

做中国企业的思想者

中国酒

Chinese drinks 周刊
weekly

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第 286 期 总第 10920 期 四川省社会科学院主办 企业家日报社出版 值班副总编辑: 肖方林 全年定价: 450 元 零售价: 2.00 元

2023 年 11 月 11 日 星期六 癸卯年 九月二十八

国宾酒庄获评首批中国葡萄酒特级酒庄

■ 孙晓琳

近日, 2023 中国盛唐国宾酒庄第十三届盛唐美酒节举办。

本届美酒节是中国盛唐国宾酒庄自 2011 年举办的第十三届美酒节, 让来宾们通过游览盛唐国宾酒庄、盛唐基地独特“小风土”、盛唐海岛酒庄布局、盛唐时光馆文化体验等系列活动, 宣传蓬莱葡萄酒产区, 充分展示人间仙境、美酒之乡、休闲天堂的魅力, 展示盛唐国宾酒庄的无限荣耀和美好愿景, 展示盛唐文化的深厚内涵和独特的品牌魅力。不断提升盛唐葡萄酒品牌的知名度和影响力, 不断提升中国酒庄酒的品牌意识, 为推进中国酒庄酒、蓬莱产区、烟台产区的发展贡献力量。

在本次美酒节开幕式上举办了中国酒庄分级管理评定首批酒庄授牌仪式, 盛唐国宾酒庄代表产区成为全国葡萄酒行业首批“中国葡萄酒特级酒庄”, 发证编号为: ZGPTJJZ001。编号 001, 是一个全新的开始, 预示着中国葡萄酒即将开启全新的酒庄创新发展之路。在本次活动中还举办了山东省葡萄酒研究院(国宾)葡萄与葡萄酒研发中心的授牌仪式。

盛唐国宾酒庄自建庄以来, 始终坚持科研和创新, 坚持原创、自主化道路, 凭借卓越的产品品质赢得了业界的高度赞誉, 荣获 Decanter 品醇客世界大赛、布鲁塞尔国际大赛等国际赛事累计近 200 项大奖。值得一提的是, 在活动现场正式宣布麓汀酒庄运营的麓汀商标正式成为国宾酒庄旗下商标之一, 麓汀葡萄酒体系全部并入盛唐·国宾酒庄。

本届美酒节采取线上线下相结合的方式推介产区与盛唐品牌, 在扩大产区影响力的同时, 也能将盛唐传统文化与葡萄酒产业两者融合, 以文化赋能, 讲好葡萄酒故事, 旨在进一步提升盛唐葡萄酒的知名度和影响力, 促进产区葡萄酒与文化旅游等产业深度融合, 不断做大做强做优葡萄酒产业。

据悉, 国宾酒庄是全球第一家中式唐风葡萄酒酒庄, 位于世界七大葡萄酒海岸之一的蓬莱唐皇山谷, 由烟台金宇集团投资兴建, 以高端酒庄酒生产为核心, 涵盖优质酿酒葡萄苗木种植、葡萄酒文化、世界葡萄酒文化交流、葡萄酒主题休闲旅游等产业集群。

酒是国宾酒庄的主旋律。为了充分再现盛唐葡萄酒文化, 国宾酒庄建立了 5000 平方米的地下酒窖与 2000 亩葡萄园基地。地下酒窖陈列着来自各国的世界名酒以及让葡萄酒充分发酵的橡木桶。

酒庄拥有 2000 亩葡萄基地, 种植有赤霞珠、品丽珠、西拉、美乐、长相思、贵人香等 10 多个优良品种, 酒庄年发酵能力 2500 吨, 葡萄酒产品主要有盛唐御、盛唐、盛唐贵宾、锦唐等系列葡萄酒。

近年来, 随着中国葡萄酒消费市场异军突起, 葡萄酒销量不断攀升, 国内一些有实力的酒庄在酿造生产精品酒庄酒的同时, 开发酒庄旅游, 让品酒人对葡萄酒的认识更加立体而丰富。 国宾酒庄不仅是一个旅游、休闲、娱乐的理想场所, 更是一扇展示葡萄酒文化的窗口, 酒庄致力于将旅游观光、休闲度假和葡萄酒文化的融合发展, 让游客在享受体验式旅游乐趣的同时, 进一步感受精致化的葡萄酒生活方式。

