

小而精特而美
红太阳酒业打造
白酒庄园发展新模式

■ 焦守立

近日,山东红太阳酒业集团总经理任志刚,常务副总经理任亮伟,总工程师孙守晋,总经理助理、营销公司副总经理郝鹏飞等一行5人赴京拜会中国酒业协会。

中国酒业协理会理事宋书玉、副秘书长甘锐,副秘书长刘振国,办公室主任赵锐,酒文化专业委员会秘书长任志宏,市场专业委员会副秘书长吕一楠、市场专业委员会程浩参加座谈。

座谈会上,红太阳酒业总经理任志刚首先介绍了企业的发展情况:红太阳酒业1948年建厂,前身是“国营嘉祥县酒厂”,数次变更至今已有七十五年的发展历程,拥有“红太阳(浓香)、祥酒(酱香)”两大品牌系列白酒。多次在国家级白酒品评会上荣获“中国白酒酒体设计奖”、“国家评委感官质量奖”等品质奖项大奖。

近年来,红太阳酒业企业实力、酿造规模不断提升,新增浓香白酒产能5000吨、馥香白酒产能3000吨、大曲坤沙酱香白酒产能2000吨,新增原酒储藏1万吨,达到酿酒4万吨的能力,优质的老酒能为红太阳酒业持续不断的输出高品质好酒提供了保障。目前,红太阳酒业以打造“小而精、特而美”的白酒庄园为发展目标,探索出一条区域龙头高质量发展、效益发展的新路。

任志刚特别介绍了红太阳酒业集团“祥酒酒庄”的建设、发展以及未来规划。祥酒酒庄是红太阳酒业的重要战略投资项目,自建设以来,一直秉持着“传承、创新、卓越”的理念,高度重视环保和可持续发展,坚持采用中国传统酿酒工艺,力求打造出品质卓越风格独特的中国白酒。

任志刚说,白酒酒庄是中国文化价值的新表达,希望在酒庄建设方面得到协会的针对性帮助与指导,并希望进一步发掘祥酒、在工艺生产、文化故事、匠心传承等方面为祥酒发展进行规划,希望通过协会的指导,进一步对如何保护和宣传好祥酒进行梳理。

会上,宋书玉理事长强调,中小企业要在顶层设计中进一步清晰发展战略、明确发展方向,支持产品个性化,打造自己的特色表达,深入思考如何进一步保护产区生态实现降碳减排,通过酒庄打造彰显文化、彰显产业链价值。

他重申,当前不确定因素激增的大环境下,消费者的理性消费理念逐渐树立,对酒类产品品质提出了更高的要求,要进一步认识高性价比的重要性,做产业的坚守者,以陶缸贮存、时间沉淀等方式进一步提升产品品质。长期以来,协会在产区培育、人才培养、技术培育、品牌培育、市场培育等方面进行了大量实践,积累了丰富经验,取得了一定成效,接下来,协会将继续做好会员企业的“好娘家”,共同助推中国酒类产业再谱新篇。

座谈会上,刘振国副秘书长表示,一直以来,协会在产区表达、酒庄表达和标准表达方面做了许多工作,接下来协会也将继续做好服务,助推行业高质量发展。希望红太阳酒业以“祥酒酒庄”建设发展为新契机,以不断满足消费者日益提升的品质和风味需求,不断满足消费者不断提升的精神和文化诉求为基础,继续发挥红太阳酒业作为区域白酒领军企业的引领作用。

后,任志刚一行专门拜访了中酒协酒文化专业委员会秘书长任志宏、副秘书长张志刚,就红太阳酒业有老窖池的保护、开发利用作了汇报,任秘书长对红太阳拥有的老窖池资源给予肯定,并提出中肯的指导意见和建议。

近年来,红太阳酒业依靠得天独厚的老窖资源,秉承“工手造酒”和“生态造酒”的理念,曾先后邀请沈怡方、杨高明、高景良、郎邦平、白希智、杨大文、孙庆文、赖登燡等国家级白酒大师、酿酒大师莅临公司进行生产技术指导,形成了“五老”(老工匠、老窖池、老酒糟、老陈酒)酿造体系。作为“五老”酿造体系之一,红太阳酒业的老窖池无疑是一笔巨大遗产财富,在酒中并不多见。

