

做中国企业的思想者

企业家日报中国酒

Chinese drinks 周刊
weekly

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第033期 总第11001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

2024年2月3日 星期六 癸卯年 十二月二十四

聚合技术人才 强健川酒发展 第九届四川省白酒评委 考评举办

日前,为聚力整合白酒中坚技术人才,充分凝聚白酒核心技术力量,助力打造中国白酒专业人才“储备库”“人才池”,推动中国酒业高质量发展,第九届四川省白酒评委考评大会在酒城泸州举办。

本次考评大会由四川省酿酒协会主办,得到四川省人力资源和社会保障厅、四川省经济和信息化厅、四川省总工会、四川省财贸轻化纺工会、泸州职业技术学院,以及成都、泸州、宜宾、绵竹等产区的酒业主管部门、协会的大力支持。

千人规模 行业盛事 人数规模最大的省评考试

作为一场专业技能人才遴选考试,本次考评受到全国酒类企业的高度关注,五粮液、泸州老窖、剑南春、郎酒、舍得、水井坊等 314家酒企派出 1500 余名专业技术骨干参加考试,覆盖了白酒产业最核心的技术中坚力量,成为川酒历史上规模最大、人数最多、受重视程度最高、专业性和权威性最强的技术盛会。同时,本次考评中新晋考生在总人数中占比超 80%,呈现数量多、年轻化、基础好、实践派的特点,推动了川酒新鲜的血液、活力和生机的注入,直观展示了川酒完备的人才梯队、雄厚的技术实力、前瞻的人才布局。

唯才是举 选贤任能 参考范围最广的品酒比武

不同于以往,本次考评以“重视技术的交流、重视生产的应用、重视科学的研判、重视市场的结合”为原则,致力选拔对企业生产具有实际指导性和操作性的人才:一是取消了考前突击培训等临时备考措施,要求考生拿出最真实的水平,真枪实弹上战场;二是向全社会公布丰富完整的教材及学习材料,并预留充足备考时间,考验考生的基本功与实操历练;三是优化行业报考机制,吸引了众多业外白酒爱好者参考,凸显川酒之美、技术之美、人文之美的吸引力。

四川省总工会党组成员、副主席苗勇指出,白酒千年文化薪火传承,第九届四川省白酒评委考评不仅严格筛选了技术人才,为国家级评委提供了充沛的人力储备,也为全国酒业人才展示精湛技能、同台切磋交流搭建了重要平台。

独树一帜 传承创新 考试纪律最严的评选机制

为严格选拔人才,本次考评大会从第四届白酒专家技术委员会 83 位专家中随机抽取 40 名,组成专家评审组,并邀请蜀都公证处作全程监督。精心编制的考题兼顾全面性、实用性、代表性、系统性,并经逐层把关审定;所考酒样经感官鉴别和理化检测分析合格后正式确定,考题范围涵盖了香型鉴别、质量鉴定、生产工艺、国家标准、糖化发酵、勾调储存、产品类型等多方面,范围广、应用性强,对指导生产具有实际可操作意义。

在考试组织上,四川省酿酒协会参考“高考机制”,一是将考场设置在大学院校,沿用高考的安检安保措施,营造安全、有序的考试环境,杜绝作弊行为;二是在蜀都公证处全程监督下,从上千道题库中随机抽取理论考题形成 AB 两套试卷,考题绝密印刷及密封并由甲级保密单位押运至考场,并在开幕式现场抽取最终理论考卷;考试酒样均二次编码,所有评审专家及工作人员均签订保密承诺书,确保考评公正、无泄题;三是对所有考生进行乱序随机编号,配备了 50 余名监考官,并由各市州酒业主管部门及协会 20 余名巡考官严格巡考;四是考试结束后由评审组共同阅卷、评分和审核,杜绝分数篡改的可能性;五是所有考题试卷均专项密封保管,考后可供广大考生查分验卷,确保考评公开公平公正。

白酒产业作为四川省传统优势产业和“5+1”现代产业体系的重要组成部分,引领着四川经济发展,得到省委省政府的高度重视,并获得众多产业政策支持。(辛文)

四川省“两会”期间 “9.19 川酒文化周”建议引发热议



■ 张瑜宸

近日,全国多个省份陆续进入省级“两会”时间。

记者在梳理各地代表委员们的“好声音”时发现,四川省政协委员、四川省政协港澳台侨和外事委员会副主任罗佳明带来的“关于打造川酒文化周”的提案成功“出圈”,并引发行业热议。

值得关注的是,这位政协委员并无白酒行业的从业经历,但却对四川白酒产业发展有着非常深刻且独到的见解,此前还主编过两本“川酒”主题图书。由此可见,四川已形成全省关注白酒产业发展的良好氛围,同时,不得不说,川酒的文化打造可能已经到了一个关键节点,有时候跳出圈子看问题,或许会更加透彻。

势在必行 打造“川酒文化周”

