

古井贡酒 以酒为媒向北行 品牌联名谋共赢

■ 卞川泽

日前,古井贡酒年份原浆古 20 与马迭尔冰棍发布暨哈尔滨中央大街龙年雪雕落成仪式在哈尔滨中央大街举行,零下二十多度的寒冷依然没有阻挡往来来自全国各地游客和嘉宾们的热情。

龙年树“龙雕” 古井贡酒再次演绎龙图腾

这个冬天的哈尔滨格外火爆,元旦 3 天假期,哈尔滨旅游订单量同比增长 158%,其中,异地客群占比 75%,累计接待游客 304.79 万人次,实现旅游总收入 59.14 亿元,游客接待量与旅游总收入达到历史峰值。

中央大街,这条哈尔滨最核心的商业街,好比北京的王府井大街、上海的南京路,凡是到哈尔滨的人,必定会来这里打卡。

冰雕雪雕,被称为冬天里哈尔滨的灵魂之作。作为中国最北方的省份,黑龙江也是冬天最冷的省份,恰恰是这份寒冷,赐予了黑龙江无与伦比的冰雪之美。而冰雕雪雕则是冬季哈尔滨最靓丽的风景线,冰雪剔透、华灯璀璨、千姿百态的冰雕雪雕吸引了全国乃至世界的友人纷至沓来。

2024 年是农历甲辰年,天干为甲,地支为辰,五行属木,辰为龙,即中国传统意义上的甲辰龙年。龙,作为中华民族的图腾,今年将会更加高频率地走进人们的生活。

本次年份原浆古 20 和马迭尔冰棍合作的龙型雪雕,不仅深刻诠释了中国龙年的意义,同时为旅游爆火的哈尔滨再填一把柴。

古井贡酒龙年雪雕长 9.4 米,宽 3.6 米,高 3.5 米,用雪量 120 立方米,4 名雪雕师匠心雕刻 5 天。以盘踞在年份原浆酒瓶上中国龙的图腾形象,并融汇千年古井酒文化来雕刻金龙送福雪雕,延续“点亮年三十”活动宣传年文化,向全国游客和广大消费者,送出“杯中自有年三十,枕上无忧福万千”的美好祝福,寓意着龙年的祥和繁荣。

古井集团党委委员、安徽古井贡酒股份有限公司常务副总经理、亳州古井销售有限公司董事长闫立军表示,作为具有 1800 多年贡酒历史、地处中原的古井贡酒,是中国白酒行业内唯一承袭中国龙文化的名酒品牌。选择在哈尔滨中央大街最繁华的地段,精心制作金龙送福雪雕,是为了向全国游客和广大消费者,送出古井人最美好的祝福。

在中国旅游研究院最新发布“2024 年冰雪旅游十佳城市”中,哈尔滨位列榜首。而这座栩栩如生的龙型雪雕和身着龙图腾的古井贡酒年份原浆·古 20 一起,定会为前来哈尔滨旅游的朋友们送上美好的记忆和抹不去的味道。

向北行 直抵哈尔滨中央大街

抓住每一个瞬间,让古井贡酒绽放光彩,是每一个古井人的夙愿,举办桃花春曲节、古粉节,冠名巴菲特股东大会,同安徽卫视合作冠名《活起来的技艺》、“古井贡酒年份原浆 中国酒文化全球巡礼”等系列活动,都是古井贡酒展示其文化和品质的绝佳平台。这些活动把古井贡酒潜移默化地深植于消费者的心中,并将其转化为消费行为和 market 业绩,换来了古井贡酒业绩的持续增长和品牌价值持续攀升。

而今年爆火的哈尔滨,怎能被古井贡酒忽视呢?于是,向北行,直抵哈尔滨的中央大街,成为岁末年初古井贡酒的又一次点睛之作。

说起中央大街,就离不开马迭尔冰棍,这个由法籍犹太人开斯普于 1906 年在中国哈尔滨市创建的冰棍品牌,是哈尔滨乃至整个东北地区家喻户晓的冷饮品牌,成为中国冷饮文化的一个重要标志。1998 年,马迭尔被认定为中国首批“中华老字号”。2024 年元旦三天就卖出 10 万只,可见其在消费者中的受青睐程度。

