

做中国企业的思想者

企业家日报

中国酒

Chinese drinks weekly 周刊

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第098期 总第11066期 四川省社会科学院主管主办 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4月20日 星期六 甲辰年 三月十二



金徽酒 2024 年“樱花时节珍稀春酿”主题文化节举办

日前,一年一季的金徽酒“樱花时节珍稀春酿”主题文化节在“世界美酒特色产区·中国秦岭南麓白酒之乡”,国家AAAA级文化生态旅游景区——金徽生态酿酒园正式启动。

把樱花捧在手上,把春天种在心里。春回大地,正是樱花烂漫时,这是春天给酒园最好的馈赠。满园樱花,灿灿若霞,樱花团簇盛开,声势浩大,向天与地昭示最纯美的柔情。每年樱花绽放时,生态园内其它各品种花卉也在竞相开放,争奇斗艳,可谓人在画中游,不是酒仙也赋丹青。漫步樱花大道,邂逅满树芳华,无限春色,尽在金徽樱花春酿!

金徽酒原产地位于秦岭南麓、嘉陵江畔的徽成盆地,属于长江流域,是名副其实的陇上江南。北纬33°秦岭深处天然酒盆,秋收五谷,封入百年窖池,潜藏一冬,直到樱花盛开,150天双轮发酵,酿成珍稀春酒,冬藏春出,一年只此一季。樱花时节,珍稀春酿。这是樱花时节的限定美酒,洗净杂质,取其精华,这是只有春天才有的美酒,与樱花同生。

今年,金徽酒依然会择机举行樱花春酿开酿仪式,围绕颂酒经、背祖训、引泉水、五粮浴水、撒康祈福、首藏春酿等环节展开。届时,金徽酒第五代酿酒传承人现场诵读酒经、祖训,并祈福撒糠,向酒祖虔诚敬谢,祝愿金徽美酒世代飘香。一声“开酿”开启甕门,接取琼浆。往来客户可现场品鉴春酿、摘取春酿、珍藏春酿。

樱花主题文化节期间,金徽酒还会以封坛致敬珍稀,以封坛致敬人生的不凡时刻,以定制呈现尊享,春酿封坛,敬古法精酿、千年浓香,见证每一个美好瞬间。本次活动将同步推出樱花春酿系列酒品。一座山,一杯酒,在这杯酒中,酌见“秦岭之心”,感受秦岭生态的脉搏质地纯净;花曲同盛,花落曲成,幽香入骨,酒自芬芳。

活动期间,广大游客朋友们可以着霓裳,醉看满园芬芳,点花钿,描青黛,锦衣华裳,飘逸灵动,来赴一场花的约会,印记美好。金徽酒文化广场集活动与美景于一体,巨型“醉美樱花”不负时光,共同见证春日烂漫。文化广场线下体验活动有:摔碗酒、飞花令、捶丸、射箭、投壶等。线上金徽酒正在举办“樱花时节珍稀春酿”抖音大赛及摄影活动。此外,还有金徽酒肆,游客可现场购买金徽酒定制文创产品。金徽酒还将邀请各地网络达人、摄影爱好者、汉服爱好者等入厂拍摄并记录金徽樱花的精彩时刻。为方便参观,园区周围设有游客临时停车场、园区内设有短暂休憩区及免费供应热水。金徽酒原产地徽县知名小吃、农特产品也一应俱全,欢迎品鉴。

在春天,一切都是新的。万物在秦岭南麓的秘境中苏醒,春风从徽成盆地的山谷间拂过。樱花绽放,酒香醉人春日盛会,与君相逢,人间四月有幸事,赏花、品酒,会老友,“樱花时节珍稀春酿”,2024金徽酒樱花主题文化节,不见不散!

(久讯)

本报监督公告

凡本报工作人员必须持有效证件。本报人员个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面收取任何费用;本报任何个人不得以任何理由向企事业单位和社会各方面收取现金,广告等宣传需正式签订本报合同并通过银行汇款到报社账号,不得以任何理由收取现金或转付到与报社无关的其他账号。

举报电话:028-87344621 企业家日报社

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



十年磨一剑 扬帆正当时 ——湖南湘泉酒业成功之路纪实

■ 玖文

从名不见经传的小作坊酒厂到湖南有名的白酒企业,经历过迷茫、无助、绝望,最终凭借坚持冲破迷雾,迎来新生。湘泉酒业有“千磨万击还坚劲,任尔东西南北风”的勇敢无畏;有“磊落平生志,破浪去乘风”的高远志向。数十年的奋斗征程如浮云掠过,湘泉酒业最终破茧成蝶,完成了最后冲刺。

