

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160期 总第11128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6月29日 星期六 甲辰年 五月二十四

## 桂云台酒业 造时代佳酿 传承千年文化

九寻

中国酒文化与传统酿酒技术源远流长,以香型为界共分十二种,其中以早在汉代历史中就有踪影的酱酒最为消费者所喜爱。时值当下,酱酒热居高不下,根据权图酱酒工作室所出的《2023-2024中国酱酒产业发展报告》,酱酒市场已实现销售收入2300亿元,与之相伴的,市场竞争亦愈发激烈,要想在酱酒市场中脱颖而出,独特的品牌文化是关键。在此背景下,以“桂”系文化为背景的酱酒企业桂云台酒业将“南山之桂”“祥云流转”“日月高台”等清嘉之气植入品牌调性,从诸多酱酒中走出一条独特道路。

桂云台酒业所产酱酒不仅外观精美独特,且在匠心凝聚,旗下酱酒产品皆属“正脉茅香”,采用正统“12987”古法酱酒酿造技术,并由国家级酿酒大师、酱香酒非遗传承人、大国酱香首席工匠、绵柔酱香创始人、中国首席品酒师等多位大师级专家组成的技术团队精心酿造而成,秉持酱香酒古法酿造工艺,严选云贵高原糯红高粱,汲赤水河之灵气酿造而成,可谓内外兼修。

桂花,又名木樨,九里香,嘉木繁茂,花气芬芳,常为文人雅客所爱。李清照曾夸桂花“自是花中第一流”,而我苏州四大园林中以精巧出名的留园专设“闻木樨香轩”,更是突出桂花的独特地位。桂云台以“桂”命名,既突出了品牌的风雅格调,也暗喻品牌如桂花木般茁壮成长,成为我国酱酒森林中的繁茂一隅。

流云者,祥瑞也;高台者,可观日月也。紫气东来,高台唱和,看天高地迥,观云卷云舒,喝桂云台,饮的是顶天立地的格调,畅然抒怀的豪情,以及“常喝桂云台,好运自然来”的美好愿望。

正是在厚重的历史与独树一帜的文化,以及千古传唱诗篇下,桂云台酒业选择推出其五大系列酱酒,不同系列酱酒可以满足不同的消费场景,同时,不同系列酱酒也以不同美景为装饰,让消费者在饮下美酒时,也可一览绝色山水。

以专为贵宾准备的酱酒“财富玉液”为例,此系列产品以北回归线标志塔为主体元素,左右两侧各三条弧线代表桂平的三江交汇,正有财源茂盛达三江之意。而一身“孔雀蓝”的“好运佳酿”则以福地桂平两大名胜景观西山和东塔为装饰,颇有一东一西、守护气运的美好寓意。桂云台酒业所产酱酒,既是承载文化的船,也是传播酱酒文化的帆,多条千年古韵交织,成就无双风味。

在激烈的市场竞争中,桂云台酒业凭借其深厚的文化底蕴、独特的美酒设计和古老的酿造传承,不仅让产品与品牌在市场上占据了一席之地,更将中国传统的酒文化发扬光大。桂云台以酒为媒,向广大白酒爱好者讲述着“桂”之风雅的故事,展现着中国酒文化的博大精深。桂云台酒业正如其名,像一座云台,稳稳地承载着千年的文化和技艺,将对时代的佳酿呈现给世人。

### 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、广告等宣传费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账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



## 吴少勋:做难事必有所得

谭儒

日前,一场以“文化焕新,价值绽放”为主题的盛会——“第三届中国露酒T5峰会”,在四川省宜宾市隆重召开。T5企业的领导者们齐聚一堂,围绕会议主题展开深入探讨。

峰会上,劲牌有限公司党委书记、董事长吴少勋,针对露酒发展问题,结合劲牌公司发展实践,提出了做好露酒细分、找准消费痛点和场景做好产品的思考,坚信“做难事必有所得”。

以下为讲话摘要:

### 要咬定保健酒青山不放松

露酒如何做好细分?劲牌公司用实际行动在探索,公司内部做了两个业务分类,一类是保健酒,另一类是草本白酒。保健酒就是有保健养生功能的酒,草本白酒是可以减少酒精负担的酒。

过去我们走了几十年的弯路,实际上保健酒是可以做很多细分的。保健酒总体上包括泛功能和特定功能的,另外还可以做很多细分,比如可以根据年龄、身体状况、嗜好、场景、时间气候等做一些针对性的细分研究。“中医讲究春生、夏长、秋收、冬藏,比如最近,我们送客比较多的是夏长酒,是适合夏天喝的。”

保健酒做起来确实难,前些年我们以为是天花板,但最近几年我们发现不是天花板,是遇到了瓶颈,真正要是把问题搞清楚,通过深入的用户洞察,保健酒一定是柳暗花明。

所以我们一定要咬定保健酒青山不放松。劲牌公司的保健酒业务一定要做到控股地位,包括人力资源配置,投入等都要占60%以上。但过去由于草本白酒增长很快,把很多资源都往草本白酒方面去配置了,现在要做调整并已经做了调整。

保健酒是中华民族几千年的文明,承载了中医药文化,劲牌作为露酒专业户,我们有着当仁不让的责任和使命!无论从企业商业利益角度,还是社会责任担当角度,我们没有理由不坚持。

保健酒做起来很难,但我们都知道做难



事必有所得的道理。我呼吁各大企业一起做难事,首先一起把露酒中的保健酒蛋糕做大,相信市场一定是广阔的。

### 草本白酒要解决好用户痛点

由于工作和职业的原因,长期喝酒肯定会出问题,但我们是做酒的,又不能不喝酒。那怎么办呢?所以我们十多年前内部就立项,开发一款围绕“三高”问题、对身体伤害最小的酒。我们的毛铺酒就是这么来的。实际上最开始是为了自己开发的。

我们的草本白酒解决了血脂、血糖问题,但血压问题还没有解决,我们也一直在想办法解决之中,这个难度很大。所以,草本白酒主要是围绕饮用的一些痛点来开发,同时草本白酒是一个社交型的酒,既要满足消费者社交需要,又能减少一些对身体的伤害。

关于草本白酒的细分,可以从香型、年份及复合性(两香、三香、四香)来做价值区分,但前提是一定要能为消费者解决某方面的痛点,具有减少酒精对身体伤害的健康功能。

目前,劲牌公司围绕酒精对肠道消化方面的影响,以及酒精对脑神经方面的影响等饮用痛点,整合内外部资源正在进行深入研究。我们毛铺酒解决三高问题,包括消化道及脑神经损伤的影响研究,其目的不是通过酒

来治疗和解决这些问题,而是要通过草本浆这些技术手段来减少损伤,甚至是不损伤。

草本白酒的细分概念是劲牌结合市场发展实际提出来的,目前正在协同中酒协和一些企业进行标准的建立。每一个细分都对应的是不同的消费者,要突破露酒的发展瓶颈,做好品类细分是一个解决路径。

### 劲牌去年研发投入了近4亿

“安全、功能、口感、稳定性”,是我们劲牌研发产品的“四要素”。无论是保健酒,还是草本白酒,这“四要素”是缺一不可的,围绕这些的研发投入也是很大的。

我们提出,要用做药的标准和方法来做保健酒和草本白酒。保健酒和草本白酒是超药品的,是药三分毒,药本身就是救人的,允许有一定的副作用,而且是明确标注的,也不是天天吃。但保健酒和草本白酒是不一样的,安全性是必须保障的,不能有副作用,所以比做药还难。

