

《山东文学》 走进古贝春集团

为进一步提升山东武城文学创作水平,激发广大文学爱好者的创作灵感与热情,日前,在古贝春集团举办了“《山东文学》新时代文明实践文学志愿者服务队走进武城——文学课堂”活动。此次活动特邀山东省作协副主席、《山东文学》主编刘玉栋,山东省散文学会副会长、《联合日报》总编助理、专题部主任王川作为主讲嘉宾,为文学爱好者带来了一场文学的盛宴。

活动在古贝春集团科研报告厅举行,德州市作协主席邢庆杰,《山东文学》编辑王伯驹,武城县文联主席任杰燕,德州市作家协会副主席、武城县作家协会主席、古贝春集团党委副书记顾金栋,武城县作协会员以及《古贝春报》通讯员、古贝春读书会文学爱好者等40余人齐聚一堂,共同参与了此次文学盛会。会议由任杰燕主持。

活动伊始,邢庆杰主席在讲话中指出,文学是心灵的镜子,它记录着时代的变迁,承载着文化的传承。此次培训不仅是为了学习写作技巧,更是为了探索文字的力量,传递正能量,弘扬优秀传统文化。他鼓励基层创作者们要坚守初心,热爱文学,深入生活,发现灵感;勇于创新,尝试新风,积极交流,共同进步。

随后,王川主任以其深厚的文学功底和丰富的创作经验,为在场的文学爱好者们带来了一场关于散文创作的精彩讲座。他深入浅出地讲解了散文创作的灵感来源、创作方法以及文章的真实与虚构之间的微妙平衡,让在场的听众受益匪浅。

紧接着,刘玉栋主编也为大家带来了精彩的讲授。他结合自己的创作经历,分享了细节创作、人物刻画等方面的方法和技巧,并通过创作常见问题针对性提出了解决方案。他的讲授深刻而实用,赢得了在场听众的阵阵掌声和高度评价。两位作家精彩的讲解和独到的见解,让在场的文学爱好者们深受启发,收获满满。

顾金栋对两位作家的精彩授课表示衷心的感谢,并对活动进行了总结。他表示,通过此次文学课堂活动,广大基层文学创作者不仅加深了对文学创作的理解,还收获到了宝贵的实战技巧。他希望广大文学创作者能够始终保持一颗求知若渴的心,在不断学习中成长壮大,充分利用本土资源,挖掘身边的故事,创作出更多贴近实际、富有生命力的优秀作品。

此次“《山东文学》走进武城——文学课堂活动”的成功举办,不仅为武城县的文学创作者和爱好者们提供了一个宝贵的学习和交流平台,也为推动武城县文学事业的繁荣发展注入了新的活力和动力。相信在未来的日子里,武城县的文学创作事业将焕发出更加璀璨的光彩,为文学事业的繁荣发展贡献更多力量。

(文轩)

兰陵王 2024 沂水 半程马拉松圆满落幕

日前,由山东兰陵美酒股份有限公司独家冠名的“兰陵王 2024 沂水半程马拉松赛”正式拉开帷幕,此次赛事吸引了全国范围内23个省份、68个地级市的近5000名跑步爱好者齐聚沂水,共同点燃了这场激情四溢的跑步盛会。

临沂市体育总会常务副会长唐艳芳,沂水县委协党组书记、主席郭忠友,沂水县委常委、副县长王海娟,沂水县委常委、副主任庞秀英,兰陵美酒副总经理贾爽等领导嘉宾出席了开幕式,并为比赛鸣枪发令。

此次沂水马拉松路线以独特的自然风光和优美的人文景观为主。赛事路线穿越沂水城区,途经碧波荡漾的沂河及附属景区,风景如画的城市公园,让参赛者们在奔跑中尽享千年古县沂水的自然之美与人文风情。

兰陵王酒作为本次马拉松赛事的冠名赞助商,凭借着深厚的历史文化底蕴和对体育精神的深刻理解,全程助力赛事的筹备与举办,激励每一位参赛者挑战自我,勇攀高峰。这一举措不仅赢得了参赛选手的广泛认可,也赢得了组委会一致的好评与高度赞誉。

比赛经过激烈角逐,王昊、赵庆斌、宋文涛分别获得半程马拉松男子组前三名,陈为芬、卢亚晶、杨琳琳分别获得半程马拉松女子组前三名。

本届兰陵王 2024 沂水半程马拉松的成功举办,不仅为跑友和市民呈现了一场精彩的体育盛会,也让众多参与者及观众深刻感受到了兰陵王酒对体育事业的持久热爱与坚定支持,深度增强了广大消费者对品牌的认知度与好感度,实现了品牌价值的有效提升。