选择跟马迭尔合作,是同为中华老字号的古井贡酒用心之选,从建安元年(公元 196 年)走出来、从曹操家乡亳州走出来的古井贡酒,是老八大名酒之一,也是中国酒文化的使者,更是诠释中国龙图腾的标杆产品。

千年的古井贡酒与百年的马迭尔品牌跨界合作,共同推出年份原浆古 20 与马迭尔联合款冰棍,一口冰爽,万事浓香。这不仅年轻化市场的尝试,也是非遗技艺的热烈碰撞。

闫立军说:“让百年冰棍品牌带上‘千年贡酒味’,是继古井贡酒在沃野千里的东北建立优质粮产区后,再次缘起。”

马迭尔文旅投资集团党委委员、副总经理、马迭尔集团股份有限公司党委书记、董事长赵经涛表示:“我们的合作源于共同的愿景和追求。通过这次合作,我们将充分发挥各自的优势,共同推动产业发展和品牌建设。展望未来,我们坚信,马迭尔集团与古井集团的合作将取得更加辉煌的成绩。”

如果说,2023 年 12 月古井贡酒推出甲辰龙年生肖版“古井贡酒年份原浆古 20 龙年生肖纪念酒”是送给“古粉们”的龙年大礼的话,那么,此次推出的年份原浆古 20 与马迭尔联合款冰棍,则是送给“吃货们”的另一份大礼;与哈尔滨中央大街合作制作的龙形雪雕,将品牌中国龙图腾形象以雪雕的形式呈现在大家面前,让哈尔滨的游客感受到千年传承的酒香,让世界看到中国的美,则是送给哈尔滨这座城市以及乘兴而来、尽兴而归的游客们的另一份大礼。

助推高质量发展 打造一流酒产区 四川古蔺酒协第一届周年庆典隆重举行



■ 李德美

日前,四川古蔺县酒类行业协会 2023 年年会及成立一周年庆典在仙潭酒业集团有限公司隆重举行。本次会议对协会自成立以来一年的工作进行全面总结,并对 2024 年的工作进行规划部署。

古蔺是“中国酱酒之乡”,酒是古蔺的支柱产业,对一、二、三产业的贡献占比较大,白酒兴则古蔺强。同时,古蔺也是四川优质酱酒主产区,是川酒推行“浓酱双优”的战略支点。在此背景下召开的古蔺酒协年会,为古蔺酒行业描绘了怎样的发展蓝图?

本次年会得到党政部门高度重视,古蔺县委书记任晓波,四川中国白酒金三角酒业协会监事、四川省酿酒协会副会长、泸州市酒类行业协会副会长兼秘书长曹家春,泸州市酒业发展促进局副局长廖奎,古蔺县委副书记王明,古蔺县政府党组成员、古蔺经开区党委书记、管委会主任许学清,古蔺县酒类行业协会会长、郎酒集团党委书记、副总裁李明政,古蔺酒协监事长、川酒集团副总经理、川酒酱酒公司董事长蒋德伟,协会常务副会长、古蔺仙潭酒厂厂长黄治国,和君咨询集团副总经理、和君酒水事业部总经理李振江以及酒企、媒体代表汇聚一堂,共同庆祝古蔺酒协年度庆典。

2023 年,得益于酱酒酒业飞速发展,古蔺县域经济取得历史性突破,预计实现地区生产总值 245 亿元,同比增长 10%、增速位居全市第一。古蔺酒协秉承“为发展服务、为行业服务、为会员服务”的宗旨,取得了可喜的成就和长足的发展。

