

好酒知时节 秋酿贵如金
安徽金不换酒业
秋酿大典开启酿酒时光

■ 九安

日前,以“金秋开酿·毫酒飘香”为主题的秋酿大典暨徽院酒业新品发布在金不换白酒集团隆重举行。亳州市蕪城区委副书记、区长宋保众,亳州市经济和信息化局党组书记、局长路文强,安徽省食品行业协会常务副会长兼秘书长邵栋梁,安徽金不换白酒集团党委书记、总裁支涛,以及经销商代表、媒体代表1000余人出席,见证这一年一度的酒业盛事。

金秋开酿 遵天应时的酿造之道

“春耕,夏耘,秋获,冬藏”,亦是常有的规律,农耕如此,酿酒亦如此。

夏季过高的气温不利于酿酒微生物正常发酵,因此浓香型白酒通常在炎热的夏季使用“压窖”工艺,其间不出窖、不出酒,让酒醅在窖池里持续发酵。

每当秋风送爽,金黄的稻田与丰收的喜悦交织在一起时,金不换的酿酒师们便开始忙碌起来,他们遵循着古老的酿造工艺,启封度夏的窖池,最终酿出醇厚而芬芳的美酒。

酒是天人合一的产物,大自然是最好的酿酒师。金不换白酒集团作为中国生态白酒的倡导者之一,坐拥三河、一湖、两湿地,天然生态酿酒佳境,长期以来,金不换白酒集团始终牢固树立“质量引领,绿色发展”的理念,坚持“绿色酿造”这一可持续发展之路,努力建成“中国白酒生态原产地产品保护区”和“全国最美白酒生态博览园”。

“向绿而行是对大自然的敬畏与回馈,这不仅是对消费者的责任与承诺,更是人与自然和谐共生的必然趋势。”安徽金不换白酒集团党委书记、总裁支涛在致辞中表示。今年7月份,金不换白酒集团更是通过了“中国生态原产地保护产品”的认证。

“千年老窖万年糟,酒好全凭窖池老”。金不换酿酒古窖池,溯源于明代宣德元年(1426年)的永昌酒号,发展于清代1905年的天古长酒坊,兴盛于1948年的地方国营亳州市酒厂,扎根于今天的华夏酒城核心产区蕪城。600年的不断代传承史清晰而久远,承载着“毫酒非遗酿造技艺”的历史印迹。

支涛表示,我们多年来坚持树立文化自信,深挖企业文化内涵,积极发挥其强大的文化载体作用,坚持文化赋能,助力企业高质量发展。依托中国白酒非遗酿造技艺和制曲技艺深厚文化,正努力创建国家4A级旅游景区,向全国消费者传播中国优秀酒文化,展示中国传统的酿酒技艺,彰显“华夏酒城”的无限魅力。

秋酿大典上,金不换还以庄重神圣的仪式,感恩先贤,继承传统,以示不忘先辈遗泽,恪守薪火相传之道的情怀,表达虔诚的敬畏,秉持匠心酿造浓香佳酿,开启新一年酿酒的时光。

强强联手 擦亮“华夏酒城”名片

2023年8月,安徽徽院酒业有限公司注册成立,该公司由亳州魏武国有资本投资控股集团有限公司直接持股100%,注册资本1亿元。这也是继古井集团、金种子集团之后,安徽又一家由政府牵头主导的酒业集团。

徽院酒业集团成立的使命是实现蕪城白酒行业“数量从多变少、规模从小变大、布局从散到聚、管理从弱到强”的转变,稳步推进蕪城白酒企业整合发展工作,持续提升“华夏酒城”主产区竞争力,擦亮“华夏酒城”名片。

今年6月,徽院酒业集团成立了亳州市蕪城区蕪郡酒业销售有限公司,控股51%,另外一个股东则为金不换白酒集团下属的金不换酒业销售有限公司。本次秋酿大典也是金不换白酒集团与徽院酒业集团共同举办,并推出“一杯毫酒”系列新品,表明双方合作进一步深化。

金不换白酒集团和徽院酒业集团深入合作,强强联合,共同推出“一杯毫酒”系列产品,标志着国企民企携手并进的探索取得初步成果,蕪城白酒产业在提升品质、拓展市场方面迈出关键一步,必将迎来跨越式成长、井喷式发展。

