第一推动力,激活趵突泉酒业多年发展的文化底蕴,在传承中积极创新,在创新中迎来全新发展。（新华）

时间的陈酿 美酒的传奇

2023 五粮液“家有老酒”全国巡展上海站圆满落幕

■ 启轩

陈年白酒收藏,“收”的是艺术文化的品味和追求,“藏”的是时代岁月的光辉与灿烂。瓶型、酒标、包装纹样,每一个关于陈年五粮液的细节都传递着艺术审美、时代追求。

在酒的世界里,时间与价值是能够渗透进去的。

由中国酒业协会指导,五粮液公司主办的2023年“五粮液家有老酒”陈年五粮液全国巡展活动第三站——上海站“五粮液老酒馆”快闪店耀世亮相。

本次活动打造了一座可品、可尝、可玩的沉浸式老酒馆,通过专家鉴评活动、陈年五粮液品鉴、现场游玩互动、丰富的文化表演等形式向大众述说着陈年五粮液的历史和文化。

本站活动的主题仍然镌刻着陈年酒的历史价值,而“五粮液老酒馆”的快闪店形式则为这一价值增添了新的时代表达。活动为期两天,不仅满足了藏家们的鉴评需求,更是拉近了与广大消费者的距离,使每一个人都能够身临其中,聆听故事、亲眼鉴评、深度互动,亲身感受陈年五粮液的岁月魅力。

“五粮液老酒馆”是一个集鉴评、品鉴、收藏、游玩、抽奖等多种功能于一身的独特场所。酒虽老,而玩法新,现场互动玩法得到了数字化加持,观众通过线上小程序游戏互动,进一步丰富了观展体验。

现场设置五大区域配套诸多体验,包括扫码互动、创意打卡拍照、陈年酒真假辨认、陈年酒品鉴猜年份、实体鉴评、文化表演、陈年酒知识问答、互动抽奖等,为现场来宾提供了丰富直观的活动体验,让他们沉浸式地感受陈年五粮液的多维价值。

活动现场异常火爆,整个老酒馆都充斥着酒香,伴随着具有浓厚的民俗性、观赏性的特色绕龙灯演出,将开馆仪式推向高潮。

酒是时间的沉淀,更是时代的味道。当千年的“大国浓香”故事,与当代快生活的年轻人相碰撞,如何通过多元的传播手段俘获年轻人的心,似乎并不容易。

五粮液做到了。就像与一位底蕴深厚、保有活力的老者相遇在和美时光中,年轻一代为



他娓娓道来的宏大叙事所折服,也为他持续勃发的新生机所吸引。

走进“五粮液老酒馆”,仿佛踏上了一场穿越时光的旅程。这座老酒馆将时间凝固在每一瓶陈年五粮液中,以独特的方式向来宾们述说着陈年五粮液的历史和文化。每一瓶陈年五粮液都如同一本沉甸甸的历史书和家族史,其中蕴含着中国白酒的丰厚文化和五粮液品牌的独特传承。

为了让观众更好地理解陈年五粮液的历史和价值,活动现场设置了专家鉴评活动。这是一个与藏家们互动的绝佳机会,他们带着几十年的珍稀陈年五粮液酒参与鉴评,共同交流、分享陈年酒的价值走向。这种专家鉴评活动不仅为藏家提供了一个展示收藏的平台,还让更多人有机会走近陈年五粮液,一窥其神秘真颜。

陈年五粮液的老酒以其卓越的品质而著称。在传统的酿造工艺和严格的质量控制下,每一瓶陈年五粮液都经过了岁月的洗礼,使其口感更加醇厚,香气更加浓郁,是品味和享受

的极致之选。

在品鉴区,观众可以落座到中式古韵的酒馆卡座中,全时段进行盲品陈年五粮液猜年份互动。这项体验不仅考验着参与者的味觉和嗅觉,还让他们更深入地了解了陈年五粮液的复杂风味和不同年份的时代特点。每一瓶陈年五粮液都有着自己独特的故事,而只有通过亲身品鉴,我们才算真正走进了这一段段历史。

