黔酒中国行剑指四城 贵州白酒推广进入第二季

经过三年左右时间的调整，中国白酒产业的发展已经逐步进入 2.0 时代。新常态下的中国白酒，宣告着品质生活和消费者主权时代的到来。对大多数中国白酒企业来说，新的机遇已经呈现，新一轮的发展周期已经到来。

贵州白酒军团已经扬帆起航，黔酒整体推广进入全国纵深阶段。据悉，由贵州省人民政府主办，贵州省经济和信息化委员会和贵州省工商联共同承办的“走遍大地神州 醉美多彩贵州”——2015 黔酒中国行全国宣传推介活动即将开启第二季的华丽篇章。

黔酒中国行是贵州省人民政府组织有关单位和部门重点打造的一张贵州白酒在全国推广的名片。2014 年，黔酒中国行已经走过华北、华南和西北三个区域，通过北京、广州和兰州三场高规格、大规模和实效性的推介活动，贵州白酒在全国刮起了“醉美贵州”的风暴。黔酒中国第一季的推广取得了行业的瞩目、优质渠道商的合作和兄弟省份的关注。

2015 年黔酒中国行的全国推广除了继承和延续去年的成功之处外，今年又结合新的趋势增加了不少亮点和看点。

一是覆盖区域更广泛，2015 年黔酒中国行将走进山东、河南、浙江、江苏等中国白酒主销区，将在中国白酒最大的消费版图里继续刮起醉美贵州的风暴；

二是规格更高，今年的黔酒中国行主办单位已经升级为贵州省人民政府，今年带队的省领导将由常务副省长和分管副省长分头推进；

三是配套活动丰富，2015 年除推介活动外，还将掀起黔酒中国行的姊妹篇——举办“黔酒达人”的全球评选，通过在全球范围内国外寻找 9 位“黔酒达人”、国内评选 99 位“黔酒达人”，通过“黔酒达人”的评选的系列活动贯穿全年；同时，贵州主流白酒企业在全国市场内将同步开展各自的各种系列的“中国行”活动，将贵州白酒的整体推广达到高潮；

四是注重线上推介和黔酒粉丝的打造。2015 年组委会将和全国性和行业内的主流新媒体结成战略联盟，共同打造线上的“黔酒中国行”活动，将全国和活动现场关注贵州白酒、喜爱贵州白酒的粉丝进行互动，在线上同步开展“黔酒中国行”的系列活动；

五是推介对象更加聚焦和精准，2015 年的黔酒中国行将由国酒茅台引领，重点推介贵州十大名酒企业、十大名酒提名奖企业和部分重点企业，重点扶持董酒、习酒、金沙、国台、珍酒、青酒等黔酒军团中的种子选手；

六是活动参与对象更加丰富，每个区域的推介活动，将邀请主流电商企业组建黔酒电商联盟，邀请全国酒水主流经销商组建黔酒超商采购联盟，邀请当地的业外的大型企业商超等组建黔酒直供联盟，构建多层次、采购实效性强的合作联盟和组织。

新时期、新常态、新机遇，百舸争流，千帆竞过；在贵州省委省政府有关贵州白酒的“一看三打造”的顶级设计下，在贵州以大生态产业工业强省的大战略下，2015 黔酒中国行全国宣传推介活动，将带领黔酒军团在全国市场醉美贵州，畅饮神州。

（华夏）

当山水之美邂逅酒文化……

■ 杨芊芊　杨林

7 月 15 日，来自贵州省质监局的消息称，贵州省最近有 40 个地理标志保护产品纳入“中国地理标志产品大典”编纂目录，贵州茅台酒列入其中。

这则消息让“地理标志产品”的概念再次出现在人们的视野中，关于“地理标志产品”，其大致的定义为：指产自特定地域，具有一定质量、声誉，经审核批准以地理名称进行命名的产品。白酒行业中众多品牌都早已在“地理标志产品”中占有一席之地，除了其本身的工艺价值和人文因素外，各品牌产区的独特的地域环境也是重要因素之一。

山清水秀，人杰地灵，这些词用来形容被列入“地理标志产品”的白酒厂区一点都不夸张。当秀丽的山水之美和浓郁的酒文化结合在一起时，定然会是一番独特的体验，好吃好喝好看的，让笔者一一为你呈上……