在古蔺酒协参与协作下,茅溪优质酱酒

基地开酿,2 茅溪九坝、天富等 8 个酒业建成投产,全县新增优质酱酒产能 4 万吨,总产能突破 16 万吨,预计全年白酒产值 235 亿元、税收 42 亿元。

为打造世界一流的酒产区目标,古蔺县委书记任晓波对古蔺酒协工作给予肯定和期待。他希望酒协立足服务行业、服务会员,发挥好“赋能加油、保驾护航”的“助推器”重要作用,扮演好“守护者”“传承者”“服务者”,推动酒企发展,全面推广古蔺产区,提升产区影响力,为古蔺酒业发展做出了重要贡献。

回顾过去一年,协会常务副会长黄治国作《古蔺县酒类行业协会 2023 年度工作报告》,总结了 2023 年工作主要体现在以下几个方面:

一是会员队伍不断壮大。

一年来,有 65 家酒企及产业链企业和 56 名酿酒行业技术专家、顾问、酿酒师加入协会,共同助力协会茁壮成长,为古蔺酱酒高质量发展发展注入新动力。

二是活动开展成绩斐然。

协会充分发挥职能作用,组织会员单位多渠道、多形式宣传推介产区和企业产品。先后组织 100 余次会员单位参加各类展会活动,积极对外宣传展示古蔺酱酒和企业产品,提升古蔺酱酒美誉度。并注重抓好展会成果转换,致力于会员单位拓市场增效益。

为商协会之间、会员单位之间合作发展牵线搭桥。1 月 5 日,广西泸州商会“中国酱酒之乡古蔺——广西南宁品鉴中心”正式运行,20 余家县内品牌酒企集中进驻,打响了古蔺酱酒抱团发展、走出古蔺的第一枪。

为提升会员单位适应酒业发展新的需求,协会组织会员单位到各产区考察学习,促

进会员单位提质增效,迈上新台阶。积极举办高峰论坛、高质量发展对话会,凝聚产区、行业共识,引领酱酒行业方向。

三是搭桥建梁纾困解难。

通过促进政校企合作,“订单式”培养专业人才。“中国酱酒人才学院”落户古蔺,为企业发展提供人才保障;赋能场景体验,“多元化”营造酱酒氛围;“规模化”构建酒类专业市场。

2024 年,抢抓酱酒产业发展“窗口期”,分析当前古蔺酱酒产业发展中存在的问题,结合区域实际提出解决问题的方法和措施,发挥古蔺酒协平台作用,主要规划六大工作目标:继续发挥酒协的纽带作用;大力开展能力提升工程;推动古蔺产区酱酒标准制定;积极组织参与名优品牌推广活动;继续推广官方宣传平台;多渠道吸纳优质会员入会。

当前,迈入中国西部百强县的古蔺正举全县之力打造世界一流的酒产区、争创世界一流的酒园区、培育世界一流的酒企业、完善世界一流的酒业链、建设世界一流的酒生态、展示世界一流的酒文化,向着“赤水河左岸世界级优质酱酒产业集群”的目标迈进。

古蔺酒协会长李明政表示,虽然酒业协会成立时间较短,但在全面建成国家级开发区、千亿产业园区、中国酱香酒谷核心区、世界级优质酱酒产业集群的过程中,古蔺酒协积极作为,为古蔺酒企寻找和搭建更大的发展平台,带动种植、酿造、储存、灌装、包材、销售、展会、旅游等酒业链条整体跃升,助力古蔺白酒产业的集体崛起,共同开创古蔺发展进步、酒业振兴跨越的“黄金时代”。