在“陈年老酒行”,参与者可以亲临这家只专注于收藏美酒的老酒银行。这里进行着陈年酒外观鉴真伪的互动,肉眼分辨陈年五粮液的外观真伪,还能向专业鉴定师学习到真正的鉴定技术,了解收藏工作的匠心匠艺。

在“客官莫客气”抽奖区,有着各式酒牌挂在酒馆柜台上,每一张酒牌上都有着一个特别的问题,例如,鼓形瓶五粮液是第几代、红标长江大桥牌五粮液是什么时候开始生产的?麦穗瓶五粮液是哪一年首创的?观众可以取牌回答,当答对问题即可参与抽奖。这个区域成为了活动现场最具互动性和社交性的地方。观众

共享发展 聚力共赢

2023 年古贝春集团经销商共享发展大会举行

■ 李国锋

日前,以“同心致远 聚力共赢”为主题的“2023 年古贝春集团经销商共享发展大会”在夏津德百温泉度假村盛大举行。来自全国各地的经销商代表、各界媒体、古贝春集团有限公司党委、董事会、营销公司领导、业务人员代表等共计600余人欢聚一堂,共同回顾和分享一年来的奋斗足迹和辉煌战果,畅想新的征程的无限可能。

古贝春集团有限公司党委书记、董事长徐秀菊作重要讲话,对一年来的营销工作给予充分肯定。她指出,成绩的取得离不开厂商一家、同心致远,聚力共赢的积极运作,离不开各位经销商朋友们的辛勤付出和共同努力。要进一步加强厂商合作,加深相互了解,携手共进,共赢未来!为抓好下一步和明年的工作任务,她强调,要进一步坚持以市场为导向,提升产品竞争力;进一步加强品牌建设,提升品牌形象;进一步深化渠道建设,优化服务体系;进一步加强内部管理,提升企业核心竞争力。

徐秀菊最后指出,风雨多经志弥坚,关山初度路犹长。今天的古贝春正站在蓄势待发的新起点,希望广大经销商在未来发展中继续保持同心同向、聚力共赢,继续支持和信任古贝春,做到困难面前,我们披荆斩棘相互鼓励;成果面前,我们一起分享奋斗快乐;前行路上,我们共担风雨增进友谊。她相信,只要厂商一体齐心协力,坚定信心,就一定能够取得更大的成功!古贝春也将不负众望,继续优化产品结构,提升产品品质,创优服务水平,加强品牌建设



设,为经销商提供更好的合作条件和政策支持,共同推进古贝春事业的更大胜利,古贝春期待与各位经销商朋友携手共进,共创美好未来!

公司党委副书记、总经理张洪昌作营销工作报告。指出,一年来,面对复杂多变的经济环境和白酒竞争的市场压力,集团公司坚持既定战略目标不动摇,苦练内功补短板,转变作风树形象,以稳定的产品质量和优质的市场服务赢得了市场信赖,实现了区域市场销售的成功突围和强势回升。截止10月20日,销售收入同比实现两位数增长,企业总体呈现出了稳健有力、持续向好的良好发展势头。

回顾一年来的营销工作经验,张洪昌指出,一年来的工作成绩得益于公司营销战略的

全面贯彻执行,得益于营销团队的从严管理和优质服务,得益于宣传形式的不断创新,得益于厂商一家的携手共进。下一步,营销工作要对标“十四五规划”,确保全面完成;对标一线品牌,理顺品牌架构;聚焦区域市场,进一步优化产品结构;强化线上营销,推进营销数字化水平提升;深耕线下销售渠道,扎实推进地内核心市场流通、团购、商超等渠道资源的全链条建设。