国宾酒庄志在重现唐皇赐酒蓬莱、采摘酿制、与民共乐的和谐景象, 真实还原盛唐时期葡萄酒文化。酒庄装饰风格融盛唐风情与现代审美于一体, 简约大气。整个酒庄建筑错落有致, 植物景观层峦叠翠, 给人“胜似闲庭信步”的幽雅养生之感, 是休闲、养生、娱乐之最佳场所。

国宾酒庄不仅是一个旅游、休闲、娱乐的理想场所, 更是一扇展示葡萄酒文化的窗口, 酒庄致力于将旅游观光、休闲度假和葡萄酒文化的融合发展。自 2010 年起至今, 每年秋季葡萄收获的季节, 国宾酒庄都要举办一场独具文化特色的盛唐美酒节, 再现唐皇赐予仙境蓬莱葡萄种和酿酒法的历史画面, 演绎盛唐时期御酒采摘酿制的盛大场景, 把尘封在古籍中的古老风俗生动地展现在人们面前, 旨在让更多的人感悟到盛唐美酒的文化, 领悟到葡萄与葡萄酒的魅力, 通过国宾酒庄美酒节活动, 将最好的葡萄酒、最尊贵的服务献给每一位庄主、每一位葡萄酒爱好者, 并努力提高盛唐品牌影响力与传播力。

责编: 杜高孝 版式: 黄健
新闻热线: 028-87319500
投稿邮箱: cjb490@sina.com



从秦岭深处走出的美酒 金徽酒高铁专列冠名首发仪式圆满举行



■ 启轩

日前, 金徽酒品牌高铁冠名列车首发仪式在兰州西站成功举行。

金徽酒股份有限公司副总经理、金徽酒省内销售公司总经理王宁, 金徽酒兰州销售有限公司大客户总监巴义权, 金徽酒股份有限公司品牌部总监江海涛, 金徽酒兰州销售有限公司市场部经理苏宏亮, 金徽酒股份有限公司品牌部副经理赵英冉, 金徽酒兰州销售有限公司市场部副经理王强共同出席本次发车仪式。

搭乘中国速度 助力品牌腾飞

中国高铁, 国之重器。国家“八纵八横”高铁网络的加密成型, 不仅让中西部地区更具发展活力, 也加速了人口与信息的流动。此次金徽酒将品牌触角延伸至高铁, 是品牌宣传中的一个里程碑选择, 对强化品牌传播与消费者互动, 进一步提高知名度与市场影响力, 具有十分重要的作用。

在本次首发仪式现场, 金徽酒股份有限公司副总经理王宁说: “2023 年, 是金徽酒强势发展、奋楫再起航的一年。我们搭乘高铁列

车, 开启金徽酒品牌战略布局的新征程。相信在中国速度的加持下, 金徽酒将在高质量发展的大道上行稳致远, 向着跻身中国白酒十强、打造中国白酒知名品牌、建成中国大型白酒酿造基地的全国化战略布局加速前行。”

华铁传媒集团有限公司西安分公司销售总经理祁斌致辞说, 新时代中国高铁快速发展, 创造了从“追赶者”到“引领者”的发展成就, 成为代表中国形象的亮丽名片。凭借着中国高铁“国家名片”的影响力, 必将助力金徽酒积累更高的品牌资产, 更好地彰显金徽酒作为陇原佳酿、西北名酒的风采, 助力金徽酒开拓

更广阔的消费市场, 覆盖更多的目标消费者。

千年传承 西北名酒飘香全国

金徽酒源自西汉, 盛于唐宋, 誉满明清, 自古以来就有“西部酒乡”之称。公司地处秦岭南麓、嘉陵江畔的甘肃陇南徽县, 占地规模 2000 余亩, 是目前西北地区首屈一指的生态白酒酿造基地, 现已发展成为甘肃酿酒规模、市场占有率、品牌影响力独占鳌头的白酒企业, 并向全国知名白酒品牌迈进。