和君咨询集团副总经理、和君酒水事业部总经理李振江分析当前酒业发展趋势,并

对古蔺产区发展给予十点建议:1、“产业融合”,产区建设从专业化转向特色化,占据行业文化制高点;2、每年召开一次高规格的“古蔺白酒产业大会”,形成中国白酒产业的“达沃斯论坛”效应,古蔺将成为酒产业的思想策源地与商业沃土;3、联合多所大学与机构,引进顶级人才专项研究全球酒产业与酒工程,古蔺将成为四川酒产业的“人才基地和科研高地”;4、放大、规范、立体的建设以酒产业为重点产业发展的延伸产业建设,生态农业、特色文旅、主题产业园区,使之成为古蔺酒产业可持续、高质量发展的基石与多元抓手;5、通过建立定向政府产业基金,形成更高位势的资本虹吸效应,引导更大体量资本健康发展,通过一揽子配套政策,最终成为具备引领型、特色性的“产融互动”模式,实现具有可操作性的政商产业投资机制;6、着力推动核心产区、核心品牌、核心标准的建设。以三核心建设为抓手,实现更立体的产业发展,最终使得古蔺产区成为名副其实的中国酒业最具价值产区;7、强化农业技术平台建设,建立酿酒用粮购销平台,保障酒产业规模化的同时拥有源头安全保障;8、全面梳理、建立古蔺产区的标志性资源,并以此形成一整套知识产权保护体系,从而实现有市场效用的产区信任背书;9、大力鼓励数字化、智能化、元宇宙等在产业链中的广泛应用,挖掘、支持一批具有创新意识的名优品牌先锋企业,引领科技品牌化发展;10、大力拓展国际化渠道,探索国际化、搭建品牌“出海”平台。

当天,会上现场介绍了 13 家新入会会员单位,宣读了老老师顾问团成员,为老老师团团长牟光禄颁发了聘书,并对古蔺县酒业发展突出贡献的单位进行了颁奖。

古贝春：坚持抓创新 慢工出细活

■ 启轩

销售收入连年保持两位数增长,“白版全省化”顺利推进;“国蕴 30”“古贝元 1983”等高端产品相继推出;古贝春酒厂旧址作为“近现代重要史迹及代表性建筑”成功入选第六批省级文物保护单位并开展修缮工程;贵州省白酒产业发展促进会会长、茅台集团原董事长李保芳莅临古贝春调研科研工作;古贝春爱心基金成立首次注入资金 100 万元……翻开古贝春集团有限公司近几年的成绩单,一条不断向上攀升的曲线令人振奋。

创立 70 多年,古贝春何以实现厚积薄发?“创新,创新,还是创新!”公司党委副书记、总经理张洪昌说。

销量看涨,得益于产品创新。从“低度浓香”到“极简包装”,从“低醉酒度”到“中度酱香”,再到高端产品上线,产品线精简瘦身,每一次口感“上新”,每一次质量飞跃,每一次结构调整,企业都用创新性思维解决消费者诉求。

“快发展”背后有“慢功夫”。总工程师吴兆征刚来古贝春的时候,带着技术团队,在不足 20 平方米的办公室里搞研发。“1996 年,公司与五粮液达成技术合作,我受命于周晓峰原董事长研制‘五星级古贝春’。

当时,山东省还没有纯粮高档白酒,这就是我们的机会。”品酒可不是大家都认为的“美差事”,为了找到最佳方案,要每天反复地把白酒喝到嘴里,布满舌尖、舌面及周边,反复嘬巴,品评出酒中的酸、甜、苦、辣、香等味,体味出柔、绵、顺、净、爽等感觉,以及新、陈、老、嫩、长等酒体的协调程度及质量优劣,这看似简单的品酒,其实就像万里长征,需要长期的艰苦“跋涉”,需要付出千辛万苦的努力,需要不断地取舍和抉择,才能找到解锁的“钥匙”。60 多个日日夜夜潜心打磨产品,1996 年 5 月推出产品后一炮而红,迅速使古贝春扭亏为盈。

如果说“五星级古贝春”是古贝春集团起死回生的关键产品,那么坊间传闻已久的“白版”酒就是吴大师的“扛鼎之作”了。大家都知



道“白版”好喝不易醉,对于这种“一直被模仿,从未被超越”的现象超级单品,消费者纷纷猜测一定有什么“秘密武器”,其实,这里面除了无数次走访市场、千余次勾调实验和精确到万分之一的微量调配物质之外,剩下的只有 360 多个日日夜夜的艰苦摸索和煎熬了。

