



老酒回归 复刻经典 台河酒专家品鉴会举办

■ 张文

日前,“品全球佳酿 享美好生活”第十三届中国(贵州)国际酒类博览会举办。作为贵州省白酒产业对外展示的重要窗口和交流合作的重要平台,今年的酒博会规模更大、层次更高、内容更丰富,吸引了众多国内外知名酒企、专家学者和经销商齐聚贵阳。

会议期间,“老酒回归 复刻经典——台河酒专家品鉴会”在贵阳会议中心5号馆盛大开幕,拉开了贵州老名酒文化传承与创新的新篇章。

“当前,白酒行业正处于前所未有的变革时期,机遇与挑战并存。我们必须坚定不移地推进白酒产业供给侧结构性改革,加快产业转型升级,借助新质生产力实现创新发展,深入推进行业‘卖酒向卖生活方式转变’,推动白酒产业高质量方向发展。”活动现场,贵州省商务厅酒管处处长张劲军在致辞中表示,仁怀酱酒集团是贵州省白酒行业中流砥柱,一直以来都致力于传承和弘扬酱酒文化,坚持以品质为核心,不断创新发展,为贵州省白酒产业的发展做出了积极贡献。

资料显示,仁怀酱酒集团是一家全资国有企业,自创立之初,便承载着重要的历史使命。根据仁怀市委、市政府关于打造“世界酱香白酒核心产区”的战略部署,仁怀酱酒集团确立了构建百亿级企业的长远发展目标。为此,集团着眼于全产业链的上、中、下游环节,规划并实施了一系列重点建设项目,其中包括仁怀酱香酒庄、30万吨智能酒库、智能包装车间以及酱酒科研中心等。

2024年,仁怀酱酒集团与贵州印象台河酒业达成合作共识,前者全权负责台河酒在全国市场的运营工作。此次合作不仅为台河酒这一经典品牌注入了新的发展活力,而且代表了对传统酿酒工艺的继承与革新,同时也是一次对贵州酱酒文化的深入推广。

“近年来,仁怀酱酒(集团)以仁怀1935、仁怀酱香酒道义诚和藏酒系列等为主的六大核心系列产品矩阵,已然成为中国酱香酒的质量标杆和旗帜。”仁怀市委副书记、市长李颖指出,台河酒,承载着岁月的沉淀和历史的记忆,“老酒回归,复刻经典”,这是对传统的敬意和对品质的执着。老酒回归,复刻的是一种情怀,一种对传统工艺的传承和坚守。

对此,中国酒类流通协会会长王新国也表达了相同的观点,在他看来,仁怀酱酒集团作为贵州白酒产业的佼佼者,一直以来都秉持着传承和创新的理念,致力于打造高品质酱香白酒。

“‘台河酒’作为集团的精心之作,不仅继承了仁怀酱香酒的传统工艺和独特风味,还在品质和口感上进行了创新和提升。我相信,‘台河酒’一定能够凭借其卓越的品质和独特的魅力,赢得广大消费者的青睐和认可。”王新国如是说。

据悉,台河1982能够历久弥新,其秘密在于对品质的坚守和传承。它严格遵循与茅台酒相同的大曲酱香酿造工艺,每一滴都凝聚着工匠们的心血与智慧。为了保证酒质的卓越,台河酒选用赤水河滋养的优质糯高粱,搭配当地天然优质水源,以及丰富的微生物酵池,这些因素共同铸就了台河酒独特的口感和品质。正是这种对品质的执着追求,使得台河酒成为白酒市场上的经典之作。