去年我们研发投入近4亿元。尽管跟有些大企业相比,劲牌研发投入可能不算多,但就劲牌目前的销售额来算,劲牌的投入比应该是最高的,同时还会持续投入。

比如我们有一个药理研究室,我们每个月要使用1000多只小白鼠,通过各种试验来进行研究,通过各种对照试验来研究对身体的伤害情况,然后优化我们的产品。

目前,劲牌有专业研发人员近400人,一方面是自己的研发团队在做大量的基础性研究,同时也跟国内外科研院所(机构)进行了大量的长期合作。

劲牌过去在产品研发上走了很多弯路,现在已搞清楚、弄明白。保健酒一定是安全和功能优先,饮用量一定要限制,例如劲牌养生1号每次不能超过一两,中国劲酒不超过二两半,我们的草本白酒一定是在同样量的情况下对身体伤害最小的。

市场一定是光明的,但道路一定是曲折的。我再次呼吁所有露酒企业一起去投入,用心用力、形成合力,就一定能够把露酒市场做强做好。

## 酒泽中华 根扎黄土 第三届中国葡萄酒技术质量发展大会 暨2024乡宁县黄土高原葡萄酒小产区推介会举办

黄辉轩

日前,以“酒泽中华,故乡谱新韵;根扎黄土,当惊世界殊”为主题的第三届中国葡萄酒技术质量发展大会暨2024乡宁县黄土高原葡萄酒小产区推介会在山西省乡宁县圆满落幕。

本次盛会由中国酒业协会携手中共乡宁县县委、乡宁县人民政府联合主办,山西戎子酒庄有限公司倾力协办。葡萄酒行业的相关专家学者、企业代表以及媒体代表200余人共聚一堂,共同探讨中国葡萄酒行业的未来发展之路。

出席大会的领导及嘉宾有:商务部贸易救济调查局二级巡视员徐衍光,工业和信息化部消费品工业司食品处二级调研员孙璐,中国酒业协会党支部书记、执行理事长王琦,国家葡萄酒产业技术体系首席科学家段长青,西北农林科技大学原副校长李华,中国葡萄酒技术委员会名誉主任王树生,山西省临汾市乡宁县委书记杨建军,山西省临汾市乡宁县县委副书记、县长李永芳,西北农林科技大学葡萄酒学院院长刘树文,山西省投资促进局投资服务中心主任高佩兹,中国酒业协会葡萄酒分会秘书长火兴三,山西戎子实业集团有限公司董事局主席张文泉。参加会议的还有临汾市和乡宁县有关部门的领导以及相关媒体。

### 浓浓关怀 殷殷希望

中国酒业协会执行理事长王琦在致辞中指出,“产区”已经成为世界美酒的最佳表达方式之一,产区是产业未来发展的重要落脚点。

本次大会以“深化国内葡萄酒行业交流、推广山西产区葡萄酒品牌和产品、促进中国葡萄酒行业高质量发展”为宗旨,希望进一步深化特色产区的繁荣和发展,共同推动中国葡萄酒行业的繁荣与发展,让世界品味中国的风土人情。

杨建军书记在热情洋溢的欢迎辞中表达了对参会嘉宾的诚挚欢迎,希望大家以此次大会为契机,与协会专家加强联系,与其他产区加强互动,共享美酒盛宴,共赢发展红利,



共同推动中国葡萄酒迈出国门、走向世界。

徐衍光巡视员在讲话中指出,葡萄酒技术质量发展大会是葡萄酒行业专家和企业交流互鉴、共促发展的重要平台。希望中国葡萄酒产业不断改进技术,提升产品品质,强化品牌意识,深挖产品文化价值,扩大市场认知度,提升在产业链价值链中的地位,持续推进中国葡萄酒产业的高质量发展。

孙璐调研员讲到,葡萄酒产业是一个集社会效益、经济效益、文化效益、民生效益于一体的重要产业。希望乡宁黄土高原小产区抓好特色产区建设,探索产业发展新路径;加快数字技术应用,培育产业发展新动能;强化国际交流与合作,构建产业发展新格局。