21世纪初,湘泉集团被迫改制,改制后,湘泉酒业仿佛一个失去了母亲的流浪儿,一路走来,颠沛流离,跌跌撞撞,多少次的厂房搬迁,多少次的生产技术调整,湘泉酒业人精疲力尽,有的甚至丧失了信心。2017年,在湘西歌后宋祖英的故乡——古丈县人民政府向湘泉酒业掌舵人彭图琪抛来了橄榄枝,为其拨划几百亩拥有天然藏酒溶洞的工业园基地,并提供全方位的政策支持。“乘风破浪潮头立,扬帆起航正当时”,彭总经过实地考察后笑逐颜开,湘泉酒业开始大展拳脚,积极投入建厂、扩产热潮中。

十年磨一剑,湘泉酒业迅速完成了高规格馥郁香酿酒车间、生产车间以及溶洞藏酒基地等一系列基础设施建设。随着设施的完善,不少酒鬼酒酿酒精英涌入湘泉酒业,投身振兴湘西馥郁香产区白酒产业的伟大事业中;生产部、酿酒车间、勾调中心负责人,皆来自原酒鬼酒原班人马。人才有了,产能有了,湘泉酒业开始致力



于提升品质,研发产品,布局营销。

2021年,国家颁布中国白酒第十二种香型——馥郁香型国家标准,馥郁香型白酒成为白酒界的新潮流。独特的酿造工艺,前浓、中清、后窖;口感丰富饱满,妙不可言的馥郁香型白酒终于登上了中国白酒的大雅之堂。在馥郁香型白酒国家标准正式实施的第二年,湘泉酒业也迎来了一个重要契机,国家一级品酒师,原酒鬼酒酒体设计负责人——周泽友大师加盟了湘泉酒业。周泽友大师肆卅一年,对湘泉酒业酿酒、溶洞基酒储存以及酒体设计进行了科学高规格的梳理和整改。如今的湘泉酒业国标馥郁香型系列产品的品质几乎成了行业的标杆,完

全具备了做大做强、走向全国的条件。

2023年,湘泉酒业推出了多个国标馥郁香系列产品:古湘酒、三湘四水酒。国标馥郁香产品的上市让爱酒、懂酒之人畅游了一番美酒的海洋,品味到馥郁香型白酒酒体饱满、馥郁幽雅、醇厚悠长的细致口感,获得了众多酒友的一致认可,增强湘西人民酿造美酒的自信心。酿馥郁美酒,品淳朴人心。

今年,湘泉酒业再创新品,隆重推出情怀版馥郁国际精品“乡酒杯宽”酒。美酒入喉,品的是宋代词人辛弃疾“人间路窄酒杯宽”的人生忧愁;悟的是美术大师黄永玉一生不忘乡情,道出“人间路窄,乡酒杯宽”的人间真谛。

“他日伟业成,还乡酒杯宽”书写的是当代年轻人追求梦想的心中憧憬。“乡酒杯宽”酒采用了全新的线上线下结合营销模式,打破传统层级代理方式,将性价比做到极致。周泽友大师谈到馥郁国标“乡酒杯宽”酒时说:“酒质我已问心无愧,如果价格做到亲民,将是近几年白酒新品的一匹黑马。”

“且乐生前一杯酒,何须身后千载名?”一酒入喉,宠辱皆忘。湘泉酒业立志严格按照国家标准打造出让老百姓都喝得起的低价、亲民、纯粮的好酒。馥郁国标“乡酒杯宽”酒承载了一代湘泉酒业酿酒人的梦想。品一品美酒,不仅是味觉的享受,更是心灵的交流。

共创黄酒的星辰大海 会稽山 2024 经销商大会在绍兴举办

日前,以“共创黄酒的星辰大海”为主题的会稽山绍兴酒股份有限公司2024年度经销商大会在绍兴举办。

会稽山董事长方朝阳,会稽山总经理杨刚,会稽山党委书记、副董事长、首席酿酒大师傅祖康,会稽山绍兴酒副董事长宋浩生,会稽山绍兴酒董事王强,会稽山副总经理金雪泉及会稽山高管团队们,还有来自全国各地的经销商代表们出席会议,共同见证会稽山2023年的快速成长与巨大收获,怀抱光荣与梦想,向着黄酒星辰大海,开启2024年的全新篇章。

本次大会备受行业和经销商关注,那么,大会上传递出会稽山未来怎样的思考呢?