记者在现场看到,依托仁怀酱酒集团的强大影响力,台河品牌的全面升级换代已经完成。焕新后的台河1982,承载的是情怀,践行的是传承,坚持的是坚守。

为了传承历史并把握新时代的机遇,台河酒更名为“台河1982”。既彰显了历史的厚重感,又体现了时代的活力;设计上,台河1982延续了经典的瓶型设计,保留了老产品的字体风格并加以优化,凸显了其历史传承;价格上,298元的市场定价,旨在提供高性价比的产品体验,满足广泛的市场需求;营销上,提出“喝台河,万事和”的新口号,不仅赋予了品牌独特的声量,更表达了品牌追求和谐生活的理念,倡导了一种积极的生活态度与人生哲学。

未来,仁怀酱酒集团作为扛起产区品牌的国有企业,将继续肩负起责任和使命,不遗余力地将“台河酒”的历史文化、产品价值不断推向市场。用“万事和”的美好祝愿,让酱酒文化的魅力为全民共享,让酱香与生活相和,与人生相和。

在白酒行业面临市场竞争加剧、消费需求多样化以及环保压力增大的趋势下,焕新升级后的“台河酒”将不仅仅是一种饮品,更是一种文化符号,一种生活态度。它将引领人们追求更加健康、和谐的生活方式,让酱香飘洒在每一个角落,成为撬动酒业发展的新增长极。

凝聚厂商合力 推进合作共赢 中国酒业领军 G50 第四届峰会成功举办

■ 钟玖讯

日前,由中国酒类流通协会主办、陕西西凤酒股份有限公司承办的“从供给侧到大市场——酒业领军50人大会第四届峰会”(以下简称酒业G50峰会)在宝鸡市圆满举办。

据悉,酒业G50峰会成立于2016年,是由中国酒类流通协会主办,酒类生产和流通领域的核心企业组成的高端商业平台,已先后于北京、重庆、宜宾等地举办了三届峰会及读书会等活动。

当前,中国酒业正处于结构性调整的新周期,全新的市场环境影响着酒类市场的竞争格局,对酒业发展提出了新挑战。

因此,本届峰会在延续一贯的凝聚厂商合力、推进合作共赢,打造酒业命运共同体的宗旨之外,还旨在新形势下启迪酒业创变的前沿思考,探索酒业领军企业在新周期的行动路线,构建酒业新型关系和新型生态,以期引领行业高质量、可持续发展。

集聚领军力量 共绘产业新蓝图

本届G50峰会盛况空前,人数之众、覆盖面之广,超过往届,更实现了行业内外、地域之间的广泛覆盖,深刻彰显了中国酒业强大的凝聚力和向心力。尤其是国家级特邀嘉宾的莅临,为大会增添了权威与高度,他们的真知灼见为酒业未来发展指明了方向;国家级协会领导的鼎力支持,也彰显了行业组织对本次盛会的高度重视与支持,进一步强化了行业内部的团结协作;政府领导和来自广东、江苏、陕西、黑龙江、广西、福建、甘肃、湖南等省市的酒类行业协会领导的倾情参与,也为行业注入了强大的政策动力与信心;G50第四届成员代表,五粮液、洋河、汾酒、泸州老窖、牛栏山、舍得、剑南春、酒鬼酒等名优酒企高管也纷纷亮相,这些中国酒业的顶尖力量在现场以引领行业、高于行业的站位,研究当前的矛盾与问题。

过去8年,以领军厂商为龙头,中国酒业高速发展,实现了前所未有的成绩。数据显示,2023年,酒业营收总额达到10802.6亿元,利润总额达到2628.2亿元,均创历史新高。

“但同时,酒业矛盾也充分显现”,中国酒类流通协会会长王新国指出,当前“供给”与“市场”错位,厂商关系滞后,严重限制了酒业发展。新的挑战与课题,有待于领军厂商解答。