### “乡宁黄土高原葡萄酒小产区”诞生

今年,中国酒业协会葡萄酒分会按照《中国葡萄酒小产区认证管理办法》,对乡宁县的葡萄酒小产区申请进行了形式审查和实地考察。经审查意见,决定授予乡宁县“乡宁黄土高原葡萄酒小产区”为“中国葡萄酒小产区”称号。

在授牌仪式上,火兴三秘书长宣读了《关

于授予山西乡宁县(中国葡萄酒小产区)的决定》。随后,王琦执行理事长授牌,李永芳县长接牌。

授牌仪式的完成,不仅是一份荣耀的传递,更是乡宁葡萄酒产业崭新征程的开启。祝愿大会成为乡宁小产区连接过去与未来的桥梁,开启葡萄酒产业的辉煌篇章。

紧接着的启幕仪式上,徐衍光巡视员、孙璐调研员、王琦执行理事长、段长青教授、李华教授、杨建军书记、李永芳县长、刘树文院长、张文泉主席共同按下大屏幕,象征着第三届中国葡萄酒技术质量发展大会的正式启动,预示着中国葡萄酒行业将迎来新的发展机遇。

### 创新主题分享 点亮科技未来

大会期间,多位行业专家与企业家围绕葡萄酒技术进展、葡萄酒的数字化与智能化、葡萄酒消费新群体的喜好与培育探索等主题进行了深入交流与讨论。

李华教授作了《酿酒葡萄极简生态栽培与无人化葡萄酒园》的报告,探索研究机械化、智能化技术和基于自然调节机制的技术,以保障葡萄栽培及相关生态系统的多样性,尽量减少投入品和能源的使用,保护和改善葡萄酒园

景观,实现葡萄与葡萄酒产业“强化风格、提高质量、降低成本、节能减排”的目标。

段长青教授带来的《构建本土多元化葡萄酒文化》,从葡萄酒文化、多元化消费、葡萄酒与风土、科技与产品风格等多方面进行生动阐述,如同一部葡萄酒技术的百科全书,让我们对中国葡萄酒的未来充满了期待。

火兴三秘书长以《2024年中国葡萄酒行业发展趋势》为题作报告,并重点向大家分享了“龙行高校”中国葡萄酒校园公开课的相关调研结果,希望与大家携手共同探索如何培养新一代葡萄酒爱好者。

乡宁葡萄酒小产区陈拥军总经理为我们做了《世界葡萄酒园种植农机农艺融合研究》的专题报告。王庆伟副总经理关于《乡宁及山西产区发展报告》的发言,如同一幅生动的历史画卷,让我们看到了山西以及乡宁葡萄酒产业的过去、现在与未来,产区将继续推动技术创新和资源共享,通过精细化管理,实现多样化发展,以期更好地融入国际市场,展现独特的魅力和价值。

在西北农林科技大学葡萄酒学院院长刘树文的精彩主持下,科技与产业对话环节更是亮点频现。张裕葡萄酒股份有限公司总工程师李记明,中法合营王朝葡萄酒有限公司总工程师俞然,威龙葡萄酒股份有限公司技术总监陈青昌,中信尼雅葡萄酒股份有限公司副总经理成池芳,山西戎子酒庄有限公司总工程师缪承鹏围绕葡萄酒生产、科技和质量管理等话题展开了圆桌对话,分享了各自企业的最新科研成果与实践经验。

值得一提的是,大会期间还举办了乡宁县暨山西产区代表性产品感官评价,通过对优质山西产区葡萄酒产品的评选,进一步促进了山西省葡萄酒产业的高质量发展。

乡宁,这座黄土高原上的瑰宝,正以其独特的葡萄酒文化,吸引着世界的目光,期待着更加辉煌的明天。第三届中国葡萄酒技术质量发展大会暨2024乡宁县黄土高原葡萄酒小产区推介会的成功举办,不仅加强了国内外葡萄酒行业的交流与合作,更为中国葡萄酒行业的高质量发展注入了新的活力。