创新之路并不平坦。比如酱香型白酒“古贝元 1983”的勾调定型就是一个极为复杂的过程。

首先需要把一至七个轮次以及“酱香、窖底、醇甜”三种典型酒体的基酒进行分类、分型、定级、贮存;然后把不同轮次、不同香型、不同味道、不同酒度、不同风格特点、不同酒龄的基酒进行酒与酒之间相互“取长补短”进行优化组合;最后进行调味,就是靠感官使酒体协调、丰满、细腻、幽雅、悠长,风格典型,“色、香、味、格”俱佳,并且酸类、酯类、醛类、酚类等微量元素含量要经过反复耐心、精细、精心“调频”,才能生产出高档酱香型白酒。这对于企业的生产规模、基酒年份、科研实力提出极高的要求。

经过 700 多个日日夜夜的艰苦探索,该

酒终于在 2023 年 6 月 2 日在济南隆重推出,获得了业内专家和消费者的一致好评。

诞生于南国的五粮液工艺来到北方落户,也同样有着水土不服的现象。两地的气候差异,势必要求他们结合当地气候条件进行革新。难能可贵的是,在实际生产中,该公司的技术人员不是生搬硬套五粮液工艺,而是在董福新等技术带头人的带领下,对五粮液工艺结合当地气候条件进行了 14 项革新。

北方的气候是干燥、多风,四季温差大。为此,董福新把五粮液工艺中的发酵期由原来的 70 天改为 90 天,使酒坯子发酵更加充分;五粮液工艺采用的是分层发酵、跑窖蒸餾、混蒸混餾、分级摘酒,他们在严格按照五粮液工艺操作的基础上,采用分层阶梯水分法,也就是窖池内三层酒坯子的水分各不相同,同时尽量压缩水分含量,提高五粮香甜味,这种改变使生产工艺更加精细,有效提高了产品品质;另外他们还独创了“双轮发酵”、“黄酒酯化串蒸”等革新工艺,使古贝春的生产工艺愈加成熟。

这些年,找准市场需求、潜心打磨产品已成为企业一以贯之的发展路径。

企业目前已建立拥有百万用户量的数据库。“从用户反馈中发现问题,在技术创新中解决问题,我们已形成了成熟的产品迭代模式。”张洪昌说。

为激发员工创造潜力,公司设立了“五小创新奖”。“前面是漏斗形整形器,后面的挡板下面再挖个弧,就可以使曲坯在输送过程中基本成为‘包包曲’的雏形,在最后的压制成型过程中就受力均匀啦!”生产中心副主任马连松带我来到机械化制曲生产线,一边比划一边介绍。

一个小防滑脱钩、一个行车受电器拨叉的改造、一个小小的陶坛取酒器、一个制曲用和面机的安全开关……像这样的小发明也许没有多少科技含量,但是谁又敢于忽视这些来自基层员工的创造呢?又有谁能否认,那些更加复杂、更加精彩的发明,不是在这些小发明的基础上诞生的呢?

快速发展的同时,企业逐步筑起人才“蓄水池”,技术员工规模从成立之初的不到 20 人扩大到如今的 100 多人,研发人员占比达 10%。其中包括中国白酒大师 1 人,中国白酒工艺大师 1 人,国家级白酒评委 6 人,省级白酒评委 10 人,齐鲁首席技师 5 人,山东省有突出贡献中青年专家 1 人,山东省轻工行业首席技师 9 人,德州工匠 1 人,德州首席技师 4 人,与齐鲁工业大学、江南大学、中国农科院、中国食品发酵研究院等高等院校广泛开展“产学研”合作,进一步提升了公司的技术创新能力。

古贝春集团目前已获得国家授权专利 76 项,先后立项国家“星火计划”1 项,省级科技创新计划 23 项,获得国家级科技奖励 11 项,省级科技奖励 21 项。

70 多年来,古贝春一直坚持“稳中有进”工作总基调,实现了高质量发展。公司党委书记、董事长徐秀菊至今仍清晰记得,某业内人士与她的问答:

“白酒市场竞争激烈,你们如何在竞争中保持活力?”

“创业多年,我们有底气说,坚持抓创新、慢工出细活,就是我们的信心所在。”