亳州市经济和信息化局党组书记、局长路文强在致辞中表示,近年来,金不换白酒集团的发展是一年一个大台阶,不论是环境建设的完善,品质的升级提高,品牌的重点打造,历史文化的挖掘,都取得了令人瞩目的成绩。今年金不换白酒集团又和蕪城区人民政府联合,共同打造“一杯毫酒”。此举是蕪城区人民政府工作的创新,可以拉动蕪城区整个酒业的发展壮大,有利于助力“华夏酒城”的建设。

安徽省食品行业协会常务副会长兼秘书长邵栋梁在致辞中表示,“安徽省食品行业在改革开放四十年来取得了长足的发展,正是因为有一批像金不换这样的优秀企业所树立的榜样和标杆。同时也希望更多的食品企业加入食协大家庭,为安徽省食品行业的繁荣和高质量发展贡献更多的力量。”

高朋满座品秋酿,一杯毫酒留余香。今天的秋酿大典,开启了新一轮酿酒生产的篇章,更拉开了蕪城白酒产业高质量发展的序幕。相信在徽院酒业集团的平台整合下,金不换白酒集团龙头作用的带动下,蕪城区委区政府的支持下,“毫酒”必将香飘万里、走进万家。

守一个行业 做百年企业

红太阳酒业第六届开窖节暨酱香车间扩产仪式开启



■ 孙晓琳

时间匠造品质,传承见证历史。10月5日,地处嘉山祥水之地的红太阳酒业集团祥酒酒庄内,处处洋溢着喜庆祥和的节日气息。精心设计的现场,恢宏大气的场景,沁润人心的酒香,组合成一幅唯美的红色画卷。在一片极具文化韵味和仪式感的氛围中,红太阳酒业集团第六届开窖节暨酱香车间扩产下沙仪式正式盛大开启。

六届开窖节 见证蓬勃向上势能

红太阳酒业集团总经理任志刚在开幕致辞上介绍了开窖节举办的价值和意义,连续举办六届的开窖节,已经成为红太阳酒业的传统节日之一,既让经销商、终端店等广大合作伙伴,现场见证了企业对酿酒的诚心、真心和用心,也用最直接、最真实的方式,向消费者传达出坚持生态酿造、传统酿造的理念和初心。红太阳酒业将一如既往地坚持品质主义、长期主义,把酿好酒作为最核心、最重要的事业,继续为消费者奉献品质领先、品牌赋能的好产品,为企业的高质量发展不断增加新动能。

嘉祥县委副书记县长王旭对红太阳开窖节的举办给予了高度评价,他表示,红太阳酒业以稳健为企业战略,以品质为发展基石,以文化为品牌支撑,不断取得新业绩、新成就,不仅成为嘉祥的一张亮丽名片,成为嘉祥人民引以为傲的家乡酒,而且还为地方经济发展和社会公益事业做出了重要贡献。办好开窖节,打好特色牌,红太阳酒业的未来,一定会更加美好更加光明。

山东省白酒协会会长姜祖模在讲话中提到,红太阳酒业是山东白酒的骨干企业,有着雄厚的酿造实力、领先的科研水平和深厚的文化底蕴,尤其是近年来,在市场上屡屡取得新突破,展现出逆势而上的强大势能。第六届开窖节和下沙仪式的隆重举行,既是对历史的尊重,也是对文化的传承,更是对品质的坚

持。让越来越多的消费者深切感受到头排酒独特价值和魅力的同时,亦成为红太阳酒业展现自身实力的重要窗口。

纪录片首映 讲述红太阳传承故事

中国白酒,是一个讲历史、讲底蕴的产业,更是一个讲坚守、讲传承的行业。没有坚守,会失去根基;没有传承,就没有未来。本届开窖节上,红太阳酒业以“传承”为主题,精心拍摄制作的纪录片,在活动现场进行了首映。纪录片从企业、酿造、营销三个维度,讲述了红太阳酒业的传承故事。匠心之道,是“择一事、终一生”,源于矢志,贵在传承。作为中国白酒行业为数不多三代传承的酿酒世家,红太阳酒业第一代创始人董事长任春玉、第二代传承人总经理任志刚和第三代守护人任俊宇,三代做酒,薪火相传。纪录片的开篇部分,讲述了他们祖孙三代,本着“守一个行业,做百年企业”的初心,用一生热爱、三代同心的蓬勃力量,以匠心传承、精神传承、使命传承的有序接力,共同托起了中国酒业的红太阳。

