

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志刚、常务副总经理任宪礼、总工程师孙守营、总经理助理、营销公司副总经理靳鹏飞等一行5人赴京拜会中国酒业协会。

中国酒业协会理事长宋玉书、副秘书长甘牧、副秘书长刘振国、办公室主任赵婷、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闫一楠、市场专业委员会陆浩参加座谈。

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多年的发展历程,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”等品质评鉴大奖。

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、浓香白酒产能3000吨、大曲坤沙酱酒产能2000吨,新增原粮产能1万吨,达到酱酒4万吨的能力。优质的老窖酒能作为红太阳酒业持续不断的输出品质好酒提供了战略保障。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、效益化发展的新路径。

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。祥酒酒庄作为红太阳酒业的重要战略投资项目,自建以来,一直秉持着“传承、创新、卓越”的理念,高度重视生态环保和可持续发展,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指导与指导,并希望进一步发掘传统文化,在工艺生产、文化故事、匠人传承等方面为祥酒发展进行规划,文化故事通过协会的指导,进一步对如何保护和宣传好窖池资源进行梳理。

会上,宋玉书理事长强调,中小企业要在顶层设计中进一步明晰发展战略、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绿色减排,通过酒庄打造彰显文化、彰显产业价值。

他重申,当前不确定性越发彰显的大环境下,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,做产品的坚守者,以陶坛贮存、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、技术推广、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,协会将继续当好会员企业的“好娘家人”,共同助推中国酒类产业再上新台阶。

座谈会上,刘振国副秘书长表示,一直以来,协会在产区表达、酒庄表达方面标准这方面做了许多工作,接下来协会将继续做好服务,助推白酒产业高质量发展,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格需求,不断满足消费者不断提升的精神和文化追求为基础,继续发挥红太阳酒业为产区白酒领军企业的引领作用。

会后,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、副秘书长张永刚,就红太阳酒业拥有老窖池的保护、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“手工酿造”和“生态酿造”的理念,曾先后邀请沈怡方、于桥、高月明、高景炎、梁邦兴、白希哲、杨大生、赖登楼等国家级白酒大师、酿酒大师莅临公司进行技术指导,形成了“五老”工艺(老工匠、老手艺人、老窖池、老陈酒、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,在鲁酒中并不多见。

据悉,红太阳保存完整的老厂区内占地133亩,依然还保留和延续着历史的古朴风格样式,斑驳的砖雕雕刻着岁月的痕迹,红砖青瓦的生产车间承载着岁月的记忆。在这里,数百年红太阳酒业以上的老窖池静卧其中,这里是红太阳酒业优质的原酒产地。在厂区内,有一座“酿酒之宝”,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乎寻常的香醇,这是因为栖息于老窖池中的微生物历经上万年的富集、繁衍、驯化,能够释放出大量的活性物质,形成了超额的微生物超群群落,完美诠释了“老窖酿酒,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 论坛隆重举行



■ 钟久

日前,由中国酒业协会主办,中国酒业协会酒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。

出席活动的领导有:中国酒业协会理事长宋玉书、中国酒业协会执行理事长王瑞,现任中国科学技术学会名誉会长、党支部书记、国务院国资委原国有重点大型企业监事会主席、中国酒业协会战略专家段瑞青,中国制造业强国建设咨询委员会委员、中国酒业协会战略专家段惠民,国家市场监督管理总局食品安全监督管理司副司长郭向军,中国贸促轻纺轻工行业一级巡视员王双清,国家工业和信息化部消费品工业司二级巡视员杨秀江,电影频道节目中心副巡视员王平久,国家商务部门市场和运行发展促进一级调研员刘斌,国家卫生健康委员会副研究员、办公室负责人司向,中国健康保险协会副秘书长魏鹏。活动中中国酒业协会秘书长何勇与中宣部电影频道主持人郭林共同主持。

