

做中国企业的思想者

五粮液独家战略合作世界名酒 价值论坛

[详见 P2]



中国名酒登高望远 文化自信梦在蓝海

宋书玉理事长在中国白酒文化国际化活动上的讲话

[详见 P3]

酿在“河谷” 站在“山巅”

茅台集团甲辰年(2024)茅台酒节隆重举行

[详见 P4]

新闻快讯 | News bulletin

迎驾贡酒亮相第 21 届 中国国际酒业博览会

日前,由中国酒业协会主办的“第二十一届中国国际酒业博览会”在国家会展中心(上海)盛大开幕。作为中国生态白酒领军品牌,迎驾贡酒携旗下迎驾贡酒·大师版、迎驾洞藏及迎驾石斛酒等多款精品参展,以其独特的生态品质,吸引了各级领导、国内外客商及广大消费者的高度关注与广泛赞誉。

本届博览会展出面积达 6 万平方米,汇聚了来自全球的 500 余家知名企业和上千个酒类品牌,展品覆盖从“全球名酒”到“全产业链”的各个领域。大会以“世界名酒·共享荣耀”为主题,旨在促进酒类产业高质量发展,探索行业创新发展的新机遇,并为参展商与专业观众提供精准对接的机会。

迎驾贡酒展馆坐落于“中国白酒名酒展区”,其设计灵感源自汉朝建筑之庄严肃穆与宏伟壮丽,通过融合现代展示手法,将历史文化的韵味与品牌的独特魅力完美呈现给参观者。迎驾贡酒不仅展示了丰富的产品线,更注重传递一种文化体验,通过“产品+内容+场景+氛围”的综合展现形式,让每一位到场嘉宾,都能深刻感受到迎驾所承载的汉文化、礼仪文化以及对生态环境的尊重与保护。

多年来,迎驾始终坚持“大自然是最好的酿酒师”这一理念,致力于打造健康且受消费者喜爱的好酒。作为行业内率先提出并实践“生态酿造”概念的品牌之一,迎驾成功建立了涵盖“生态产区、生态水源、生态工艺、生态循环、生态储存、生态消费”在内的六位一体全生态产业链体系。同时,为了进一步推动中国白酒行业的可持续发展,迎驾还发起成立了中国生态白酒研究院,在不断提升自身实力的同时,也为行业发展贡献着力量。

世界名酒 共享荣耀 云门酒业飘香魔都

第 21 届中国国际酒业博览会于国家会展中心(上海)盛大启航。本届酒博会以“世界名酒 共享荣耀”为主题,聚焦酒类产业高质量发展,引导和探索酒类相关行业高质量发展目标和方向。

本届酒博会,云门酒业携旗下云门酱酒、云门陈酿等系列产品强势亮相,赢得了各级领导、客商及消费者的喜爱,展会现场圈粉无数。

悠久的历史、成熟的酿造工艺、独特的自然气候,让青州善酿的故事自古流传,《齐民要术》酿酒之法沿用至今,“青州从事”美酒雅称传唱千年,这些故事的背后不仅体现了云门酱酒深厚的文化底蕴,同时也再现了青州这座千年古城的历史风貌。

在中国白酒产业蓬勃发展的当下,云门酒业在牢牢把握白酒发展脉搏,紧贴消费新趋势的同时,抢抓新机遇,品牌、品类优势更加凸显,凭借硬核实实在众多参展企业中脱颖而出,全方位展示了云门酱酒的品牌魅力和文化底蕴。

行而不辍,履践致远。白酒作为飘香世界的“中国名片”,未来,云门酱酒将继续以酒为媒,展示中国白酒文化,讲好中国白酒故事,以实际行动助力酒博会向世界展示民族品牌的时代面貌,让世界共饮一杯中华美酒。(综合)

提倡“理性饮酒” 奔赴“健康生活”



中国白酒品牌观察员 许强

日前,由中国酒业协会主办,中国酒业协会酒与社会责任促进工作委员会承办的全国性公益活动“2024 全国理性饮酒宣传周”在全国范围内隆重启动,呼吁人们理性饮酒。无独有偶,在劲牌公司,近期连续召开了两场以“理性饮酒,健康生活”为主题的劲牌早会,劲牌董事长吴少勋亲自上台作主题发言,至此,劲牌又一次掀起“理性饮酒”的浪潮。作为一个以酒为主业的公司,劲牌劝人节制喝酒为哪般?