此次金徽酒高铁冠名列车, 以兰州为中心, 覆盖西北地区、华东区域, 将深度影响陕甘宁等区域市场, 途经兰州、西安、银川、西宁、天水、南京等目标城市, 形成渠道丰富、覆盖广泛、传播有效的移动传播矩阵, 以更广的辐射度、更高的权威性, 实现品牌传播与市场营销的深度结合, 凝聚超强核心竞争力, 将甘冽醇厚、风味独特的金徽酒海年份酒推向华东区域以及全国大市场, 让陇原佳酿、西北名酒香飘全国。

临近岁末, 新年将至, 高铁汇聚海量客流人群, 已经成为各大企业展示品牌形象的首选之地。金徽酒高铁冠名列车, 通过外车身彩贴、门贴、海报、行李架、头枕巾、桌贴、滚动屏、语音播报等多种媒体形式, 向乘客立体化深度化展示产品优势, 全面增进金徽酒品牌知名度和影响力。

新发展布局下, 金徽酒始终坚持“以客户为中心, 以奋进者为本”的核心价值观, 牢牢把握消费者诉求变化的新趋势, 为消费者提供更贴近消费口感和心理需求的产品, 不断满足广大消费者追求优质白酒和品质生活的双重需求。

金徽酒, 这杯秦岭深处的美酒, 历经百年时光窖藏, 携手中国高铁, 从陇上江南驰骋而出, 描绘祖国的山川河流, 走进千家万户, 共创百年金徽, 共享美好生活!

赋能苏酒促发展 提振信心向未来 第四届苏酒高质量发展联盟年会召开

■ 张瑜宸

日前, 以“赋能苏酒促发展, 提振信心向未来”为主题的第四届苏酒高质量发展联盟年会召开。会上, 一份《苏酒高质量发展联盟三年行动计划(2023-2025)》的发布。

在江苏的酒桌上流传着一句话, 叫: “东北虎, 西北狼, 喝不过苏北小绵羊”。

如果仔细翻看江苏省的酒庄分布图就会发现, 作为酿酒大省的江苏, 其酒庄大多集中于苏北地区, 主要在宿迁、连云港、淮安等地。而这些地方, 独特的黄淮水系和风水环境又造就了酒体风格自成一派, 特别擅长“绵柔”。

因此, 在相当长的一段时间里, 苏酒异军突起, 成为浓香白酒里的“白月光”。

遗憾的是, 近五年, 随着消费升级进一步升级, 主流“香型”进入蝶变期, 酱香迎来野蛮生长, 清香跑出加速度, 尽管浓香的“半壁江山”依然还在, 但不得不面对的现实就是, 其市场占有率正在连年萎缩。

消费端受到冲击, 生产端自然也会受波及, 这一点在苏酒上体现得较为明显。

根据江苏统计局发布的《2023 年 1-9 月江苏省规上工业主要产品产量》显示, 今年前 9 个月, 江苏省白酒产量为 137017.49 千升, 同比下降 13.3%。值得关注的是, 自进入 2022 年 12 月, 该组数据一直在下跌。

但不可否认的是, 近些年, 受益于高端化、多元化、数字化、绿色化等方面的突破和创新, 苏酒军团里的上市公司、区域名酒企业正穿越周期, 取得高质量发展和业绩的逆风飞扬。

不过, 相比黔酒、川酒, 苏酒整体的业绩



表现与之差距较大。此外, 苏酒大本营市场的“酱色”也不断面临着名酒下沉的挑战。

因此, 如何在增长收敛、竞争白热化的当下, 让苏酒继续爬坡过坎、攻坚克难, 让苏酒的发展更有韧性、更有活力, 构建更新的发展格局, 成为摆在苏酒人面前的重要课题。

主要目标 三年实现销售收入 822 亿

按照《行动计划》, 经三年努力至 2025 年, 苏酒要做强优势、补齐短板; 稳增长、促改革、调结构、防风险、保稳定取得实效; 促进产业基础能力和现代化水平有较大提升; 产区建设取得积极进展, 产业发展更加规范。