据悉,红太阳保存完好的厂区内地面积133亩,依然还保留和延续着历史的古朴风格样式,斑驳的砖墙刻着岁月的痕迹,红砖青瓦的生产车间承载着记忆的时光。在这里,数百年几十以上的老窖池静卧其中,这里是红太阳酒业最优质的原酒产地。在厂区,有一座“窑之宝”,就是已经具有近几十年历史的红1号核心产区的老窖池,在几十年老窖池中酿出的酒异常的香醇,这是因为窖池在老窖池中的微生物经历多年的丰富积累,驯化、能够释放出大量的活性物质,形成了稳固的微生物超级群落,使酿造的原粮酒,香气更馥郁,酒味更醇厚,完美诠释了“老窖池、格外生香”的道理,这也是红太阳酒业的高品质基因,更是走向高质量发展的底气。

总经理任志刚表示,回去后一定认真学习和领会协会领导的讲话和指导意见,落实在企业经营中,让红太阳酒业在“品质消费、文化引领”的时代潮流中,再开新局、再上台阶!

酒业力量书写社会责任新篇章

2023“全国理性饮酒宣传周”暨中国酒业 ESG 论坛隆重举办



■ 钟久

日前,由中国酒业协会主办,中国酒业协会与社会责任促进工作委员会承办、宜宾五粮液股份有限公司协办的“2023全国理性饮酒宣传周暨2023中国酒业 ESG 论坛”在北京成功举办。

绿色发展,既是中国酒业的当下,更是中国酒业的未来。

会上,

五粮液

有限公司党委书记、董事长,中国酒

业协会副会长兼秘书长王连增,中国酒

业协会秘书长何勇等出席了会议。

据中国酒业协会数据统计,近年来,我

国规模以上黄酒生产企业数量逐

年减少至90家。其中,国内上市的

黄酒企业只有会稽山、古越龙山、金枫酒

业3家企业。

据中国酒业协会数据统计,去年纳

入国家统计局范畴的规模以上黄酒生

产企业仅90家,其中亏损企业为13家,规

模以上黄酒企业累计完成销售收入

101.63亿元,累计实现利润总额12.6

亿元,亏损企业累计亏损额达0.58亿元。

目前,根据A股三季报披露,前三季度古越龙山、会稽山、金枫酒业营收分别为11.6亿元、9.35亿元、3.6亿元,总营收不到30亿元,其中古越龙山和会稽山同比分别增长3.43%、14.74%,金枫酒业同比下滑13.45%。