中国酒业协会理事长宋玉书在致辞中表示,酒业社会责任的中心工作就是坚持绿色生态酿造,持续保障健康、理性的饮酒态度和行为,践行法律责任,践行社会责任。为美好生活贡献美酒,将责任转化为企业信就是中国酒业的姿态和责任,让中国酒业协会社会责任得到社会各界的认可以及消费者的信任。“双碳”战略将是酒业发展的核心战略,生态酿造、

绿色发展,既是中国酒业的当下,更是中国酒业的未来。

会上,五粮液集团有限公司、五粮液股份有限公司党委书记、董事长、中国酒业协会酒与社会促进工作委员会当值理事长曾从钦表示中国白酒不仅是经济社会发展的主要支柱,更承载着中国文明、精神和气韵,是独特的文化符号和载体。名酒企业需肩负起“国之大者”的责任,引领行业朝着高质量发展之路持续发展的道路迈进,为国家发展创造新质生产力,为人民群众创造美好生活贡献智慧和力量。以品质之和、产业之和、社会之和、生态之和、文化之和为着力方向,勇担社会责任,助力实现人与自然、人与社会的和谐统一。

ESG引领酒业可持续发展

ESG是当今世界推动企业实现可持续发展的关键抓手。中国酒业协会联合首都经济贸易大学中国ESG研究院、新浪财经以及五粮液集团有限公司组织编写了首份《中国酒业ESG发展报告(2022)》。活动中,中国酒业协会酒与社会责任促进工作委员会秘书长元月对报告做详细解读。《中国酒业ESG发展报告(2022)》中全面梳理了2022年度酒类产业履行社会责任、践行ESG理念的工作成果,研究总结酒业ESG工作进展和现状,进一步向社会宣传酒类产业ESG发展理念,推动酒业工作更加系统、科学、持续、高效地履行社会责任。

代表本次ESG论坛的联合主办方,新浪财经ESG评级中心主任李海,从酒业和ESG的关系,酒企面临ESG发展的

与拓市场并举,推动企业不断发展壮大,促进品牌影响力持续提升。

精准品牌定位。珍酒在白酒行业颇具传奇色彩,无二品品牌内涵丰富,已构成了行业独一无二“1234”——“中国白酒一号工程、中国酱香白酒第二股、贵州三大酱香品牌、中国四大酱酒品牌,这些内涵代表着珍酒在品牌历史、工艺传承、品质坚守、创新发展等方面的强劲引领,致力将珍酒打造成为中国高档酱酒主力品牌。

提升品牌赋能。顺应消费趋势,紧抓市场机遇,珍酒全新升级品牌战略,依托品牌力上升,通过推动全国化、线下线上全渠道布局,做大十五、珍三十等大品牌,新推2012真实年份酒等光瓶酒系列等举措,并通过打造市场活动、营销事件、品牌传播等方式,提升品牌知名度和美誉度。

加强品牌传播。珍酒独具特色的品牌故事和跨越式发展,引得《人民日报》、新华社、央视等权威综合类媒体纷纷点赞报道。今年,《人民日报》在一个月内两次关注和点赞珍酒,其新闻频道中特别强调:“珍酒2023年基酒销量6.5万吨,持续提升产能”为提升品牌知名度和市场份额打下坚实基础。“今年11月,中央广播电视总台《走遍中国》栏目用8分钟聚焦珍酒,呈现了一个真实、丰满的“酒中珍品”形象。通过多维度多层次传播,珍酒品牌价值不断提升。2022年,双鞋“管理解围,每位匠酿酒工都有一双鞋”——上下一致一双鞋,车间酿酒师、鞋套、食堂吃饭、厂区活动又要换一双鞋,到了卫生间还有专用的一双鞋,也折射出珍酒对生产管理的极致追求。

此次珍酒获颁省长质量奖提名奖,是贵州省政府对珍酒高质量发展给予的至高肯定,也是珍酒向社会各界交出的高质量发展答卷,更是珍酒在力争实现“三个一流”、提升“三大能力”道路上的又一里程碑。