关于集团公司下一步的重点工作,张洪昌强调,一是坚持把产品质量放在头等要位,严格遵守生产工艺,进一步巩固科研生产优势;二是强抓管理提升,全面提升公司总体管理水平;三是继续推进人才培养、人才引进战略,不断向管理岗位、业务组织输送新鲜血液;四是

贵州珍酒高质量发展再上新台阶

2023 年下沙季来临之际,贵州珍酒石子铺老厂区、赵家沟生态酿酒区、茅台镇双龙村酿酒基地三个厂区的酿酒车间,再次迎来一年一度的繁忙生产景象。红彤彤的黔北红缨子高粱源源不断地输入车间,经过润粮、拌粮、上甑、蒸煮等环节,在数千名酿酒工匠的精心操作下,珍酒正式进入新一年的酿酒周期。

令人欣喜的是,2023 年下沙季,珍酒投产规模已达到4万吨,产能较去年新增5000吨,投产规模位列贵州前三。

众所周知,酱香型白酒的生产一年一个周期,具有工序多、投资大、见效慢等特点。对任何酱酒企业而言,提质扩能不是轻而易举就能达到的事情。酱酒企业的产能越大,意味着整体综合实力越强、市场占有率越高、市场竞争

力越强、未来发展空间越大。为推动优质酱酒产能提升,近年来,珍酒不惜重金陆续投入上百亿元资金用于提质增产扩能。

产能是品质的保障,品质是产能的基础,两者相互作用,互为前提。珍酒自“85 鉴定”成功以来,持续致力于推动提升产能,通过加大建设投入、强化人才培养、提升品质管理等方式,不断提升和巩固行业领先的产能优势,在实现产能连年大幅提升的同时,更实现了产量与质量协调发展的双丰收。

“优质酱酒产能的提升是一条充满曲折和艰辛的道路。从原料供应到工艺参数确定,从工匠培养到团队协作,任何一个环节的细小纰漏都会对产能产生影响,进而作用于产品品质。”珍酒李渡集团总工程师、贵州珍酒酿酒有

限公司总经理朱国军如是说道。

“2009 年以来,我们用了近十年的时间,做了大量固本强基础的工作,同时开展了多方面的探索,不断尝试与总结,逐渐找到了产能稳步提升的有效途径。”朱国军认为,今年投产4万吨,不仅是48 年恪守工匠精神,坚定品质信仰,以极致的品质为标准一丝不苟酿美酒的成果,同时也彰显了珍酒发展自信和品质自信。

在酱酒界,有着“吨位决定地位”的共识。2019 年,珍酒抢抓全国酱酒热的先机,进一步加快发展的步伐,陆续规划并推进石子铺老厂区、赵家沟生态酿酒区、白岩沟珍酒庄园、清溪沟酿酒基地、茅台镇双龙村酿酒基地和仁溪沟酿酒基地六大项目建设。

一组数据足以佐证珍酒几年来跨越发展

在此处的热情相当高涨,主动与陌生人共享知识,互相交流收藏故事,甚至形成了一个临时的陈年五粮液爱好者社群。

在这里,陈年酒文化不再是孤立的,而是被分享、传递、传承的过程。观众们不仅有机会赢得珍贵的奖品第八代五粮液、时光隧道活动纪念版,还能够结交到志同道合的朋友,共同探讨陈年酒的奥妙。

在鉴评活动之后,中国酒业协会名酒收藏专业委员会兼职副理事长、全国第五届评酒委员、国家级突出贡献专家胡义明先生现场公布了“五粮液家有老酒”上海站的鉴评成果,共征集到150 瓶陈年酒,其中总计145 瓶陈年五粮液、陈年五粮春、陈年尖庄顺利通过《陈年白酒鉴定规范》团体标准,去伪存真,完成鉴评。除此以外,现场有6 瓶珍稀的陈年五粮液现世,它们是1995 年750ml 五粮液、1997 年香港回归纪念五粮液、2009 年景泰蓝(龙凤呈祥、龙腾四海、五粮之花)五粮液、1970 年交杯牌五粮液、80 年代39 度熊猫抱竹五粮液、1991 年黑标低度五粮液。