未来,兰陵美酒将继续发挥企业力量,积极承担社会责任,以此推动全民体育事业的全面发展。通过各项体育赛事与更多运动爱好者群体建立沟通的桥梁,全力支持“体育+文化”业态发展,为中国体育的繁荣发展贡献力量。

(馨文)

讲述毛铺草本酒的故事 开创新品类 倡导少喝点

■ 沈莉

今年10月25日,《人民日报》刊发劲牌有限公司旗下毛铺草本酒的故事,讲述了毛铺草本酒好在哪里。

劲牌有限公司是一家专业化的健康产品企业,坚持所有的产品及服务必须具有健康内涵。自1953年建厂以来,在传承中医药文化的基础上,逐步形成并拥有三大业务板块(保健酒、草本白酒、中医药),通过创新“草本科技”,打造健康产品,赋能企业高质量发展。毛铺草本酒是劲牌“草本白酒”业务板块的核心产品品牌。毛铺草本酒坚持差异化策略,自2013年上市以来,通过产品品质极致打造,做足做实草本健康内涵,开创新品类主导标准建设,始终倡导“少喝一点”理性饮酒,积极为“健康中国”战略贡献力量。

毛铺诞生 源自“要对身体好”的初心

劲牌一直坚持自主酿造原酒,其中清香型白酒在公司总部湖北省黄石市本地酿造,71年来从未中断。

1998年起,随着保健酒业务发展,清香型原酒需求量加大,劲牌开始重新寻找水源扩建酿酒基地。劲牌人沿着湘鄂赣交界的幕阜山脉,找到7处溶洞泉水,并选定位于黄石市大冶市灵乡镇南部的“毛铺村”,建设首个原酒酿造基地,取名为“毛铺酒庄”。

毛铺,是位于长江中游、幕阜山脉中的一个村落,这里有山有水,植被茂盛,微生物丰富,后被白酒专家誉为“酿酒的世外桃源”;毛铺,是劲牌2000年注册的一个商标,这个产品商标历经“十年磨一剑”的研发探索,成为白酒与草本融合的传承者和创新者。

中国草本酒历史悠久,从殷商时期就有了草本酒雏形。劲牌从20世纪80年代开启保健酒差异化发展之路,2002年又开创性地提出赋予白酒健康内涵,并不断探索。

为什么要赋予白酒健康内涵?基于劲牌人自己和消费者的一个“痛点”,就是白酒“喝多了伤身体,不喝伤感情”的应酬烦恼,给劲牌产品研发人员带来了一个“健康”课题:一定要开发一款“对身体好”的白酒。

在研发人员不断努力下,劲牌相继于2010年、2012年获得两项国家发明专利《抗酒精性肝损伤的护肝白酒及其生产工艺》和

《一种具有降血脂功能的苦荞酒制备方法》。在此基础上,2013年,毛铺草本酒(时称毛铺苦荞酒)诞生。该产品通过技术提取从苦荞麦、葛根、枸杞子、桑叶、针叶樱桃果等草本原料中萃取得有效活性成分,并添加到基础白酒中而制成。

品质打造 好酒+草本科技带来好体验

毛铺草本酒上市以来,因其融合了清、浓、酱三香原酒,还添加了苦荞麦、葛根等草本精华,独特口感和体验受到消费者青睐。

在原酒资源上,劲牌不仅在湖北省黄石市建设了清香型原酒酿造基地,还秉承“好酒要到原产地去酿”的原则,相继在四川省宜宾市、贵州省遵义市茅台镇建有浓香、酱香等基础香型原酒酿造基地,并在湖北省大冶市建设超30万吨陶缸酒库,以充足产能和存量保障产品品质。

“酒是陈的香”。2021年12月28日至9日,来自中国酒业协会、方圆标志认证集团、浪潮智盈数科的专家组,对劲牌年份酒进行现场认证封存。劲牌成为第一家由中国酒业协会和第三方机构监管进行真年份认证的酒企。2022年5月份上市的毛铺草本年份酒产品,每一瓶的原酒年份均可扫码溯源。

好原酒是好体验的基础,但劲牌通过“草本科技”的赋能,让消费者体验好上加好。劲牌历时10多年,在全国逐步建立了46个地道药材直供基地,运用自主研发的“中药指纹图谱技术”和“中药科学提取技术”,实现草本原料的质量把控和精确提取。