纪录片还从酿造传承和营销传承的角度,精彩呈现了一代代红太阳酿酒人如何坚守匠心、坚守品质酿好酒,以及三代营销人,在不同的年代如何奋进拼搏的感人故事。既清晰展现出红太阳酒业的传承发展史,也彰显出企业在有序地传承中,不断增强的向心力和凝聚力。传承是一种坚守,也是一种力量,传的是历史,承的是未来。纪录片以独特的视角、质朴的语言、写实的画面和生动的故事,打动了现场每一位嘉宾,不仅以“传世代之志、承时代使命”的内核表达,让延续不断的初心使命、传统技艺、营销信念活跃于荧屏,也在点滴之中、于细微之处,展现出红太阳酒业精神之光的闪耀不息。

窖开头排 再现中华酒礼文明

传承仪式完成后,伴随着激昂的鼓乐声,红太阳头排酒开窖仪式正式启动。主礼官、仪

仗队身着冕服,主祭、陪祭依次庄重登场。主礼官以雄厚洪亮的声音恭诵开窖文:人间共生,天地同酿;窖开头排,举世共享;恭迎酒祖,传承不忘;净手静心,大地呈祥;诵读祭文,永葆安康;祭祀礼成,授旗开窖。一场古朴正统的开窖祭祀典礼徐徐拉开帷幕。

现场古乐悠扬,庄严隆重,嘉宾们仿佛穿过历史的长河,身临其境于古代祭祀的仪式场景。净手、净面、上香;迎图腾、呈祭品,敬美酒。三杯酒分别敬天、敬地、敬酒神。第一碗,敬天,天有时、律可循、万物生,尚德守法愈昌盛;第二碗,敬地,地有气、粮黍盛、麦曲成,五谷丰登酒更丰;第三碗,敬图腾美酒飘香、炎黄子孙、醉千杯。

祭祀典礼圆满礼成之后,任春玉董事长向酿酒师傅们授予开窖令旗。伴随着“开窖喽,开窖喽,开窖喽”三声高呼,酿酒师们迈着整齐的步伐前往车间开窖,脸上写满了欢欣与喜悦,呼声中更是透露出那份酿造头排酒的期盼之心和兴奋之情。

“吉时到,起窖”,随着号令声响起,“头排酒”开酿典礼正式开始。六位师傅揭开窖池表面的封土层,开始下第一锨,执礼合颂“白露丰润,紫气东来”;二锨起,执礼合颂“窖开头排,绵柔传世”;三锨起,执礼合颂“天地同酿,艺人合一”。天地顺,出酒顺,一帆风顺,开窖礼成。

美酒封藏 生肖酒发布上市

自古以来,“封藏”就是中国传统白酒文化的重要组成部分,代表着祝愿和希望,象征着守护和珍藏。封一坛自然馈赠,藏一缕岁月幽远,既能在漫漫的静候中,见证历史的厚重和时光的流转,也能在美好的期许中,择一良日启封后再品芬芳。

开窖礼成之后,随着主礼官气势磅礴的一句“上酒了”,酿酒师们把第一轮次生产的头排酒,装入坛中敬献台前,五位特邀嘉宾上台细致品鉴并签字封坛,借此表达祝福中华大地物阜民康,太平盛世国泰民安。封天地精华,藏美酒

金徽酒在华东市场演绎品牌“正能量”

■ 华文

2024年半年报显示,金徽酒实现营收17.54亿元,同比增长15.17%,实现归属净利润2.95亿元,同比增长15.96%。数据显示,上半年金徽酒产品收入全线增长,省内外市场提速明显。

在酒业增速趋缓、消费端整体出现巨变的当下,金徽酒再度保持了双位数增长,让业内外刮目相看,同时业界也对比以“稳健”著称的金徽酒如何持续拓展省外市场产生了极大兴趣。

2020年以来,此前稳据西北的金徽酒加速推进全国化战略,其中尤以华东市场为发展重心。那么,金徽酒是如何在消费端整体出现变化的当下来推动华东市场的开拓?