日前,在四川省政协十三届二次会议举行的小组会议上,罗佳明建议:在每年 9 月 19 日举行“川酒文化周”,将之作为川酒一年一度的“粉丝活动”来进行打造孵化。同时,整合四川省直单位、省级主流媒体等资源,以“九一九 喝川酒”为宣传主基调开展系列活动,构建具有四川特色的川酒价值话语体系,推动“川酒+”川菜、川茶等川字号产品整合营销出击,构建川酒世界级品牌符号,助力川酒产业高质量发展和打造世界级产业集群。

一时间,“打造川酒文化周”的提案得到了委员们的高度认可,并迅速成为四川省“两

会”期间的热点。

“目前,国内白酒市场之间的竞争已经演变为由单独的企业价值竞争,转变为知名优质产区价值的整体竞争,对于一些白酒企业相对集中的地区,打造一个好的产区概念,在很大程度上将有助于整个地区白酒产业的共同发展。”四川省人大代表、宜宾市人大常委会主任陈政分析指出,中国白酒向“产区化、品牌化、品质化”转型的趋势已是必然,加大产区品牌宣传,是川酒产区适应我国白酒行业转型发展的客观需要。

在陈政看来,举办“川酒文化周”,不仅有利于传播川酒悠久的酿造历史、博大精深的酒文化,还有利于助力坚实产业支撑。

对此,四川省政协委员、泸州市政协主席田亚东也表达了相同的观点。他指出,打造“川酒文化周”,可以整合省内资源,更好地展现四川白酒文化魅力,并为构建与“世界级优质白酒产业集群”相匹配的川酒世界级品牌 IP 提供重要支撑。

事实上,如果仔细探究世界上已经成名的名酒产区,我们就会发现,其背后都会有与之相匹配的集中宣传活动,比如法国博若莱新酒节、苏格兰斯佩塞威士忌节等。相比而下,四川的确缺乏一个全省集中打造的白酒文化活动。

要知道,白酒是四川最具特色的传统优势产业之一,同时,也是四川贡献最大的优势产业。据相关报道,川酒以 6% 的工业营收贡献了 16% 的利润,对四川省工业税收增长贡

献率达到 34.3%。不仅如此,四川省的白酒产量与规模至今放在全国,也是“遥遥领先”。

“在中国,每两瓶白酒就有一瓶是四川的。过去有‘六朵’金花,现在有七大‘军团’,但它们都是独自在发展,整个四川的白酒没有形成一个统一的、系统的体系,不利于四川白酒走出四川,走出中国。”罗佳明在接受媒体采访时坦言,川酒当前的宣传相对零散,没有形成矩阵和合力。如果要推动川酒高质量发展、打造全国白酒全产业链示范区,必须在川酒集中推广宣传上下功夫,提升川酒品牌影响力和知名度,引领新一轮川酒产业高质量发展浪潮。

因此,打造“川酒文化周”,势在必行。

川酒文化 到底该怎么打造?

围绕如何打造川酒文化周,激发有潜在的消费,培育出新的经济增长点,代表委员们也给出了自己的方案。

“建议以打造‘川酒文化周’为契机,省上加大川酒产区宣传力度,成立专项工作领导小组,研究制定产区宣传策划方案,统筹推动全省白酒产区宣传工作。”陈政表示,要支持开展以产区为名的全国范围的推介推广活动,并建立产区线上推广体系,通过各类宣传推介活动和产品创新,进一步提升川酒市场和消费者的认可度。

四川省人大代表、宜宾五粮液股份有限公司质量管理部部长安明哲也表示,要构建具有四川特色的川酒价值话语体系,在川酒品牌文化保护、挖掘、表达、宣传、体验上实现

突破,全力推动打破浓香白酒的窖池认知、酒度认知、勾调认知、老酒认知、健康认知误区,以大平台、优内容、高声量讲好新时期浓香四溢的川酒故事,实现川酒文化的创造性转化和创新性发展。

“可以从淄博烧烤、哈尔滨出圈等案例中得到启发,那就是一定要把‘川酒文化周’的相关配套服务做好,让参与‘川酒文化周’的群众来了不想走,走了还想来。”四川省政协委员、四川郎酒股份有限公司副总经理沈毅则提出要依托大型展会平台,丰富“川酒文化周”活动内容,特别是注重“川酒”搭配“川菜”,品“川菜”喝“川酒”,让“美酒”与“美食”相得益彰、相映成辉,体现四川方方面面的安逸和美好。

此外,不容忽视的是,当下白酒产业的竞争已逐渐白热化,各酒种之间、各品牌之间都在经历此消彼长的争夺。因此,想要形成合力的前提是得能告别“内卷”,而告别“内卷”的最佳方式,便是要差异化“破圈”。所以,有业内人士指出,打造“川酒文化周”还要形成“一核多点、各有特色”的新格局。

目前,宜宾产区与泸州产区已开始“梦幻联动”,不断推动跨区域酒业资源共建共享,建立常态化合作联动机制,加快共建世界级优质白酒产业集群;去年,以遂宁为核心的川酒第五大产区——川东北产区的成立,扛起了川酒以产区名义整体联动、抱团发展的旗帜;此外,具有国资背景的酒业平台——四川绵竹酒业集团有限公司在 2023 年 6 月成立,也让绵竹产区进一步构建起“1+5+N”企业梯度支撑格局。