近年来,劲牌在坚持自主研发的同时,整合全球优质科研资源,与国内外20余家科研院所(机构),在产品安全、质量、作用机理等领域开展多项科研攻关工作。

比如,摄入人体内的酒精,90%都是通过肝脏来代谢,酒精(乙醇)先氧化成乙醛,乙醛又氧化为乙酸,最后代谢成二氧化碳和水,排出体外,这个代谢的过程离不开酒精代谢酶(乙醇脱氢酶和乙醛脱氢酶)。2018年,劲牌委托华中科技大学同济医学院开展了相关研究,结果表明毛铺草本酒中的苦荞黄酮等草本活性成分,能够显著提升人体内两种酒精代谢酶的生理活性,特别是乙醇脱氢酶的活性可以提高56%左右,乙醛脱氢酶的活性可以提升33%,酶的活性提升了,酒精代谢自然就会加快,所以

“国运”飘香 2024 全球华人高尔夫邀请赛

日前,“2024全球华人高尔夫邀请赛”在四川成都隆重举行。在本次全球华人高尔夫邀请赛上,来自世界酱香白酒核心产区中国贵州茅台镇的“国运”牌酒作为全球华人高尔夫球邀请赛指定用酒,亮相赛场,受到了来自世界各地参赛华人的广泛关注和追捧。作为本次活动协办方贵州国运酒业以“国运”牌高尔夫酒为媒介,助力全球华人高尔夫爱好者交流切磋的同时,向世界传播中国优秀白酒文化。

此次亮相的这款“国运”牌酱香型白酒来自贵州茅台茅台镇,由贵州仁怀宏盛酒业生产,“国运”牌全球华人高尔夫邀请赛定制酒首席质量官席玉,长期致力于蒸馏酒工艺技术应用研究近30年,担任四川大学食品与微

生物国际联合研究中心客座教授,贵州大学酿酒与食品工程学院客座教授、硕士生导师,是茅台酒标准制定者白酒科学家周恒刚先生的嫡传弟子,被业内誉为“舌尖上的艺术家”。

席玉表示,中国酱香白酒的生产对酿造环境的依赖性强,其复杂的工艺及技术具有深厚的文化底蕴酱香型白酒的工艺设计总结制定可以说是巧夺天工,是璀璨的中华文明重要组成部分。可以这样认为,茅台镇比作是勃艮第产区的话,那么我们的这款“国运”酱香白酒就是中国的“罗曼尼康帝”。

“从2013年我们与全球华人高尔夫协会的合作至今有十场赛事,交了五湖四海的华人华侨朋友传播并普及了中国白酒文化,也传递了我们对全球华人华侨朋友的美好祝



愿,其产品质量和品牌受到全球华人朋友的肯定。本次活动再次让海外华人朋友享受到了这款优质的“国运”酱酒,我们以酒为媒,口碑相传为全球华人架起沟通交流商务的桥梁,让中华美酒飘香世界!”席玉如是说。

品类创新 以标准助力行业高质量发展

“草本白酒”这一新品类概念,是劲牌在2022年5月率先提出的。2024年9月13日,在“毛铺草本中国行”第二季启动仪式上,中国酒业协会发布了《草本白酒》团体标准,该标准于10月13日起正式实施。

“草本白酒,是中国传统白酒文化与现代健康理念相结合的产物。”中国酒业协会露酒分会秘书长王旭亮介绍,随着消费者对健康饮酒理念的日益重视,以及酒类市场不断细分和升级,草本白酒作为新型酒类产品深受市场青睐。但随着市场的快速发展,行业对这类产品的认知还不够,限制了这类产品的高质量发展。

2024年1月,劲牌率先提出了《草本白酒》团体标准立项需求。经中国酒业协会团体标准审查委员会批准立项后,劲牌组织行业20多家单位,历经多轮研讨、分析,并广泛征求行业内外专家、企业以及消费者的意见,最终形成了这份团体标准。

“《草本白酒》团体标准的制定,不仅是对传统酿酒技艺的尊重与传承,更是对创新精神的弘扬与实践。”王旭亮认为,该团体标准的实施,将有力推动草本白酒行业的技术进步和产业升级,促进草本白酒市场的繁荣与发展。

团体标准是我国标准体系的重要组成部分,能够填补市场标准的空白,特别是在国家标准和行业标准未能覆盖的新产品、新技术领域,团体标准可以及时保障产品和服务的质量。目前,《草本白酒》行业标准立项答辩已在劲牌举行,“团标”升级“行标”指日可待。