“正文化”诠释: “理性饮酒”不贪杯

“为什么不能酗酒?有很多、很多的道理,但终极道理是健康!健康最值得大家去遵从的。”9月19日,劲牌董事长在早上如是说,他的话引起了劲牌员工深深地思考。酗酒本身就是违背劲牌正文化的。劲牌正文化是以“正”为核心价值观的企业文化体系,以“健康人类”为宗旨。酗酒恰恰会威胁到身体健康,有悖于劲牌宗旨。

劲牌提倡的是“树正气、有担当、可持续”核心价值观。1953年10月,只有三名工人的劲牌始创,专门生产白酒,后来陆续研发出了滋补酒、保健酒、草本酒,劲牌做酒一直在

持续。按理说,酒企应该大肆宣传喝酒,才好卖酒。但劲牌却劝人理性饮酒,很多人不理解。其实,劲牌是希望通过不断地为消费者提供健康、高品质的产品和服务,助力提高消费者身体素质和生活质量。酗酒,显然违背了这一“健康”初衷。

近三十年,劲牌持续提倡“理性饮酒,健康生活”,“理性饮酒”成为劲牌正文化的重要内涵,引领着劲牌人奔赴“健康生活”之路。

21 世纪初,随着社会的开放和经济的发展,饮酒成为商务应酬和亲朋好友相聚必不可少的情感催化剂。中国有接近 60% 的饮酒人群有过量饮酒经历,所以,倡导“适量饮酒”,意义非凡!劲牌认为,改善国人饮酒状况,必须从文化思想上进行引导。于是,《劲牌十大健康饮酒指引》出炉,从“酒饮健康、言欢把酒、适量有度、浅斟慢酌、佐食细品、饮饮雅酌、频次间隔、年少忌饮、抱恙勿沾、饮则不驾”等十个方面娓娓道来,直击饮酒人群内心最深处,以此引导国人理性饮酒、健康饮酒。

产品硬使然: 少喝一点为健康

“毛铺草本酒,少喝一点为健康”。这是劲牌主导品牌“毛铺酒”通过央视给广大消费者的“理性饮酒”提醒。

据了解,劲牌与其他酒企最大的不同,就是始终遵循“好而不同,追求极致”产品理念,开发任何产品,都坚持要有健康内涵。按照中国食品工业协会副会长兼秘书长马勇的说法:“劲牌产品最大的不同在于草本精华。”

其实,不管是保健酒还是草本白酒,都是酒与草本精华融合的产物。劲牌产品“好而不同”的“硬核”,就是草本科技:即使用先进的科学提取技术,实现药材提取的精确化、精细化和精准化,能有效提取草本精华;利用中药指纹图谱技术,对每一味进厂原料药材进行检测,从源头严把原料质量关。

正是因为有一定科学配比的草本精华融入,劲牌产品具有了一定的健康内涵,也恰恰是因为中国劲酒、养生一号、参茸劲酒等酒中有草本精华,所以不宜多饮,因为当酒精与中药成分同时存在于肝脏时,过量饮用,会加重肝脏代谢降解的负担。

虽然,有权威机构研究认为,长期适量饮用中国劲酒有助于调节身体机能、增强免疫力等功能,但劲牌还是强调“理性饮酒”。

常言道,酒逢知己千杯少!爱酒的人喜好畅饮,如何满足爱酒人士的畅饮习性,又能减轻酒精肝损伤?

在本世纪初,劲牌就考虑在传统白酒中添加减少肝损伤作用的中药材,赋予传统白酒健康属性。

匠心传承 文脉永续 第十四届秦池九九酒文化庆典盛大举行

傅波

金秋十月丹桂飘香。值此甲辰龙年重阳佳节之际,以“匠心传承,文脉永续”为主题的第十四届秦池九九酒文化庆典盛大举行。此次庆典旨在弘扬中国传统文化,传承千年酿酒技艺,展现秦池酒文化的独特魅力。

活动现场高朋满座,喜庆满堂。山东省白酒协会原会长、著名白酒专家黄业立,山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐,中国食品发酵工业研究院首席专家、副院长王德良以及省内有关县市领导和客户朋友共计 400 余位嘉宾盛装出席,共同参加金秋开坛、追祖溯源、龙坛纪念酒发布、公益捐赠、成果展示、合作签约、盛世封坛、九九投粮等多项重要活动。

在欢快喜庆的“龙腾盛世”的开场舞后,山东秦池集团董事长胡福东首先致辞,对长期以来支持秦池酒业发展的各位领导和朋友们表示感谢。胡总介绍了秦池集团近年来在产品品质、品牌文化、产能储备、人才建设、产品结构等方面取得的成绩,并表示秦池酒业将继续坚持“立足点滴,酿造真诚,文化赋能,稳健发展”的经营理念,以酿造高品质白酒为使命,以打造山东酱香标杆产品为目标,不断进行文化建设和规模提升,为酱香产业的高质量发展贡献秦池力量。