因此,他希望借此次峰会,厂商能够着眼行业共同利益,开展全方位合作,构建更加紧密的命运共同体关系;同时,建立领军厂商交流机制,引领开拓酒业发展新路径。

值得关注的是,此次大会召开的地点——宝鸡,是炎帝故里、青铜器之乡和周秦文明发祥地,孕育了四大名酒之一西凤酒。峰会前夕,与会嘉宾集体参观了陕西西凤酒厂。

在参观后,嘉宾纷纷对其深厚的文化底蕴、卓越的产品品质以及智能化酿造赞不绝口。西凤酒已经描绘出了后百亿蓝图——提出文化自信、品类自信、品牌自信、发展自信等“四个自信”论断,实施1246营销战略,以数字化、智能化为引擎,开启复兴新征程,持续向着“双百亿”目标迈进。

陕西省宝鸡市人民政府党组成员、副市长李武发对本次峰会的召开,表达了热烈的祝贺与殷切的期望。他指出,宝鸡有着深厚历史文化底蕴和酿酒基础,期待与各行业协会、各领军企业进一步加强交流、深化合作,共同为中国白酒行业的繁荣发展贡献力量。

陕西西凤酒厂集团有限公司党委书记、董事长张正从行业发展的宏观视角出发,深



刻剖析了当前酒业面临的复杂形势与挑战。他指出在宏观经济、消费市场以及产业调整等多重因素的叠加影响下,酒业供给端集中分化加剧,市场端消费需求复杂多样,酒业格局正在发生深刻变化。

在此背景下,G50第四届峰会的召开恰逢其时,对于推动行业转型升级、实现高质量发展具有重要意义,为行业同仁提供了一个共商大计、共谋发展的宝贵平台。

为表彰在过去一年中表现杰出、贡献卓越的会员企业和个人,现场还为G50第四届峰会会员颁发了荣誉证书,激励所有酒业同仁继续努力、创造更多辉煌。

恰逢其时 G50 峰会彰显政策高度

今年上半年,酒类行业实现营收4875亿元,同比增长6.9%,利润达到1269亿元,同比增长14%,中国酒业在挑战与机遇并存中稳步前行。

恰逢党的二十届三中全会召开,吹响了全面深化改革的号角,酒业也迎来了更多的发展机遇。第十三届全国政协社会和法制委员会委员、原中央党校副校长、公共经济研究会会长赵长茂指出,企业应牢牢把握二十届三中全会以改革促发展的精神,特别是“一放活、二消除、三规范”的基本思路,充分利用政策放宽机遇,如基础设施竞争性领域开放、制度型开放扩大等,增强企业活力与竞争力。他强调,酒业作为传统产业,需顺应绿色发展大势,促进科技创新与数字化转型,实现高端化、智能化发展,并充分利用农村改革与振兴的机遇,实现可持续发展。

“推进消费税征收环节后移并稳步下划地步”,也是二十届三中全会全面深化改革的重要措施。全国政协参政议政人才库特聘专家、华夏新供给经济学研究院创始院长、财政部财政科学研究所所长贾康,就消费税改革进行了深入解读。他指出,消费税改革若将酒类收入纳入移交地方范围,将有利于市场扩容,促进行业发展。此外,贾康还强调了统一大市场建设有利于推动市场公平竞争与要素自由流动。认为这将为企业,特别是民营经济主体带来重要的发展机遇。在此背景下,酒企需积极把握多重机遇,包括品质消费升级、品牌升级、数字化转型、线上线下渠道融合、政策支持红利、产区优势、细分市场、跨界合作以及白酒国际化等。

陕西西凤酒股份有限公司总经理张周虎表示,在供给侧结构性改革、产业政策调整、

消费升级加快的时代背景下,中国白酒发展的底层逻辑未变,追求高品质生活的需求依旧强劲。名酒企业更应发挥自身优势,引领行业转型升级,实现高质量发展。

共话厂商共融新篇 构建酒业命运共同体

过去几十年,中国酒业的发展历程,深刻映射了厂商关系从单一到多元、从依赖到共生的演变轨迹。这一发展过程中,适应市场发展的厂商关系是推动酒业持续繁荣的关键力量。

会议围绕“双向奔赴、新经济形势下的厂商关系”进行了探讨。与会嘉宾一致认为,新经济形势的浪潮汹涌而至,为酒业发展带来了前所未有的机遇与挑战。在这一背景下,厂商关系的构建被赋予了全新的内涵与使命——它不再仅仅是双方利益的简单联结,而是成为共同探索市场、满足消费者多元化需求的重要基石。