酱酒飘香，“醉”在仁怀

长江上游的赤水河畔，“中国酒都” 仁怀是“国酒茅台”的产地，也是中国最大的酱香型白酒生产基地，流芳溢彩、博大精深的国酒文化是“茅台之旅”的亮丽品牌。

好看：仁怀有规模最大的酒文化博物馆——国酒文化城，有最大的摩崖石刻汉字——美酒河，还有红军四渡赤水战役旧址。更有大自然鬼斧神工之下“两山对峙、一水中流”的独特地域环境，一定让你不虚此行。

好吃：三把鸡，洋芋粑粑，糯米饭，合马羊肉，这些典型的贵州仁怀菜，来了一定要尝的。

好喝：来到了茅台镇，当然要喝茅台酒。不过仁怀可不止茅台一家酒企，还有国台、酒中酒、怀庄等著名的酱香酒品牌，游客可以根据自己的喜好进行选择。

赏天府美景，观 600 年历史传承

成都素有天府之国之美誉，美酒更是不计其数。五粮液、泸州老窖都有几百年历史的老窖池。如果图方便，在成都市区，你也可以看到获得国家地理标识的水井坊遗址。

水井坊博物馆是以传统工业遗址和酒文化为展示主题的公益性博物馆，该博物馆系统性地保存了 600 年历史的水井街酒坊遗址，并以真实的生产场景再现 600 年历史的水井坊酒传统酿造技艺，是将实际生产过程和展示陈列完美融为一体的“活”的博物馆。在这里，600 年历史沧桑被浓缩成一幅永恒的画卷，向世界展现着中国酒文化亘古不变的传奇。

好看：水井坊博物馆，杜甫草堂，西岭雪山，洛带古镇。

好吃：吃在四川，钟水饺、龙抄手、夫妻肺片、廖排骨、棒棒鸡.....成都的名小吃数不胜数，单单看到名字都快让人流口水了。来到成都，必能享受到一场饕餮盛宴。

好喝：除了水井坊酒之外，周边的泸州老窖、剑南春等也是白酒界的巨擘，绵软甘洌，香味协调的浓香型白酒，定会让爱酒、懂酒的你，体会到川酒的无穷魅力。

你也许喝过酒，但你不一定真正去酿造白酒的地方游览过，当酒文化和风景的结合起来时，这样的体验一定别有风味吧。恰逢暑假，如果你还在为去哪儿旅游而纠结，不妨试一下笔者讲的这几个地方。

五粮液加速推进国际化战略

中国白酒有着数千年的酿造历史，酿造技艺独特，酒文化已成为中国文化的符号。

对此，五粮液集团公司董事长唐桥有着深刻的认识：中国白酒要真正走向世界，口感不是问题，关键是要解决消费文化、消费场合、消费方式的问题。软实力是承载“中国的五粮液世界的五粮液”梦想的重要支撑，也是五粮液走向世界的核心竞争力。五粮液要用五千年的东方文明“醉倒”外国消费者。

“中国白酒走出国门，就应该巧妙地把中国酒文化与当前世界商品经济发展和社会文明进步紧密结合，把传统文化和现代生活紧密结合，努力开拓，保持和发扬优秀的中国酒文化；就应该坚持白酒传统的酿造工艺与现代科技相结合，保持独特风味口感与符合国际食品标准相结合；让各国消费者了解中国文化、体验中国人的生活习俗，进而接受中国白酒，喜爱中国人的饮酒方式。”五粮液股份公司董事长刘中国有着同样的、深刻的见解。

事实上，五粮液的推广方式赢得了不少海外消费者的肯定。在米兰世博会上，五粮液展区以明清风格营造出中式传统文化的浓郁氛围，并首次采用多媒体人机互动方式。

中国企业联合馆执行委员会主任陈安杰说，“五粮液独具风格的展示让参观者感受到中国传统文化的博大精深。”

对于五粮液来说，“走出国门，走向世界”，实则历时久矣。

早在出兵开拓海外市场之前，五粮液酒就以国内消费者托运、赠送等方式远赴海外。近年来，为加大海外市场拓展步伐，五粮液积极参与中国出口商品交易会、国际投资贸易洽谈会等活动，并主动与 DFS 环球免税集团、美国百富门集团、韩国乐天集团等渠道建立合作。同时，五粮液积极参与国际交流，让世界了解中国传统文化的魅力。