临朐县委常委、宣传部部长、城关街道党工委书记刘莹有代表县委县政府对各位来宾的到来表示欢迎。他指出,临朐酒文化源远流长,秦池集团作为临朐县骨干企业,一直以来,不断创新产品种类,深挖文化内涵,践行社会责任,形成了底蕴深厚、独具特色的秦池酒文化。他希望各位来宾能够一如既往地关注秦池、支持秦池,让秦池美酒走进更多人的生活,并诚挚邀请大家多到临朐走一走、看一看,为临朐的发展多提宝贵建议。



山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐对第十四届秦池酒文化庆典的顺利召开表示热烈祝贺,他表示,秦池酒业作为鲁派六大酱香的标杆企业,近年来紧跟产业发展大趋势,在新一轮的白酒产业发展周期中,始终决策清晰,战略明确,保持健康稳定的发展势头。协会将全力支持秦池酒业不断挖掘和发扬品牌文化价值,助力鲁酒蓬勃发展。

金秋开坛品美酒

作为秦池传统,企业荣誉封坛是酿酒师们对时间、对自然的敬畏,更是对品质的极致追求。此次庆典,秦池特从酒窖中取出十年前为纪念“龙魂酿酒荣获山东省白酒行业产品质量金奖”而封存的一坛 55 度特级酱香酒,现场启封,与各位嘉宾共享这份时间的馈赠。这坛老酒历经十年陈酿,酒体更加醇厚丰满,酒香更加浓郁优雅,令人陶醉。

国家白酒评委、中国食品发酵工业研究院白酒中心副主任张娇女士对这款老酒进行了精彩点评,赞叹其酒体醇厚、香气幽雅、回味悠长,是酱香型白酒中的佳品。

追祖溯源续华章

九月九投粮下沙是秦池酒业的一贯传统。在这个具有深厚文化内涵的节日里,追祖溯源,以缅怀酒祖的丰功伟绩。通过线上线下同步进行的方式,让与会嘉宾和观众既能体

验到重阳节的独特魅力,又能领略到秦池酒文化的精彩纷呈。

在总经理王建伟带领秦池员工行祭酒神礼后,集团董事长胡福东登台诵读《祭酒神文》,秦池员工诵读《酒祖训词》,通过内容丰富、庄重神圣的仪式,充分展现了秦池酒业尊重自然、敬畏贤、承续传统的价值理念,以及对传承创新、酿一流好酒信念的执着坚守。

龙被视为中华民族的精神图腾和文明象征,代表着中华民族自强不息、奋斗不止的精神血脉。秦池龙魂酱酒自 1980 年问世以来,距今已走过 44 年风雨历程,喜逢甲辰龙年,秦池酒业隆重推出“龙魂酱酒·龙坛”酒,以致敬甲辰龙年。龙坛酒以龙图腾为设计核心,集四十多年酱酒技艺匠心打造,妙然天成。

此次庆典,秦池精选 9 坛特别编号的龙坛酒进行公益拍卖,并将拍卖所得善款五万元现场捐赠,以支持临朐教育事业。

中央电视台著名主持人、秦池品牌代言人赵保乐先生也通过视频送来了祝福,并为拍得龙坛酒的嘉宾赠送了亲手题写的“龙”字。

携手同心合作共赢

活动现场,中国食品发酵工业研究院副院长王德良回顾了秦池酒业与中国食品发酵工业研究院近几年合作的部分阶段性成果,并对未来发展方向进行展望。山东秦池酒业有限公司总工程师西玉玲与中国食品发酵工业研究院白酒中心副主任张娇女士签署新一轮合作协议,并代表秦池酒业向中国食品发酵工业研究院赠送龙坛纪念酒。

秦池酒业与智邦达营销管理咨询有限公司合作 13 年来,取得了瞩目的成绩;智邦达营销管理咨询有限公司董事长张健总结近年来秦池与智邦达合作取得的成就,并为秦池未来的目标做出规划。总经理王建伟与邦达

在葛根、枸杞等护肝原料成分的基础上,加上苦荞麦降血脂的健康功效,劲牌探索运用科学技术提取苦荞、葛根等草本精华,融入白酒中,并于 2013 年推出了毛铺草本酒。

后来,劲牌又研制出了毛铺草本年份酒,它融合了四川宜宾的浓香、湖北黄石的清香以及贵州茅台镇的酱香,形成了一口三香的独特风味,辅以苦荞麦、葛根、枸杞子等五味草本活性精华,酒体微黄通透,品味绵柔醇厚、尾净悠长,既有令人难以拒绝的独特口感,并能最大程度减少酒对人体的伤害。

健康饮酒: 劲牌一直在行动

这么多年,劲牌人不仅一直倡导健康饮酒理念,并付诸行动。事实上,劲牌开展“理性饮酒、健康生活”行动在 30 年前就开始了。“劲酒虽好,可不要贪杯哟!”