尤为值得注意的是,年轻消费者群体的扩大,正深刻改变着酒业的市场格局与消费趋势。洋河股份副总裁、产品总监张学谦表示,当下的年轻化建设就是基于新周期下对新一代消费群体和消费趋势的把握和思考,需要厂商双方携手并进,共同打造符合年轻人口味与价值观的品牌体验。

泸州老窖股份有限公司副总经理赵丙坤也认为,面对新形势,要坚持长期主义、科技创新、数智赋能、消费革新这四大引领,需要厂商携手推进跨界融合,从而激发新活力、创新消费需求。

针对长期主义引领,河南仰韶酒业集团党委副书记、营销公司总经理郝建锋指出,长期主义包括厂商协同、分工协作的模式创新,而持之以恒的坚持是厂商合作长期主义的保障。

“厂离不开商,商离不开厂”,华致酒行连锁管理股份有限公司总裁李伟持相同观点,他表示,厂商共创价值是服务好市场的基础,而构建厂商命运共同体,共同面对市场冲击,对于平稳度过中国酒业新调整周期十分重要。

那么,站在经销商的角度,如何看待新周期下的厂商关系?甘肃义顺供应链管理集团股份有限公司董事长张庆对酒商发展之路提出了新的思考。他认为,酒商要配合厂家打造产品,更要把重心放在建渠道、强服务上,形成自己的核心竞争力。

1919营销总裁郑广先则站在了数字化的角度,对酒业供应链进行了重构。他指出,面对当下的挑战,酒业应聚焦品牌力、供应链整

合、信息技术应用及金融赋能四大方面,共同构建新型产业生态。特别是供应链的开放与整合,将成为酒业未来发展的关键。

通过深入的交流与互鉴,酒业再次在发展的关键节点上,汇聚了领军力量的共识,共同为酒业未来指明方向。

最后,本届G50峰会发布了《厂商携手,推进中国式现代化酒业实践2024宝鸡宣言》。与会成员表示,将以此次峰会为契机,加强酒业领军力量的战略引领作用,继续开展富有成效的全方位合作,构建更加紧密的命运共同体。

厂商携手,推进中国式现代化酒业实践 2024 宝鸡宣言

2024年9月5日,酒业领军50人大会第四届峰会在陕西宝鸡举行,全体参会代表就酒业发展与相互合作,达成若干共识,特发布此宣言。

当前,我国经济保持平稳运行,宏观政策效应逐步释放,推动经济转型升级的积极因素持续累积。在此形势下,酒业将进一步开启高质量发展,推进中国式现代化的产业实践,作为酒业领军力量,我们共同声明:

一、酒业领军50人大会组织成员开展富有成效的全方位合作,对酒业及市场发展,具有重要意义。面对新环境和新机遇,着眼行业共同利益,大会成员将携手构建更加紧密的命运共同体关系。

二、以本届峰会为契机,加强酒业领军力量的战略引领作用,共同推进中国式现代化酒业的顶层设计和统筹规划,针对渠道革新、增销消费、优化供应链等重点领域,尽快建立领军厂商交流协同机制。

三、共同促进酒业供给侧与大市场的双向奔赴,一方面发力市场,把握和洞察有效需求,以有效需求牵引供给,激发产业动力;一方面深化供给改革,以高水平供给,满足和增进消费需求,增强市场活力,共同引领酒业高质量发展。