从西北到华东 不断强化“正能量”品牌形象

在西北市场,“金徽酒,正能量”的品牌形象早已深入人心,挺近华东市场后,金徽酒依然高举“正能量”大旗,以勇担社会责任的种种公益行动,来潜移默化影响消费心智,持续塑造品牌的正能量形象。

2008年开始,金徽酒加大公益投入,不断倾注资源用于“爱心助学”。2009年,金徽酒正式将“爱心助学”升级为“公益工程”,也就此开启了漫长的公益助学之路。

2024金徽酒第十六期爱心助学工程捐助金额1200万元,助力甘肃、陕西、宁夏、内蒙古、青海、江苏、河南7个省区的学子完成大学学业。

河南西峡、江苏镇江作为首次列入爱心助学范围的两个市场,从西北到华东,携手当地学校、媒体,将公益的种子撒遍全国,向更多学子传递正能量的温暖。

随着助学版图的不断扩大,金徽酒用实力践行了“酒卖到哪里,公益助学就做到哪里”。这份正能量也是金徽酒给出的品牌承诺,给客户酿好酒,给员工好机制,给伙伴好生意,给社会好贡献,给股东好回报,坚持打造五好公司。

有业内人士表示,金徽酒的品牌塑造策



略,已经超越了单纯的商业化操作,而是在追求发展的同时回馈社会,这种热心公益、积极承担社会责任的举措,又与“正能量”的品牌形象相得益彰,形成了良性的传播机制。

从西北到华东,金徽酒将“正能量”的品牌内核一以贯之,通过慈善助学与商业成长,给予社会双倍贡献,也将品牌的文化内核与外在形象有机结合,在春风化雨之中浸入消费者的心中。

酒旅融合与品鉴盛宴 品牌教育直达消费端

在消费日益理智化的时代,如何实施品牌教育成为一个难题。以往酒企注重培育渠道的做法,虽有利于推进订货,但是却因为忽略消费端而无法形成长效拉动机制。金徽酒在完成华东市场网络布局之后,显然将重心都投入到对消费端的培育之上来。

金徽酒立足酒文化传播,打造互动性与知识性兼备的酒王争霸赛;策划高质量主题回乡游,吸引数千名消费者走进塞上江南;举办品鉴盛宴,让消费者感受金徽的醇厚和滋味。华东市场正通过一系列创新举措,将品质、文化与正能量具象化,引领行业新风潮。

今年7至9月,“避暑胜地 陇上江南”回厂游活动火热开展,吸引数百名华东各地的核心消费者、意见领袖组成的探访团持续走进金徽酒生态厂区,亲眼见证了从原料筛选、酿造工艺到现代化包装的全流程,深入了解

金徽酒业对品质的执着追求,在400年国槐酒海感受金徽美酒的醇厚基因。

金徽酒特别为核心消费者增设了自调酒环节,让每一位到访者都能亲手调制出专属于自己的佳酿,丰富了游客的参与感和体验感,金徽酒将生态禀赋与匠心工艺巧妙结合,为消费者打造了一场集观光、学习、体验于一体的文化盛宴。

为了让爱酒者更懂酒,向更多消费者普及传统酒文化及如何品评一杯好酒,是金徽老窖酒王争霸赛举办的初衷。

酒王争霸赛持续在华东六省一市举办近百场,酒香四溢,透一场场品鉴的盛会更是酒文化传播的舞台,吸引各行各业酒爱好者同台竞技,三轮样品酒的实操环节——品度数、品质量、品发酵周期,让参与者深刻体会到了发酵时间对于提升酒质的重要性。金徽老窖正是在低温条件下,延长发酵周期,让香味物质快速积累,从而大幅提升原酒的品质。造就超长发酵180天的酒体,落口甘、入喉顺、散酒快。

此外,金徽老窖还深耕宴会场景,通过中秋团圆宴、婚宴、升学宴等宴席活动举办,深入线下消费场景,让金徽老窖成为宴饮“新载体”,巩固地方市场品牌竞争力。

全新广告深度布局 强化品牌认知

直达消费端的深入培育,与基于传播广度的“高空宣传”,在华东市场形成了空地一

至臻。封藏仪式是中国酒文化中尤为崇高的一环,表达出好酒的生态之美、品质之美、储藏之美,也见证了红太阳酒业坚守本源初心、践行文化使命的酿酒理念和发展之路。

嘉祥籍著名书法家、中国古代书法研究所所长晁岱双也应邀莅临出席,并为红太阳酒业捐赠了书法作品。酒助翰墨色,墨添酒气香,一幅幅极具收藏价值的墨宝丹青,为开窖节增添了书法艺术的魅力。随后,现场还进行了“乙巳蛇年纪念酒”首发仪式。作为红太阳酒业正式发布上市的首款生肖纪念酒,“乙巳蛇年纪念酒”是基于企业强大产能、储能、势能的基础之上,以更优品质、更好品相、更高品位匠心打造的高端新品,更是为了用一款具有纪念意义且寓意深远的好产品,倾情回馈广大忠实消费者。