纵观近几年的统计数据不难发现,

自2019年达到最高点后,黄酒产业就在不断探底,发展情况不容乐观。今年以

来,消费需求不足对整个酒类行业都造

成了冲击,但导致黄酒发展受阻的原因实则是产业背后的痼疾。

一方面,在消费多元化、碎片化的趋

势下,黄酒市场并没有因高端化、年轻化策略而打开消费空间。另一方面,在白酒等其他品类的挤压下,其市场规模受到挤压,黄酒市

场情势已十分严峻。

虽然目前黄酒行业发展整体趋缓,

但作为数千年传承的“国粹”,黄酒依然

是一笔矿产。古越龙山北上布局,会稽山

一体两翼发展路径,搭牌携手共酿,金枫多元渠道……黄酒自身的突破性动作和外界对黄酒的关注从来没有消失。

在今年的黄酒T7峰会上,中国酒业

协会理事宋书玉就提出,黄酒首先要

放大声量,让更多消费者知道黄酒是什

么。其次,黄酒要直击痛点,走出竞争圈,

共同拓进全国市场。

“适量饮酒快乐生活”文化研究这五个方

面对蓝皮书进行了详细解读。

随后,活动中公布了由中国酒业协会主

办、五粮液集团公司、视觉中国协办的美

酒美图TOP10计划第四季和公益主题海

报设计大赛获奖作品,并发布15款理性饮

酒公益主题NFT产品,其中10款首次由

盒装形式进行发售,销售所得资金将全部捐

赠给相关公益基金会。视觉中国高级副

总裁王刚现场对NFT产品进行介绍。

“适量饮酒快乐生活”文化研究这五个方

面对蓝皮书进行了详细解读。

随后,活动中公布了由中国酒业协会主

办、五粮液集团公司、视觉中国协办的美

酒美图TOP10计划第四季和公益主题海

报设计大赛获奖作品,并发布15款理性饮

酒公益主题NFT产品,其中10款首次由

盒装形式进行发售,销售所得资金将全部捐

赠给相关公益基金会。视觉中国高级副

总裁王刚现场对NFT产品进行介绍。

“适量饮酒快乐生活”文化研究这五个方

面对蓝皮书进行了详细解读。

随后,活动中公布了由中国酒业协会主

办、五粮液集团公司、视觉中国协办的美

酒美图TOP10计划第四季和公益主题海

报设计大赛获奖作品,并发布15款理性饮

酒公益主题NFT产品,其中10款首次由

盒装形式进行发售,销售所得资金将全部捐

赠给相关公益基金会。视觉中国高级副

总裁王刚现场对NFT产品进行介绍。

“适量饮酒快乐生活”文化研究这五个方

面对蓝皮书进行了详细解读。

随后,活动中公布了由中国酒业协会主

办、五粮液集团公司、视觉中国协办的美

酒美图TOP10计划第四季和公益主题海

报设计大赛获奖作品,并发布15款理性饮

酒公益主题NFT产品,其中10款首次由

盒装形式进行发售,销售所得资金将全部捐

赠给相关公益基金会。视觉中国高级副

总裁王刚现场对NFT产品进行介绍。

“适量饮酒快乐生活”文化研究这五个方

面对蓝皮书进行了详细解读。

随后,活动中公布了由中国酒业协会主

办、五粮液集团公司、视觉中国协办的美

酒美图TOP10计划第四季和公益主题海

报设计大赛获奖作品,并发布15款理性饮

酒公益主题NFT产品,其中10款首次由

盒装形式进行发售,销售所得资金将全部捐

赠给相关公益基金会。视觉中国高级副

总裁王刚现场对NFT产品进行介绍。

“适量饮酒快乐生活”文化研究这五个方

面对蓝皮书进行了详细解读。

随后,活动中公布了由中国酒业协会主

办、五粮液集团公司、视觉中国协办的美

酒美图TOP10计划第四季和公益主题海

报设计大赛获奖作品,并发布15款理性饮

酒公益主题NFT产品,其中10款首次由

盒装形式进行发售,销售所得资金将全部捐

赠给相关公益基金会。视觉中国高级副

总裁王刚现场对NFT产品进行介绍。

“适量饮酒快乐生活”文化研究这五个方

面对蓝皮书进行了详细解读。

随后,活动中公布了由中国酒业协会主

办、五粮液集团公司、视觉中国协办的美

酒美图TOP10计划第四季和公益主题海

报设计大赛获奖作品,并发布15款理性饮

酒公益主题NFT产品,其中10款首次由

盒装形式进行发售,销售所得资金将全部捐

赠给相关公益基金会。视觉中国高级副

总裁王刚现场对NFT产品进行介绍。

“适量饮酒快乐生活”文化研究这五个方

面对蓝皮书进行了详细解读。

随后,活动中公布了由中国酒业协会主

办、五粮液集团公司、视觉中国协办的美

酒美图TOP10计划第四季和公益主题海

报设计大赛获奖作品,并发布15款理性饮

酒公益主题NFT产品,其中10款首次由

盒装形式进行发售,销售所得资金将全部捐

赠给相关公益基金会。视觉中国高级副

总裁王刚现场对NFT产品进行介绍。

“适量饮酒快乐生活”文化研究这五个方

面对蓝皮书进行了详细解读。

随后,活动中公布了由中国酒业协会主

办、五粮液集团公司、视觉中国协办的美

酒美图TOP10计划第四季和公益主题海

报设计大赛获奖作品,并发布15款理性饮

酒公益主题NFT产品,其中10款首次由

盒装形式进行发售,销售所得资金将全部捐

赠给相关公益基金会。视觉中国高级副

总裁王刚现场对NFT产品进行介绍。

“适量饮酒快乐生活”文化研究这五个方