酿造一流产品
不断提升竞争力

珍酒的诞生与发展,肩负着特殊的历史使命,承载着人们对期望与嘱托。品质是珍酒的立足之根、发展之本,48年来,珍酒坚守传统工艺,坚定品质信仰,坚持精细化管理,“专心”酿造一流产品,不断提升核心竞争力。

扩建优质产能。去年新投产2号文产地推出“发祥赤土河、建设全国重要白酒产区主产区优势,建设全国重要白酒生产基地”,为遵义白酒产业的发展带

绿色发展,既是中国酒业的当下,更是中国酒业的未来。

会上,五粮液集团有限公司、五粮液股份有限公司党委书记、董事长、中国酒业协会酒与社会促进工作委员会当值理事长曾从钦表示中国白酒不仅是经济社会发展的主要支柱,更承载着中国文明、精神和气韵,是独特的文化符号和载体。名酒企业需肩负起“国之大者”的责任,引领行业朝着高质量发展之路持续发展的道路迈进,为国家发展创造新质生产力,为人民群众创造美好生活贡献智慧和力量。以品质之和、产业之和、社会之和、生态之和、文化之和为着力方向,勇担社会责任,助力实现人与自然、人与社会的和谐统一。

ESG引领酒业可持续发展

ESG是当今世界推动企业实现可持续发展的关键抓手。中国酒业协会联合首都经济贸易大学中国ESG研究院、新浪财经以及五粮液集团有限公司组织编写了首份《中国酒业ESG发展报告(2022)》。活动中,中国酒业协会酒与社会责任促进工作委员会秘书长元月对报告做详细解读。《中国酒业ESG发展报告(2022)》中全面梳理了2022年度酒类产业履行社会责任、践行ESG理念的工作成果,研究总结酒业ESG工作进展和现状,进一步向社会宣传酒类产业ESG发展理念,推动酒业工作更加系统、科学、持续、高效地履行社会责任。

代表本次ESG论坛的联合主办方,新浪财经ESG评级中心主任李海,从酒业和ESG的关系,酒企面临ESG发展的

与拓市场并举,推动企业不断发展壮大,促进品牌影响力持续提升。

精准品牌定位。珍酒在白酒行业颇具传奇色彩,无二品品牌内涵丰富,已构成了行业独一无二“1234”——“中国白酒一号工程、中国酱香白酒第二股、贵州三大酱香品牌、中国四大酱酒品牌,这些内涵代表着珍酒在品牌历史、工艺传承、品质坚守、创新发展等方面的强劲引领,致力将珍酒打造成为中国高档酱酒主力品牌。

提升品牌赋能。顺应消费趋势,紧抓市场机遇,珍酒全新升级品牌战略,依托品牌力上升,通过推动全国化、线下线上全渠道布局,做大十五、珍三十等大品牌,新推2012真实年份酒等光瓶酒系列等举措,并通过打造市场活动、营销事件、品牌传播等方式,提升品牌知名度和美誉度。

加强品牌传播。珍酒独具特色的品牌故事和跨越式发展,引得《人民日报》、新华社、央视等权威综合类媒体纷纷点赞报道。今年,《人民日报》在一个月内两次关注和点赞珍酒,其新闻频道中特别强调:“珍酒2023年基酒销量6.5万吨,持续提升产能”为提升品牌知名度和市场份额打下坚实基础。“今年11月,中央广播电视总台《走遍中国》栏目用8分钟聚焦珍酒,呈现了一个真实、丰满的“酒中珍品”形象。通过多维度多层次传播,珍酒品牌价值不断提升。2022年,双鞋“管理解围,每位匠酿酒工都有一双鞋”——上下一致一双鞋,车间酿酒师、鞋套、食堂吃饭、厂区活动又要换一双鞋,到了卫生间还有专用的一双鞋,也折射出珍酒对生产管理的极致追求。



来了新机遇。近年来,珍酒加快优质产能建设,2020年珍酒产量实现万吨,2021年突破2.1万吨,2022年投产3.5万吨,今年下步发展投产4万吨。产量突破万吨到投产4万吨,仅仅用了3年时间,实现了白酒行业的“珍酒速度”。