对于酒业的发展趋势,会稽山总经理杨刚认为,“这一次,黄酒行业的春风真的吹来了。”过去一年中,会稽山跨出了变革的关键一步,进入快速增长时期,也取得了一份出色的成绩。营收、净利润同比增长均超15%,实现增速超两位数;扣非净利润同比增长21%,毛利同比增长4%以上。

财报增长数字背后,来源于会稽山的管理提升。在团队组织上,以专业化团队,推进年轻化的组织变革。在产品矩阵上,形成了以兰亭、纯正五年、1743等为核心的产品矩阵。在价格规范上,梳理渠道,统一规范终端供价及零售价,助力经销商生意。在品牌经营上,持续制造品牌话题和势能。在创新能力上,进

行品类和营销创新。

杨刚透露,“渠道终端基本功重于一切”,从渠道终端发力。面对历史与机遇,会稽山在践行高端化和年轻化、推进双品牌运营的战略下,将重点聚焦3大方向,即聚焦核心产品,聚焦市场培育,重视餐饮突破。

于细微之处见真章,于清晰规划中明方向。在本次大会上,从品牌、市场、销售三方面释放了怎样的信号?

“120项产品工作、54场公关活动、25座城市、12580块户外广告……”这些数字见证了这一年会稽山品牌声量和势能扶摇直上。2024年,品牌有更高的追求。持续加大品牌投入,活动和广告质量更高;以“百年和纯

正”两大关键词,讲好会稽山的荣耀故事和匠心品质。

在市场层面的布局,充分展示了会稽山的信心。聚焦餐饮渠道,持续开发餐饮终端,紧紧围绕主线产品,营造黄酒饮用氛围。不盲目跟风,会稽山要和经销商一起做开创者。

在空白区域点亮,让星星之火去燎原。2024年,会稽山将继续深耕江浙沪核心市场,并致力于泛全国化布局。严格把控市场秩序,未来,坚持更持续的投入、更创新的模式,推动渠道终端的扩容提质。

坚持会稽山年轻化、高端化的战略,兰亭是焕新黄酒高端化的重要路径。(欣闻)

相约山水江南 共话厂商发展 古贝春集团经销商营销发展恳谈会举办

■ 何志伟

日前,以“乘势而上求发展,再铸辉煌谋新篇”为主题的古贝春集团2024年经销商营销发展恳谈会在江苏无锡隆重召开,古贝春集团党委书记、董事长徐秀菊,集团党委副书记、总经理张洪昌等集团公司领导、营销公司负责同志以及来自全国各地的经销商参加本次活动。古贝春集团营销总监赵恩国主持会议。

古贝春集团党委副书记、总经理张洪昌代表公司作了工作报告。张总的报告聚焦过往,展望未来,2023年度集团白酒主业营收同比增长16.03%,再次实现了历史突破。2024年,第一季度全体营销人员在公司董事会的正确领导下,取得了销售收入同比增长29.18%的业绩,实现了首季开门红。

会上,张洪昌向全体与会人员分享了“感



恩”“合作”“成长”三个关键词。它们代表了我們过去一年的努力,也指引着我们未来的方向。2024年古贝春集团将主要从以下七个方面抓实、抓好,推动营销公司各项目标的全面实现。

一、以集团发展战略为导向,以厂商共赢平台为基础,共同绘就古贝春发展宏伟蓝图,打造互利共赢命运共同体;二、持续推进市场聚焦战略,夯实核心市场发展根基,稳步推进

外围市场拓展,全面落实“2+3+N”市场布局;三、聚焦核心品系、聚焦核心产品,引导产品体系健康稳定发展,持续增强公司核心竞争力;四、进一步优化营销渠道布局,推动渠道精耕细作,加强渠道整合,提升渠道效率;五、以活动促宣传,以宣传促销售,持续推进品牌强企战略,为古贝春的长期繁荣和发展奠定坚实基础;六、坚持“以客户为中心”服务理念,提升营销管理服务水平;七、抢抓机遇,深入突破,开创公司事业发展新局面。

古贝春集团的发展离不开各级经销商的辛勤付出。会上,公司对在品牌维护、渠道精耕、团购开发、营销业绩等方面做出突出贡献的优秀经销商进行了表彰,并授予“2023年度星级经销商”荣誉。营销总监赵恩国宣读了获奖经销商人员名单,集团公司领导为获奖经销商代表颁发了奖牌。

临邑古贝春经销处王文俊经理代表经销

商进行了以根据地市场品牌氛围打造为主题的市场经验分享,列举了女神节客情维护、终端群售价管控等多个案例。山东方鸿贸易经理张建华分享了以市场渠道精耕、业务团队建设的实操经验。

古贝春集团党委书记、董事长徐秀菊做了重要讲话,对2024年度营销工作作出了重要指示!会上,徐董事长提出了两方面的要求:一是统一思想,抢抓机遇,准确把握古贝春事业乘势而上的战略机遇期;二是同心同向,厂商一家,努力开创互利共赢的古贝春酒业版图新格局。

徐秀菊对2023年的营销工作表示了充分的肯定,对古贝春集团全体干部员工不忘初心、团结奋进的实干精神给予了高度的评价。她希望广大经销商朋友珍惜来之不易的大好局面,“厂商一家人”,彼此信任、相互扶持。共享阳光、共创辉煌。