具体来看, 洋河股份、今世缘股份、汤沟两相和龙头企业经济总量规模分别向 500 亿元、150 亿元和 50 亿元跨越, 同时打造一批规模 10 亿元以上的骨干企业和专精特新企业, 进一步提升江苏省酿造(酒)产业链整体竞争力、影响力。

体现到营收上, 预计到 2025 年, 江苏省酿酒工业规上企业累计将实现主营销售收入 822 亿元, 比 2022 年增长 30.94%, 年均递增 9%; 实

现利润总额 289.48 亿元, 比 2022 年增长 40.48%, 年均递增 12%。其中, 主产业白酒主营销售收入将达到 637.97 亿元, 比 2022 年增长 40.49%, 年均递增 12%; 实现利润总额 279.52 亿元, 比 2022 年增长 44.29%, 年均增长 13%。

行动计划六步走 做大做强联盟经济

既然目标明确, 如何拆分与执行? 《行动计划》里明确了六大方面。

一是实施打造 412 优质产业梯度培育体系行动。做强 4 个标杆企业, 做大 10 个骨干企业, 培育 20 个专精特新“小巨人”企业, 加快形成江苏先进酿造(酒)产业集群, 使之成为酒业强省建设的总抓手, 持续巩固全省酿造(酒)产业优势, 深入推进强链补链延链, 优化产业发展工作机制。

二是实施打造白酒优势产区建设行动。争取用 3 年时间, 把已具规模、取得积极进展的宿迁产区打造成为全国乃至世界级白酒优质核心产区。同时, 积极争取省和地方政府支持, 启动和加快淮安和连云港白酒产区建设, 全面推动全产业链集聚发展、长期稳定发展, 实现资源共享、合作共赢、融合发展。

三是实施打造企业科技创新提升行动。每年实施不少于 5 项重大协同攻关项目, 加快突破一批具有全局性战略意义的关键技术产品。系统营造一流创新生态, 面向市场需求, 搭建供需对接平台, 每年重点推广应用新技术新产品至少 50 项以上, 在营造体制机制上新、工艺技术上新、品牌产品上新上取得新

突破, 全面提升科技创新贡献率。

四是实施打造产业转型升级和供给侧结构性改革推进行动。力争通过三年努力, 让江苏省酿酒工业落后生产工艺装备出清率超过 80%, 规上重点企业老旧装备 100% 全面更新; 同时, 每年新建 3-5 个绿色园区、新增 8-10 个绿色工厂; 此外, 巩固浓香, 扩大酱香、芝麻香型白酒生产酿造规模, 打造东部地区特色酱香、芝麻香生产基地, 多种口味和香型互补发展, 形成多品牌、多品类、多香型、多梯队共同发展。

五是实施打造智能化改造和数字化转型提升行动。通过三年努力, 推动江苏省酿造(酒)产业数字化、网络化、智能化水平显著提升, 新业态、新模式、新动能显著壮大, 综合实力显著增强, 劳动生产率年均增幅高于增加值增幅; 龙头企业等重点骨干企业关键工序数控化率超过 65%; 经营管理数字化普及率超过 80%; 数字化研发设计工具普及率接近 80%。

六是实施人才培育、人才队伍建设行动。多渠道引进更多卓越的特级大师和大国工匠, 特别是顶尖科技人才。打造产业、科研院所、企业三级自主联动人才培育体系, 强化品酒师、酿酒师、酒体设计师等职业技能培训。构建更多更有竞争力的人才政策体系, 力争在“十四五”最后三年期间完成 2-3 万人培训鉴定发证工作。

综合来看, 苏酒想要变身“苏大强”, 就要聚沙成塔, 从内部寻找新质生产力和发展新动能, 推动产业强链补链延链, 再依托本地丰富的资源禀赋和巨大的增长潜力, 发挥好科技、创新、人才等方面的优势, 让苏酒迸发出澎湃的力量。



双汇熟食

SHUANGHUI DELI

三重卤·更入味



千年福禄寿 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)



广告