践行高品质战略,珍酒严把品质关,建立从一粒粮食到一瓶酒的全流程质量管理体体系,坚持以质取胜,不断对原材料产地、产区开展对比研究,建设更利于珍酒品质提升的原料种植基地。此外,通过不断引进和培养酿酒人才,逐年增加科研经费投入,加强产学研、科研院所合作,实现工艺技术创新、微生物研究、风味物质品质评测等的全面提升,为珍酒产品高品质全面保驾护航。珍酒目前拥有国家高级白酒评委4人,省级白酒评委19人,白酒评酒师人数在贵州酒类企业中名列前茅,对酒品质质的不懈追求,是珍酒获得市场青睐的三大法宝。

坚持精细化管理。珍酒制定了《生产过程控制管理制度》《原料料管理制度》《白酒勾兑管理制度》等,形成了涵盖制曲、酿酒、原酒勾兑、包装等全环节的珍酒质量管理体系,确保生产过程质量安全受控管理。珍酒著名的“四双鞋”管理制度,每位匠酿酒工都有一双鞋——上下一致一双鞋,车间酿酒师、鞋套、食堂吃饭、厂区活动又要换一双鞋,到了卫生间还有专用的一双鞋,也折射出珍酒对生产管理的极致追求。

打造一流品牌
不断提升影响力

近十余年来,珍酒始终坚持品牌

“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,活动上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款首次由盲盒形式进行发售,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卿现场对NFT产品进行介绍。

在全场嘉宾的关注下,“5X”、凤鸣、高铁推行计划正式启动。中国酒业协会联合1919打造“全国理性饮酒宣传周适量饮酒‘5X’推行计划”,将在全国一二线城市的4000家中高档餐厅和酒类终端店投放5万块电子屏海报,持续一个月,预计影响人群将达3亿人。

此外,中国酒业协会与凤凰网市传媒合作推出“凤鸣”计划。在全国一二线多个城市的核心商圈户外LED屏上,在黄金时段滚动投放宣传周主题画面,持续两周,有效扩大宣传周活动范围和覆盖人群。

作为今年的创新项目,中国酒业协会与北京高和普远文化传媒有限公司合作推出高铁推行计划,该计划覆盖全国4000+高铁、6000+车站、1038个高铁站点,28万块电子屏上播放宣传周推广视频,持续一个月,预计将触达2亿人。

自今年初,中国酒业协会酒与社会责任促进工作委员会在各界领导的大力支持下,联合电影频道积极打造“美酒美好生活”IP,以美酒与人民美好生活的关联为传播点,创作、征集、传播,选拔优秀音视频作品。把美酒美生活的观念贯彻到底,深入人心。

作为美酒美好生活项目的第一项工作,借助电影频道专业的影视策划与拍摄团队,制作了今年的宣传周公益主题微电影《做美好》,向全社会推广“理性饮酒理念和健康的生活方式。活动现场电影主创团队、2022星耀大海计划优秀学员刘帅,恰好分享了拍摄感受。

适量饮酒 快乐生活

2023“全国理性饮酒宣传周”大型公益活动主题为“适量饮酒、快乐生活”。围绕主题,中国酒业协会联合中国健康保险协会、五粮液集团有限公司、国际洋酒生产商会、编写了《2023中国适量饮酒快乐生活蓝皮书》。会上,中国酒业协会秘书长何勇从中国适量饮酒的概念与文化、适量饮酒的相关研究,中国消费者饮酒态度调研分析,消费者饮酒行为的影响因素,中国

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

“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,活动上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款首次由盲盒形式进行发售,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卿现场对NFT产品进行介绍。

在全场嘉宾的关注下,“5X”、凤鸣、高铁推行计划正式启动。中国酒业协会联合1919打造“全国理性饮酒宣传周适量饮酒‘5X’推行计划”,将在全国一二线城市的4000家中高档餐厅和酒类终端店投放5万块电子屏海报,持续一个月,预计影响人群将达3亿人。