有高标准才有高品质。2024年1月,由劲牌主导参与的《苦荞酒》行业标准,历经5年,最终由工业和信息化部批准正式发布,并于7月1日正式实施。截至目前,劲牌共制定6300

余项企业标准,覆盖全供应链,其中技术标准3900余项。

品牌价值 践行倡导“少喝一点为健康”

劲牌积极响应“健康中国”战略,以“健康人类、永无止境”为企业宗旨,以消费者健康事业为立企之本,通过提供健康产品和服务,致力于成为世界一流的健康产品企业,树百年品牌,做百年企业。

健康事业不仅需要健康的产品,更需要健康的文化。劲牌汲取中华民族优秀传统文化,结合企业经营实践,提炼总结了“正文化”体系,企业坚持“树正气、有担当、可持续”价值观,员工坚持“做正直的人,做正义的事”。

在“正文化”引领下,劲牌专注走健康事业的道路,以消费者为中心,追求产品的健康内涵和价值。毛铺草本酒基于其“三香融合又有草本精华”的产品特性,结合《论语》“君子和而不同”思想,赋予了毛铺草本酒“和而不同”品牌价值主张。“和文化”也成为劲牌“正文化”的注释之一。

“和而不同”的草本毛铺酒不仅体现在产品上,更体现在文化上。劲牌从1993年“劲酒虽好,可不要贪杯哟”广告语开始,始终坚持传播“不贪杯”理念。毛铺草本酒上市后,同样将“少喝一点为健康”作为宣传广告语,一直倡导消费者健康饮酒。

2024年9月13日启动的“毛铺草本中国行”第二季活动,相继落地南昌、长沙、宁波、深圳、武汉等地,旨在在“健康中国”战略背景下,将劲牌一直倡导的健康饮酒理念,持续传递给消费者,并让消费者认识和体验到草本白酒创新产品。

未来,劲牌将坚持加强品牌建设,不断提升产品力,在持续强化保健酒业务的同时,大力发展草本白酒业务,坚持差异化策略,赋予草本白酒健康内涵,践行倡导健康饮酒,将毛铺草本酒打造为国内外草本白酒知名品牌。

愿,其产品质量和品牌受到全球华人朋友的肯定。本次活动再次让海外华人朋友享受到了这款优质的“国运”酱酒,我们以酒为媒,口碑相传为全球华人架起沟通交流商务的桥梁,让中华美酒飘香世界!”席玉如是说。

贵州国运酒业总裁姜波表示,该公司为本次活动打造的“国运”高尔夫指定用酒,是响应贵州省委省政府提出“黔货出山、黔酒出海”号召的积极表现,是“国运”品牌融入贵州省“十四五”规划,打造世界酱香白酒产业集聚区,努力实现2025年全省白酒产量达到60万升,白酒产业总产值达到3000亿元,是为努力实现培育一批打造一批贵州省级以及国家级白酒知名品牌目标,所做出的不懈努力。

活动现场,参赛队员在美食的陪伴下尽情地挥舞球杆,体验本次四川行的魅力。美国侨领孙渝今说:“来自五湖四海的华侨华人因高尔夫运动相聚于此,以成都为视窗,窥见并了解中国的新发展、新变化。这对团结世界华人力量、传播中国文化软实力具有重要作用。”

此次活动由全球华人高尔夫球协会主办,全球华人高尔夫协会创会主席江启光先生为国运酒业总裁姜波、国运酒业首席质量师席玉颁发特别贡献奖。有来自美洲、欧洲等地近180位侨胞参加。自2012年起,该协会已在中国多个城市举办高尔夫相关活动,满足海外侨胞了解中国的需求。

(酒讯)

河北地产老名酒燕南春封藏大典举办

■ 李德美

“猫韵金秋 盛世华章”。日前,由廊坊市文化旅游协会、廊坊市酒行业协会主办,永清县文化旅游协会协办,燕南春集团承办的“2024廊坊第五届白酒文化节暨燕南春秋酿原浆封藏大典”在永清宴饮民俗文化博物馆隆重举办。

回溯匠心历史,激活冀酒文脉。作为河北地产老名酒品牌,燕南春已经成为廊坊地区白酒的优秀代表;作为弘扬廊坊白酒文化的平台,廊坊白酒文化节已成为燕南春集团的文化传统;作为一年一度的燕南春秋酿封藏大典,已形成了特色鲜明的燕南春酒文化IP,展现了极致价值的产品力和磅礴向上的品牌力量。