五粮液传承逾千年,是时代变迁、国家发展十分重要的经历者和见证者,每一瓶留存下来的陈年五粮液,都铭刻着时代的和美烙印,记载着五粮液的美和荣誉,书写着收藏者的和美故事,陈年五粮液的价值已经不仅仅是一瓶好酒,更多的是时间沉淀的印记,经过了岁月的洗礼,弥足珍贵。

品牌是第一块敲门砖,名酒无疑是品牌的勋章。对于中国白酒市场而言,名酒本来就是稀缺资源,名酒的陈年老酒更加珍贵,五粮液作为名酒里的佼佼者,某种意义上就是老酒价值的风向标。

“五粮液家有老酒”已成为五粮液白酒文化乃至陈年酒行业的重要IP,深刻诠释着陈年五粮液之美。五粮液始终致力于围绕陈年老酒运营建体系、搭平台、办活动,旨在服务好广大的收藏者、投资者、爱好者和广大消费者,让陈年五粮液遇伯乐、觅知音,全面促进陈年五粮液价值提升和价值表达。未来,五粮液还将继续办好、办精“五粮液家有老酒”系列活动,讲好陈年五粮液故事,持续推进陈年白酒产业蓬勃发展。

持续提升科研实力水平,助推企业高质量发展;五是完善基础设施建设,继续数字化车间、机械化车间投入运营后,今年新投建的1310 车间、1009 车间要尽快投产;六是进一步将党建工作与文化建设充分融合,以党的建设为引领,带领古贝春走向繁荣和发展。

市场竞争,质量为王。会上中国白酒大师、古贝春集团总工程师吴兆征就国窖30、古贝元1983 产品工艺优势与品质特点进行了解读。

会议集中表彰了一批优秀经销商和优秀营销人员。集团党委书记、董事长徐秀菊为优秀经销商颁发“风雨同舟奖”;集团党委副书记、总经理张洪昌为优秀经销商颁发“厚积薄发奖”;公司副总经理赵殿臣、孙步东共同为优秀经销商颁发“砥砺奋进奖”。他们或与古贝春集团几十年如一日风雨同舟,或在各自市场超额完成任务,或在本市场销量取得100%增长,为古贝春的市场营销做出了卓越贡献。优秀营销人员奖项分别为:奋发有为奖、勇于开拓奖和恪尽职守奖,他们或工作态度认真负责,任劳任怨且能出色完成任务,或在空白市场和空白渠道招商、现有渠道拓展、宴席市场拓展等方面工作表现突出,或对部门工作安排协调或对本市场整体运作有着清晰的规划思路及严格的执行力,并取得较好的成果。古贝春集团有限公司党委书记、董事长徐秀菊,副总经理张恒录、杜新勇,公司党委副书记韩东昌、顾金栋分别为他们颁奖。获奖经销商和营销人员代表分别发言,表达了继续坚定合作的信心和努力做好营销服务的决心。

的态势;产能于2020 年实现万吨、2021 年超过2 万吨、2022 年投产3.5 万吨,为提升珍酒品质、推动珍酒高质量发展提供了重要保障。今年下沙季,珍酒投产4 万吨,优质基酒储备已达6.5 万吨。根据产能规划,珍酒未来将持续以优质产能扩建为战略核心,逐步完善优质酱酒产能储备,以优能、优品支撑企业高质量发展。预计“十四五”末达到产能5 万吨,储酒超10 万吨;“十五五”期间,将达产能10 万吨、储酒40 万吨的产能规模。

业界认为,在行业发展集中化、规模化、品牌化趋势日益凸显的当下,珍酒持续增产扩能,产能规模再创新高,将推动其规模竞争力、品牌竞争力、增长竞争力大幅提升,推动企业发展再上新台阶。（欣闻）