此外,中国酒业协会与凤凰网市传媒合作推出“凤鸣”计划。在全国一二线多个城市的核心商圈户外LED屏上,在黄金时段滚动投放宣传周主题画面,持续两周,有效扩大宣传周活动范围和覆盖人群。

作为今年的创新项目,中国酒业协会与北京高和普远文化传媒有限公司合作推出高铁推行计划,该计划覆盖全国4000+高铁、6000+车站、1038个高铁站点,28万块电子屏上播放宣传周推广视频,持续一个月,预计将触达2亿人。

自今年初,中国酒业协会酒与社会责任促进工作委员会在各界领导的大力支持下,联合电影频道积极打造“美酒美好生活”IP,以美酒与人民美好生活的关联为传播点,创作、征集、传播,选拔优秀音视频作品。把美酒美生活的观念贯彻到底,深入人心。

作为美酒美好生活项目的第一项工作,借助电影频道专业的影视策划与拍摄团队,制作了今年的宣传周公益主题微电影《做美好》,向全社会推广“理性饮酒理念和健康的生活方式。活动现场电影主创团队、2022星耀大海计划优秀学员刘帅,恰好分享了拍摄感受。

适量饮酒 快乐生活

2023“全国理性饮酒宣传周”大型公益活动主题为“适量饮酒、快乐生活”。围绕主题,中国酒业协会联合中国健康保险协会、五粮液集团有限公司、国际洋酒生产商会、编写了《2023中国适量饮酒快乐生活蓝皮书》。会上,中国酒业协会秘书长何勇从中国适量饮酒的概念与文化、适量饮酒的相关研究,中国消费者饮酒态度调研分析,消费者饮酒行为的影响因素,中国

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

“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,活动上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款首次由盲盒形式进行发售,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卿现场对NFT产品进行介绍。

在全场嘉宾的关注下,“5X”、凤鸣、高铁推行计划正式启动。中国酒业协会联合1919打造“全国理性饮酒宣传周适量饮酒‘5X’推行计划”,将在全国一二线城市的4000家中高档餐厅和酒类终端店投放5万块电子屏海报,持续一个月,预计影响人群将达3亿人。

此外,中国酒业协会与凤凰网市传媒合作推出“凤鸣”计划。在全国一二线多个城市的核心商圈户外LED屏上,在黄金时段滚动投放宣传周主题画面,持续两周,有效扩大宣传周活动范围和覆盖人群。

作为今年的创新项目,中国酒业协会与北京高和普远文化传媒有限公司合作推出高铁推行计划,该计划覆盖全国4000+高铁、6000+车站、1038个高铁站点,28万块电子屏上播放宣传周推广视频,持续一个月,预计将触达2亿人。

自今年初,中国酒业协会酒与社会责任促进工作委员会在各界领导的大力支持下,联合电影频道积极打造“美酒美好生活”IP,以美酒与人民美好生活的关联为传播点,创作、征集、传播,选拔优秀音视频作品。把美酒美生活的观念贯彻到底,深入人心。

作为美酒美好生活项目的第一项工作,借助电影频道专业的影视策划与拍摄团队,制作了今年的宣传周公益主题微电影《做美好》,向全社会推广“理性饮酒理念和健康的生活方式。活动现场电影主创团队、2022星耀大海计划优秀学员刘帅,恰好分享了拍摄感受。

适量饮酒 快乐生活

2023“全国理性饮酒宣传周”大型公益活动主题为“适量饮酒、快乐生活”。围绕主题,中国酒业协会联合中国健康保险协会、五粮液集团有限公司、国际洋酒生产商会、编写了《2023中国适量饮酒快乐生活蓝皮书》。会上,中国酒业协会秘书长何勇从中国适量饮酒的概念与文化、适量饮酒的相关研究,中国消费者饮酒态度调研分析,消费者饮酒行为的影响因素,中国

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

“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,活动上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款首次由盲盒形式进行发售,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卿现场对NFT产品进行介绍。