从 2008 年，五粮液启动欧美市场广告投放。2010 年底，中国香港旗舰店开业。2011 年，五粮液携旗下五粮液封坛酒、五粮液、六和液、五粮春、仙林青梅实酒全线产品亮相第九届韩国首尔国际酒类展览会。2013 年 11 月，五粮液股份公司董事长刘中国受邀参加威尔士亲王查尔斯王子殿下的 65 岁寿宴，并在英国国会举行了“五粮液品鉴会暨赠酒仪式”。2015 年 6 月，五粮液与英国爱乐乐团正式签约，成为爱乐乐团全球首席战略合作伙伴。目前，五粮液已与美国、英国、日本等 100 多个国家和地区建立了购销关系。

“国际市场是中国白酒未来的新增长点，五粮液必须抓紧研究、探索。尽管五粮液早已遍布五大洲，但近年来公司在‘稻米文化圈’之外密集举办品鉴会、投放五粮液广告，这是前所未有的。”五粮液集团公司董事长唐桥指出，“我们的第一步，是对准 7000 万海外华人市场。第二步，便是‘稻米文化圈’市场，因为这些国家的白酒消费水平很高。然后，会有秩序、有计划地进驻欧美市场。”

业内人士分析称，五粮液加大海外市场的推广力度，反映出此时五粮液海外战略拐点性变化，虽然这个过程是艰苦的，但也是中国白酒企业开拓海外市场必须面对的挑战。

（庆改）

2015 年 1–5 月四川酒行业份额稳居全国第一

7 月 17 日，四川省白酒产业转型升级发展推进工作会议在宜宾市召开。据悉，今年 1–5 月，四川省累计生产白酒 152.4 万千升，同比增长 5.8%；共完成主营业务收入 791.69 亿元，同比增长 1.45%；利润总额 73.28 亿元，同比减少 5.67%，降幅同比收窄 26.13 个百分点，行业份额稳居全国第一。

四川省经信委主任陈新有认为，“全省白酒产业主动适应新常态，加快调整步伐，逐步向以中低端为主的产品结构、注重产品质量、倡导价格合理回归和大众消费转变，行业呈现筑底回稳态势”。

（北京商报）

四川江阳白酒产业逆势前行

近年来，白酒行业陷入“冰谷”，但四川泸州江阳区酒业发展的探索却并未止步，紧紧围绕“产业转型发展年”工作主题，通过技改创新、转型升级、政策扶持推动酒企攻坚克难，“三力合一”抓白酒产业转型和扩能，使该区酒业保持了良好的运行态势。

技改创新增效益

7 月 24 日，笔者走进古泸春酒业有限公司基地迁建技改项目现场，酒厂建设已初具规模。古泸春酒业计划投资 1.5 亿元，实现白酒酿制、灌装生产规范化、现代化，以及污水处理系统先进化。“现在 6 个酿酒车间已完成 4 个，2 个包装车间即将投入建设。”总经理张世锐对公司未来发展充满信心。

项目建成后，古泸春酒业将年产固态酿造优质白酒 4000 吨、灌装白酒 1200 万箱，预计实现年销售收入 2 亿元以上，实现年利税 5000 万元以上，新增就业 200 人以上，为江阳区经济发展注入新活力。

为度过白酒行业的“严冬”，众多酒企逆流而上，通过技改创新，助企业拓展市场、开发新产品一臂之力，为其增长“后劲”与“底气”。

泸窖酒业 (集团) 有限公司是江阳区一家白酒小巨人企业。为扩大生产规模，该公司于去年实施了综合性车间改扩建工程，项目总投资 3500 万元，将扩建窖池 200 口，改扩建两条自动化白酒灌装生产线。项目完成后，将新增白酒酿造产能 500 吨、白酒包装产能 1800 吨。

一直以来，江阳区通过走访调研、办公会议、座谈讨论等形式，积极加强政府和企业之间的沟通交流，促进政府发展思路、发展战略与企业发展目标、经营策略的对接，并努力搭建管理创新服务平台，与省管理咨询委员会建立了对接机制，依托省管理咨询服务平台和国际劳工组织 SCORE 项目推广，推动入园企业产品创新、管理创新、技术创新，促进可持续发展。

转型升级提升竞争力

“转型升级不单指技术创新，还包括营销策略、业态环境等要素，因此提升自主创新能力需要从多方面入手。”赖公酒业有限公司总经理喻明建说，“川酒历史文化源远流长，集酿造、生态、文化、旅游为一体，公司打造成历史底蕴深厚的旅游酒庄是我的愿望。”