“乙巳蛇年纪念酒”以“祥”为名,瓶体颜色采用故宫帝王红,彰显出高贵与吉祥之意。外观风格内敛沉稳、典雅尊贵,呈现出厚重、大气的视觉效果。其独特的设计、非凡的品质、美好的寓意、稀缺的数量,决定其具有很高的艺术价值、收藏价值与投资价值,也必将成为白酒爱好者和老酒收藏者追捧的佳品。

祥酒下沙 酱香再扩产能

红太阳酒业是北方最早的酱酒生产企业之一,也是中国酱酒产业发展的历史见证者和积极参与者,并以品质的高端引领性和文化的不可复制性,实现了市场地位的不断提升。为了更好地满足日益增长的消费需求,让更多消费者喝到中国的祥瑞之酒,红太阳酒业投资扩建的祥酒酿造新车间正式投产,标志着酱酒产能、储能规模的再提升。

在新车间举行的下沙仪式上,祥酒严格遵守传统酱酒酿造工艺,热水润粮、高温蒸煮、摊凉拌曲、高温堆积,随后入池封窖发酵。新落成的酿造车间里,下沙现场一片繁忙景象,氤氲的雾气之中,酿酒工人们以最传统的手工艺,展现出酱香祥酒最真实、最质朴的酿造场景。从1980年代研发上市至今,祥酒在长达四十多年的时间里,一直坚持传统手工酿造,培养了一代又一代专业酿酒匠人,让技艺在传承中不断精进提升。更为重要的是,在保持传统工艺精髓的基础之上,祥酒还进行了因地制宜的智慧创新,以更柔雅的酒体、更舒适的口感,开创了绵柔酱香的新风格,走出了一条与众不同的探索之道和成功之路。

传于心、匠于技,藏于品。红太阳酒业第六届开窖节的成功举办,不仅是一场精彩纷呈、亮点频现的文化盛会,也成为厂商之间凝心聚力、共筑美好的重大节日。也正是通过一年一度的开窖节,红太阳酒业以氛围营造、价值共鸣、深度传播的方式,成功塑造了一个企业专属的品牌IP,也为嘉祥和济宁打造了一张文化名片。站在新时代的当口,势能向上、动能向前的红太阳酒业,正在高质量发展的道路上,向百年企业的奋斗目标稳步迈进。

体化的有效结合,从而不断强化目标市场消费人群的品牌认知,塑造正能量的品牌形象。

金徽酒在华东六省一市,构建点线面结合的品牌传播网络,实现产品与品牌形象的深度渗透与广泛认知。

随着市场竞争加剧和消费者需求多样化的趋势和策略。根据《2023年户外广告行业投放趋势报告》显示,酒水品牌正通过户外LED、高铁站、电梯视频广告、地铁站和机场等多种渠道,加强与消费者的沟通、扩展品牌影响力。2023年金徽酒打造超级符号“金徽鹰”并应用在全系产品画面,截至目前金徽老窖全新广告在高炮、led、电梯灯箱、公交车等多个媒介落地。

金徽酒在华东六省一市持续投放品牌广告,以高炮广告在江苏、河南、安徽等地重点路段长期传达品牌形象;城市地标led在中秋国庆等黄金节点进一步强化品牌认知。金徽老窖更是强势登陆江苏交通广播网FM101.1《嗨喇叭叭早上好》等热门栏目,在早高峰时段由明星主持发声,借助媒体影响力,向广大听众朋友介绍金徽酒,将秦岭南麓森林河谷美酒区的品质传递给更多潜在消费者。

在体验升级、营销贴地的双驱驱动下,让金徽老窖口碑与热度双双攀升,双节期间更是迎来一波热潮。

作为金徽酒深耕华东市场的战略产品,定位中高端主流价格带,金徽老窖在商务宴饮送礼等场合占据了举足轻重的地位。

2024年3月,岁月臻金新品的推出,聚焦于高品位白酒消费需求,是金徽老窖在高端产品线上的又一次重要布局不仅补足了金徽酒在高端市场的产品空缺,也进一步提升了品牌的整体竞争力。近日,金徽酒华东市场推出更具质价比的产品——金徽福白酒,它不仅保留了金徽酒一贯的优良品质,同时更加贴近大众饮酒需求,进一步丰富了金徽酒产品线。未来金徽老窖将持续以品质为核心、文化为灵魂、正能量为动力,加大华东市场开拓创新的力度,为消费者带来更多优质产品与美好体验,也为行业的持续健康发展贡献力量。