在全场嘉宾的关注下,“5X”、凤鸣、高铁推行计划正式启动。中国酒业协会联合1919打造“全国理性饮酒宣传周适量饮酒‘5X’推行计划”,将在全国一二线城市的4000家中高档餐厅和酒类终端店投放5万块电子屏海报,持续一个月,预计影响人群将达3亿人。

此外,中国酒业协会与凤凰网市传媒合作推出“凤鸣”计划。在全国一二线多个城市的核心商圈户外LED屏上,在黄金时段滚动投放宣传周主题画面,持续两周,有效扩大宣传周活动范围和覆盖人群。

作为今年的创新项目,中国酒业协会与北京高和普远文化传媒有限公司合作推出高铁推行计划,该计划覆盖全国4000+高铁、6000+车站、1038个高铁站点,28万块电子屏上播放宣传周推广视频,持续一个月,预计将触达2亿人。

自今年初,中国酒业协会酒与社会责任促进工作委员会在各界领导的大力支持下,联合电影频道积极打造“美酒美好生活”IP,以美酒与人民美好生活的关联为传播点,创作、征集、传播,选拔优秀音视频作品。把美酒美生活的观念贯彻到底,深入人心。

作为美酒美好生活项目的第一项工作,借助电影频道专业的影视策划与拍摄团队,制作了今年的宣传周公益主题微电影《做美好》,向全社会推广“理性饮酒理念和健康的生活方式。活动现场电影主创团队、2022星耀大海计划优秀学员刘帅,恰好分享了拍摄感受。

适量饮酒 快乐生活

2023“全国理性饮酒宣传周”大型公益活动主题为“适量饮酒、快乐生活”。围绕主题,中国酒业协会联合中国健康保险协会、五粮液集团有限公司、国际洋酒生产商会、编写了《2023中国适量饮酒快乐生活蓝皮书》。会上,中国酒业协会秘书长何勇从中国适量饮酒的概念与文化、适量饮酒的相关研究,中国消费者饮酒态度调研分析,消费者饮酒行为的影响因素,中国

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

“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,活动上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款首次由盲盒形式进行发售,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卿现场对NFT产品进行介绍。

在全场嘉宾的关注下,“5X”、凤鸣、高铁推行计划正式启动。中国酒业协会联合1919打造“全国理性饮酒宣传周适量饮酒‘5X’推行计划”,将在全国一二线城市的4000家中高档餐厅和酒类终端店投放5万块电子屏海报,持续一个月,预计影响人群将达3亿人。

此外,中国酒业协会与凤凰网市传媒合作推出“凤鸣”计划。在全国一二线多个城市的核心商圈户外LED屏上,在黄金时段滚动投放宣传周主题画面,持续两周,有效扩大宣传周活动范围和覆盖人群。

作为今年的创新项目,中国酒业协会与北京高和普远文化传媒有限公司合作推出高铁推行计划,该计划覆盖全国4000+高铁、6000+车站、1038个高铁站点,28万块电子屏上播放宣传周推广视频,持续一个月,预计将触达2亿人。

自今年初,中国酒业协会酒与社会责任促进工作委员会在各界领导的大力支持下,联合电影频道积极打造“美酒美好生活”IP,以美酒与人民美好生活的关联为传播点,创作、征集、传播,选拔优秀音视频作品。把美酒美生活的观念贯彻到底,深入人心。

作为美酒美好生活项目的第一项工作,借助电影频道专业的影视策划与拍摄团队,制作了今年的宣传周公益主题微电影《做美好》,向全社会推广“理性饮酒理念和健康的生活方式。活动现场电影主创团队、2022星耀大海计划优秀学员刘帅,恰好分享了拍摄感受。

适量饮酒 快乐生活

2023“全国理性饮酒宣传周”大型公益活动主题为“适量饮酒、快乐生活”。围绕主题,中国酒业协会联合中国健康保险协会、五粮液集团有限公司、国际洋酒生产商会、编写了《2023中国适量饮酒快乐生活蓝皮书》。会上,中国酒业协会秘书长何勇从中国适量饮酒的概念与文化、适量饮酒的相关研究,中国消费者饮酒态度调研分析,消费者饮酒行为的影响因素,中国