“四川白酒产业高质量发展应着眼于构建‘一千多支’新格局,成都不仅是四川白酒产业高质量发展的引擎,也是中国白酒转型升级的策源地和创新中心。”成都市人民政府参事、四川轻化工大学(中国白酒学院)常务副院长杨柳告诉记者,建议在成都打造中国白酒营销中心、中国白酒体验经济集聚区、中国白酒策划创意及包装设计中心、中国白酒金融孵化中心、世界酒文化创新交流中心、中国白酒科研中心。

综合来看,想要打造“川酒文化周”,不仅需要聚集产业高端战略资源、政策资源、人力资源、平台资源,还要积极发挥出要素集聚的主干作用,全方位为四川白酒产业赋能,并进一步带动其他产区板块协同向“高”发展。

为实现长远发展,酱忠友选择持续深耕实体联营,并在这个基础上不断创新,这表明了品牌坚持长期主义的决心和对产业深度发展的投入。实体联营不仅可以加强与合作伙伴之间的联系,共同克服市场变化带来的挑战,也能够通过资源共享、优势互补,实现稳定可持续发展的目标。

秉承着“五湖四海皆朋友”的运营观念,酱忠友旨在营造一个良好的营商环境,为友商提供一个合作共赢的平台,为客户提供更优质的服务体验。将遵义招商接待中心打造成精英合作伙伴孵化的基地。在这里,每位合作伙伴都能在公平、开放的环境中发展,共同促进酱酒产业的高质量发展。

展望未来,酱忠友期待更多志同道合的朋友慕名而来,加入这个大家庭。只有汇聚了足够多有着共同理念和目标的伙伴,酱忠友才能在激烈的市场竞争中逐步,实现品牌的长期繁荣。

为友商提供合作共赢平台 酱忠友遵义招商接待中心启动

■ 蒋轩

2024 年,全国经济将火热上行,多地经济数据开始“加速跑”,酱酒市场也呈现出一片繁荣景象,千亿市场规模持续扩容,酱酒行业在新的一年里不断迎来新增长点。这种增长并不仅限于酱酒的主产区贵州,其他省份如河南、广东以及长三角地区的市场也有显著增长。为进一步把握“酱酒热”并提升品牌价值,线下直营店、新零售、招商接待中心等实体联营店的开设成为酱酒品牌向外延伸的重要途径。

在这样一个承前启后的重要时刻,酱忠友遵义招商接待中心启动,标志着品牌再上新台阶,为中国酱酒产业的发展再度增添了浓墨重彩的一笔。众多嘉宾、友商、业内专家纷纷到场恭贺,共同见证酱忠友在遵义增添一处新地标。

然而也有人发出疑问,在众多酱酒品牌实施“走出去”战略的时候,酱忠友却在遵义

建设起了一家招商接待中心,意欲何为?

事实上,此次启动仪式并非一次简单的开幕活动,而遵义招商接待中心的成立也并不仅仅是一次项目的执行落地,它代表着忠友对遵义这片沃土之深厚情谊,以及对未来发展的坚定信心。其目的在于能够更好地整合资源,依托遵义独特的区位优势,构建起一个务实高效的招商平台。这不仅有助于品牌深耕本土市场,更意味着酱忠友能够依托遵义丰富的历史文化底蕴,推动酱酒产业的发展,实现品牌与地区共赢。

在酱忠友看来,要想真正做到走出去,带给让消费者满意的酱香白酒,就必须遵照从实际出发,从源头出发的深刻理念。从实际出发,意味着酱忠友需要深入了解消费者的需求和期望。在产品研发过程中,要充分考虑消费者的口感、健康和风味等多方面需求,力求打造出独具特色的酱香白酒。同时,要紧跟时代步伐,关注消费者消费习惯的变化,以市场

为导向,不断创新和优化产品,为消费者提供更好的酱酒体验。

从源头出发则强调了对原料、工艺和产地等方面的严格把控。品质是品牌发展的核心,也是产品能够立足市场的重要支撑。酱忠友充分发挥酱酒核心产区酿造优势,精选茅台镇特产酿酒粮食——红缨子糯高粱,以小麦、原生态赤水河水作为原料,秉承传统“12987”大曲坤沙酿造工艺,经历百道工序环节,足年窖藏,酿酒大师倾心勾调,从源头上保证了其酱香白酒的正宗性。只有积蓄能量、深度沉淀过后,才能爆发出更为强大的品牌势能。

同时,在当前全国经济走向好的情境下,酱酒招商的重要性愈发明显。作为中国传统文化的重要组成部分,酱酒正逐渐成为消费者生活中不可或缺的一部分。高质量的酱酒招商活动,不仅能够吸引更多的投资者了解和投身于酱酒产业,也为消费者提供了高品质的酱酒享受,从而扩大酱酒产业的影响力。



双汇熟食

SHUANGHUI DELI

三重卤·更入味

广告



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