四、共同推动酒业从供给侧到大市场的现代化升级,加快信息化、智能化建设,适应新场景,创造新价值,提升市场效率,提高服务水平,构建科学、集约、绿色的酒业新生态。

五、大厂大商,共存共赢,在厂商核心利益问题上,互予更多理解和支持,共同维护健康、有序的市场环境,保障渠道的持续性与稳定性,强化厂商优势所长,凝聚厂商发展合力,共同实现向好发展。

六、我们将长期保持和深化合作,为中国式现代化酒业实践,贡献更大的力量。

松辽平原上的榆树钱酒业

■ 张伟

“我的家在东北松花江上,那里有森林煤矿,还有那漫山遍野的大豆高粱……”

榆树市,吉林省辖县级市,由长春市代管,位于吉林省中北部、地处吉林省和黑龙江省的交界处,在松辽平原腹地,境内无崇山峻岭,地势平坦,属温带大陆性季风气候区。1990年12月26日,榆树县改为榆树市。榆树市位于世界“三大黑土区”之一的东北黑土区核心区,全市现有耕地588.31万亩,黑土地面积达577.85万亩,占耕地总面积的98.22%,是吉林省黑土地面积最大、黑土层最厚的县。同时,地处于世界著名的黄金玉米带上,松嫩平原白金水稻带,盛产玉米、大豆、水稻、高粱,被誉为“粮豆之乡”、“松辽平原第一仓”,作为全国第一产粮大县素有“天下第一粮仓”之美称。

不同于大多数酒厂身处高原和平原结合部,榆树钱酒业所在的榆树市素来是全国第一产粮大县,沃野千里、一马平川。在这块土地上发展起来的榆树钱酒业,是由1812年(清嘉庆年间)的“聚成发烧锅”发展而来,距今已有212年的酿酒历史。榆树钱酒业拥有九代传承的二百年传统工艺,是东北地区酒史之源,酒文化之根。拥有“中华老字号”、“吉林省老字号”、“中国驰名商标”等光荣称号,同时也是“中国地理标志保护产品”。2009年,



金六福控股集团全资收购榆树钱酒业,在集团引领下,榆树钱酒业迈向新起点。

“这就是荣获‘基尼斯世界最大酒海群’,称号的234个不同年代的酒海,采用长白山百年以上树龄的优质黄松木,长白松木(又称美人松),辅以麻纸、蜂蜡、鹿血和蛋清等一层层涂抹,168层内胆,纯手工制作,需要100多道工序,300多个时日,工序繁杂。”榆树钱酒业公司副总经理、白酒国家评委董锐介绍道,

火爆。与大多数东北地区对于木酒海的使用不同,榆树钱酒业特意将木酒海进行了博物馆式陈列,环境优美,气温适中,让参观的游客心旷神怡。“酒海陈列时,需要将其中的酒液全部盛出,再行挪动,大多数酒海时间长,不动还好,一动容易漏液,还得组织专业人员抢修、维护,其中的人力、物力成本相当可观……”榆树钱酿酒公司副总经理、白酒国家评委董锐介绍说,“不过,能让更多的消费者直观地看到这些老文物,了解我们国家悠久的白酒酿造历史和文化,辛苦,值得。”

董锐进一步介绍说,榆树,属于传统农业大县,县域内工业企业屈指可数,大多数厂区同事都很珍惜来之不易的工作机会,吉林省白酒生产企业规模都算不上太大,大多数还是在酒厂所在地配合省会长春的传统突进式销售区域布局。白酒行业的增量市场早已不复存在,头部企业又渐有寡头之势,对于大多数酒类生产企业而言,存量市场的大环境下,每一个百分比的增长都是在和别的品牌“抢食”,而面对茅台、五粮液等传统高端产品以及近年来市场拓展力度极大的汾酒、古井贡酒等名酒企业的挤压,榆树钱酒业艰难地生存下来,实属不易!

丰收的高粱地,一眼望不到边,又一个妥妥的丰收年,我们仿佛看到了,满足的微笑、幸福的明天及榆树钱酒业的未来。