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

“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,活动上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款首次由盲盒形式进行发售,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卿现场对NFT产品进行介绍。

在全场嘉宾的关注下,“5X”、凤鸣、高铁推行计划正式启动。中国酒业协会联合1919打造“全国理性饮酒宣传周适量饮酒‘5X’推行计划”,将在全国一二线城市的4000家中高档餐厅和酒类终端店投放5万块电子屏海报,持续一个月,预计影响人群将达3亿人。

此外,中国酒业协会与凤凰网市传媒合作推出“凤鸣”计划。在全国一二线多个城市的核心商圈户外LED屏上,在黄金时段滚动投放宣传周主题画面,持续两周,有效扩大宣传周活动范围和覆盖人群。

作为今年的创新项目,中国酒业协会与北京高和普远文化传媒有限公司合作推出高铁推行计划,该计划覆盖全国4000+高铁、6000+车站、1038个高铁站点,28万块电子屏上播放宣传周推广视频,持续一个月,预计将触达2亿人。

自今年初,中国酒业协会酒与社会责任促进工作委员会在各界领导的大力支持下,联合电影频道积极打造“美酒美好生活”IP,以美酒与人民美好生活的关联为传播点,创作、征集、传播,选拔优秀音视频作品。把美酒美生活的观念贯彻到底,深入人心。

作为美酒美好生活项目的第一项工作,借助电影频道专业的影视策划与拍摄团队,制作了今年的宣传周公益主题微电影《做美好》,向全社会推广“理性饮酒理念和健康的生活方式。活动现场电影主创团队、2022星耀大海计划优秀学员刘帅,恰好分享了拍摄感受。

适量饮酒 快乐生活

2023“全国理性饮酒宣传周”大型公益活动主题为“适量饮酒、快乐生活”。围绕主题,中国酒业协会联合中国健康保险协会、五粮液集团有限公司、国际洋酒生产商会、编写了《2023中国适量饮酒快乐生活蓝皮书》。会上,中国酒业协会秘书长何勇从中国适量饮酒的概念与文化、适量饮酒的相关研究,中国消费者饮酒态度调研分析,消费者饮酒行为的影响因素,中国

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

适量饮酒 快乐生活

“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,活动上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款首次由盲盒形式进行发售,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卿现场对NFT产品进行介绍。

在全场嘉宾的关注下,“5X”、凤鸣、高铁推行计划正式启动。中国酒业协会联合1919打造“全国理性饮酒宣传周适量饮酒‘5X’推行计划”,将在全国一二线城市的4000家中高档餐厅和酒类终端店投放5万块电子屏海报,持续一个月,预计影响人群将达3亿人。

此外,中国酒业协会与凤凰网市传媒合作推出“凤鸣”计划。在全国一二线多个城市的核心商圈户外LED屏上,在黄金时段滚动投放宣传周主题画面,持续两周,有效扩大宣传周活动范围和覆盖人群。

作为今年的创新项目,中国酒业协会与北京高和普远文化传媒有限公司合作推出高铁推行计划,该计划覆盖全国4000+高铁、6000+车站、1038个高铁站点,28万块电子屏上播放宣传周推广视频,持续一个月,预计将触达2亿人。

自今年初,中国酒业协会酒与社会责任促进工作委员会在各界领导的大力支持下,联合电影频道积极打造“美酒美好生活”IP,以美酒与人民美好生活的关联为传播点,创作、征集、传播,选拔优秀音视频作品。把美酒美生活的观念贯彻到底,深入人心。

作为美酒美好生活项目的第一项工作,借助电影频道专业的影视策划与拍摄团队,制作了今年的宣传周公益主题微电影《做美好》,向全社会推广“理性饮酒理念和健康的生活方式。活动现场电影主创团队、2022星耀大海计划优秀学员刘帅,恰好分享了拍摄感受。

适量饮酒 快乐生活