1989 年,劲酒问世,随后这句响亮的广告语,响彻大江南北,也让“健康”二字与劲牌深度绑定。那时,劲酒因为好入口,消费者喝多的情况时有发生,为了消费者健康,劲牌便开始倡导适量饮酒。

然而,实现“健康饮酒”道路既漫长且充满挑战。三十余载春秋更迭,劲牌始终如一,以不懈的努力,将健康饮酒的种子播撒至千家万户。自 2007 年起,“健康饮酒中国行”行动扬帆起航,它承载着“适量饮酒,健康中国”的崇高使命,通过科学的评估体系与深入的调研,精准把握中国民众的饮酒现状,并为民众提供健康饮酒科普支持。

而今,劲牌以“劲牌健康体验行”为桥梁,每年诚邀数万名消费者踏入工厂的大门,亲身体验健康产品的诞生之旅,感受那份源自源头的纯粹与关怀。

2023 年 5 月 20 日,“劲酒健康跑中国”在湖北省大冶市举行,劲牌为热爱运动、崇尚健康的人们搭建了一座连接的桥梁,全国 2000 多名跑友一起共创 520“劲”彩时刻,在各地掀起一股“健康生活”的热潮,传递着积极向上的生活态度与正能量。

日前,为了切实落实健康饮酒理念,劲牌继早会“理性饮酒 健康生活”召开后,制定了严格的“理性饮酒、健康生活”规章制度,广大劲牌人纷纷申请出战,积极争做健康饮酒“代言人”。

“理性饮酒,健康生活”,劲牌一直在坚持。

营销管理咨询有限公司董事长张健签署新一轮合作协议并赠送龙坛酒。

庆典现场,中国书协会员、东营市书协主席许好成先生,威海市政协原秘书长、中国书协会员、威海市中华文化促进会主席李富胜先生等书画家,也带来了自己的作品,为秦池酒文化庆典献礼。他们的作品或大气磅礴,或细腻婉约,与秦池酒文化独特魅力相得益彰。秦池酒业秉承传统、顺天应时、承接地利、天人共酿,才能成就一杯佳酿。庆典现场,秦池集团举行了盛大的封坛仪式。随后,主持人诵读了《秦池封酒赋》,将整个仪式推向高潮。

九九投粮寄情佳酿

盛世封坛后,总经理王建伟下达投粮指令,并将投粮令旗交给副总经理张德忠,在庄重的锣鼓队引导下,大家来到龙魂酱酒工坊共同观看秦池龙魂酱酒投粮下沙仪式,通过启辰、续醅拌粮、装甑、开甑等仪式,彰显酿酒工序的严谨细致,预示新一轮酿酒周期开始。

酒业总经理王建伟在午宴致辞中介绍了近年来秦池坚持“文化秦池、品质秦池、规模秦池、效益秦池”建设取得的成绩。他说,未来,秦池酒业将通过与中国食品发酵工业研究院、智邦达合作,在打造东方酱香个性化产品的同时,提高品牌影响力,并通过开创厂商共赢新模式,使秦池市场建设再上新台阶,再拔新高度,再创新辉煌!

午宴期间,嘉宾们畅谈交流,共叙友情,现场还设立了精彩的歌舞、乐器表演以及激动人心的抽奖环节,整个活动现场欢声笑语不断,大家举杯畅饮,共品美酒,气氛融洽而热烈。

秦池集团将以此次九九秦池酒文化庆典为契机,继续秉承“酿一流好酒,树百年秦池”的发展愿景,擦亮品牌,扩充规模,提升效益,为推动鲁酒振兴发展贡献秦池力量!

双汇熟食 SHUANGHUI DELI

三季肉,无异味

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:qj490@sina.com
企业家日报网:www.zqceo.cn 电子版:www.entrepreneurdaily.cn
官方微博:http://weibo.com/jrwbd http://weibo.com/qjrb