文化为强引擎 传递长效价值

燕南春酒业始建于1968年,现已发展成为集白酒、葡萄酒、纯净水的生产与销售,商超零售,房地产开发,农业开发,山地投资,养老产业,文化传媒和工业旅游为一体的集团化企业。

历经岁月荣光,燕南春人志存高远。燕南春集团董事长王勇先生致辞中表示,燕南春人脚踏实地,愿用百倍的信心、无比的诚信、无私的奉献、百折不挠的精神,与社会各界携手同心,互惠发展,为社会的发展贡献自身的

力量。

用文化做酒,用文化做事。燕南春饮食文化、白酒文化、旅游文化叠加融合,持续发展,白酒销量不减,景区连连升级,游客络绎不绝。对此,廊坊市人大原秘书长、廊坊旅游协会名誉会长王路敏在发言中感叹,每届文化节都有新感受。喝燕南春酒,品燕南春人品,喝得踏实,喝得放心,越品感觉越好。

燕南春秉承“根植廊坊、辐射河北、放眼全国”的发展战略,致力于弘扬中国白酒文化,燕南春白酒文化得到中国酒业协会名誉理事长王延才的肯定,他指出燕南春每一年的封藏都是一次创新、一次创造乃至一次创举。并表示中国酒业协会将一如既往地支持廊坊白酒产业的发展,搭建更多的交流合作平台,共同推动中国白酒产业的繁荣。

现场,永清县文化广电和旅游局党组书记、局长田光明向来宾分享了燕南春感恩回报社会的责任和担当精神。

封藏专属名片 燕南春 1968 新品上市

燕南春匠心酿好酒,凭借卓越的创新精神实现企业跨越式发展,在白酒行业犹如一颗冉冉升起的明星。

聚焦燕南春酒的品质与工艺传承,中国食品促进会发酵食品专委会专家顾问、酒界泰斗周恒刚之女周心明向与会领导和嘉宾讲解燕南春酒品质及生产工艺,让大家深入了



解其背后的精湛技艺和严格标准。

秋酿原浆,盛世封藏。在激昂的酒杯曲中,18名工人抬着9坛封坛酒隆重入场,封藏大典仪式正式举行,这一庄重的仪式象征着燕南春酒对传统工艺的坚守和对品质的极致追求。

合作才能共赢未来。现场举行了燕南春专属窖池揭牌和证书颁发仪式。经销商和企业代表也分享了他们与燕南春合作的经验和成果。

文化节,不仅是秋酿原浆的封藏大典,同时也是是一款新品燕南春1968上市的重磅发布会。

燕南春集团销售公司总经理张剑奎推介燕南春1968产品的命名含义,一是为了纪念燕南春酒业1968年建厂的时间节点;二是为了缅怀我国酒界泰斗、燕南春酒业创始人周恒刚老先生。

在品质上,燕南春1968,按照“准、稳、细、净、匀、透、适、低”八字酿造技术要求,采用单粮小窖发酵,在传统的老五甑工艺的基础上

加以创新,并采取桶式蒸馏,缓慢提香,经历100多道酿造工序,使酿造出的酒质更加绵甜、柔和,形成了燕南春1968独特的轻醉快醒、绵甜柔和的浓香小窖珍品。

“透视”文化节魅力 燕南春增强品牌输出动力

在这个金秋时节,燕南春酒业以其独特的魅力与大家一同品味酒中乾坤,感受那千年之韵与岁月共同交织的美妙绝伦。

为弘扬和传播社会正能量,燕南春集团致敬“廊坊市道德模范”,有5名廊坊市道德模范代表登上舞台,接受燕南春集团的崇高敬意和特别赠礼。

来自著名艺术家李金斗、付强、秋裤大叔、杨佳东等表演的相声、歌曲、快板、舞蹈等精彩节目赢得掌声阵阵,不断推动文化节走上高潮。

记者关注到,本届文化节的成功举办,在燕南春发展历程中再次落下浓墨重彩的一笔,具有里程碑意义。一方面,在多维文化赋能下,“燕南春”的文化内涵正日益多元、丰满,更有感恩的温度内涵。另一方面,廊坊白酒文化节已经成为赋能燕南春品牌长线输出的驱动力,不仅有持续5年的持久性,更有“利他”互惠之心,因而具有长久的生命力和竞争力。

路途遥遥,时光泼墨。燕南春人砥砺前行,不断谱写酒文化旅程的新华章。