赖公酒业潜心建设，完善赖公亭、漕溪楼等文化旅游酒庄布局建设，提升产业内涵和附加值，并推陈出新，以定制酒、特色鸡尾酒亮相市场，随之订单像雪片一样飘来。

今年以来，江阳区主动应对酒业发展新挑战，大力强化酒类企业政策帮扶，出台了金融支持酒业发展 10 条措施，引导企业调整产品结构，创新营销模式。

“信息时代发展潮流倒‘逼’企业探索多维销售，许多企业开始线上线下整合渠道。”喻明建说。近两年，不少企业纷纷向互联网“投怀送抱”，拓展网络营销、微信营销业务，打造“互联网+”泸州品牌，并参加天府网交会、天虎云商等省、市电商交易平台，其中泸州老窖特曲 60 版、80 版及大曲酒半年销售额达到 106.81 万元。

与此同时，赖公高淮、吴家酒业、汇元酒业、金窖醇酒业等 4 家地产酒企已入驻老酒客品牌体验馆，打造江阳地产酒免费展场，实现政企资源共享、合作共赢模式，拓展产品市场。

政策扶持破除发展障碍

两年前，古泸春酒业有限公司打算从泸县搬迁到江阳，但白酒行业遇“冷”，开始有点犹豫。当了解到区委、区政府以“有形之手”助推酒业发展时，公司随即开始搬迁。

“政府不仅要给企业政策扶持，更重要的是要加强宏观经济环境的建设，为企业发展提供良好的外部环境，破除发展障碍。”区酒业局负责人说。

江阳区积极搭建综合咨询服务平台，完善园区投融资、财税、法律、人力资源、企业认定、项目申报、咨询认证等综合服务功能，建立窗口对接机制，助推企业上档升级。1 至 5 月，酒业园区完成形象投资 6050 万元，累计完成产值和服务性收入 152 亿元。

扩大销售，是振兴白酒的重要砝码，江阳区谨记在心，认真落实签约项目。在酒博会上，江阳区泸郎窖酒、国池酒业、千年酒业等 42 家重点酒企及经销商参加酒博会，落实酒类销售签约项目 21 个，签约金额 25.13 亿元。同时，该区积极促进入园包材企业的供销项目签约，中科玻璃、海普制盖、泸州裕同等 17 个酒类包装（包材）供销项目成功签约，签约总额 13.9 亿元。

做大做强产业，需要加大企业培育力度，围绕这一思路，江阳区成功推荐 3 家酒类企业申报省级“小巨人.成长型.专精特新”企业，现正等待省上审批。

江阳区还积极为企业争取 2014 年全市酒业发展奖补资金，其中会展补助 3 家，新建窖池 3 家，奖补金额合计 44.7 万元，并为符合工业企业贷款贴息条件的山村酒业申请到 30 万元贴息补助。

（谢玉丹）

郎哥在贵州都匀市场打响布局招商第一枪

继 2015 年 7 月 12 日，郎酒集团在成都举办唯一新品郎哥上市发布会之后，7 月 27 日下午，郎哥在贵州黔南州都匀打响了市场布局招商的第一枪。来自黔南州的 300 多家经销商和新食品杂志、糖酒快讯、贵州商报、贵州都市报等媒体参加了此次新品上市发布会。

郎哥是郎酒集团近三年来唯一推出的新品，一上市就备受关注。在 2013 年，郎酒集团在行业调整背景下，坚持清理产品线，甚至砍掉已经招到商的新品。郎酒集团对产品线纯洁性的高要求，给市场各方留下了深刻印象。也因此，经销商们对郎哥这款新品报以了较高的热情。来自贵定的经销商沈建华说道：很看好这款酒，44.8 度酱香型酒体，适合 70、80 后的消费理念，入口柔和，今天来准备做贵定地区。都匀的城市经理余豪在这次发布会上讲到，郎酒郎哥一红一蓝 2 款，价格 158 元和 168 元。现在，人们聚在一起喝酒，主要是为了交流，分享信息，沟通情感。这时候，人们需要的白酒就变成了：喝着舒服，有感觉，醉得慢，易醒酒。

据了解，黔东南已有十多家经销商已经和郎酒集团老郎酒事业部形成合作，成为郎哥在市场布局上的首秀，打响了全国招商的第一枪。

（糖酒快讯）

地址：四川省成都市金牛区三环路北一段成彭立交内侧　电话：(028)87319500　87342251(传真)　北京联系地址：北京市朝阳区博大路 3 号 5 号楼　电话：(010)87721045　52896956　52896958　87527365(传真)　广告经营许可证：川工商广字 5100004000280　成都科教印刷厂印刷