

12 白酒金三角 Liquor Golden Triangle

四川泸州 让酒香飘四方

林南煜

今年以来,四川泸州检验检疫局认真贯彻落实四川检验检疫局十件实事,立足酒城特色,充分利用天府首港优势,全力助推泸州白酒走出国门。截至9月30日,泸州辖区出口白酒共计72批,268.85万美元,同比分别增长18.03%、63.83%,在出口整体下降情况下,实现逆势增长。

泸州白酒主要出口亚洲、欧洲、美洲等23个国家和地区,其中前三位依次为缅甸、中国香港、老挝,出口货值分别为100.99万美元、35.22万美元、33.09万美元;出口产品主要为国窖1573、泸州老窖特曲酒、泸州老窖紫砂大曲酒等。

抓重点

泸州老窖公司作为泸州白酒龙头企业,白酒出口量占泸州辖区白酒出口总量80%以上。为提升服务质量,促进泸州白酒出口增长,泸州局深入落实与泸州老窖公司签署的《合作备忘录》,定期走进企业,掌握企业出口过程中遇到的困难,及时协调检验检疫工

作。针对泸州老窖公司出口白酒批次多、货值高的特点,开设专用报检通道,实行“5+2”、“白+黑”通关模式,确保白酒出口通关零障碍。

为提升龙头企业竞争力,促进龙头企业开拓海外市场,泸州局悉心指导企业用好“绿色通道”政策,改进质量控制体系,开展政策、法规、标准相关培训,有效应对国外技术性贸易措施,规避贸易风险。通过一系列举措,今年以来,泸州老窖公司先后开拓陶宛、刚果(布)两个国家白酒市场,出口白酒共计6.92万美元。

出新招

塑化剂检测项目作为检测白酒质量一项重要标准,以往均通过将白酒样品寄往四川局,由四川局实验室进行塑化剂检测,不仅增加企业外送成本,而且延长了检测周期。为解决这一难题,泸州局通过引进人才,加大仪器设备投入,不断提升进出口食品中塑化剂的检测能力,最终获得四川局食检处认可,直接承担辖区进出口食品中塑化剂检测。该项措施实行以来,平均每批白酒检测

周期缩短超过两天,并节约大量的外送成本,为辖区白酒出口提供了强有力的技术保障。

针对高端定制酒数量少、价格昂贵、抽样成本高的特点,泸州局主动创新检验检疫模式,为高度定制酒量身定制《出口高端定制酒检验检疫工作规程》,积极助推泸州白酒企业占领国际高端酒市场。通过对辖区高端定制酒企业实施批次管理,从原辅料入库验收到成品出库,确保每一批出口白酒都能实现溯源;抽样阶段中,采用从酒源贮罐随机抽取样品的抽样方法代替传统抽样,确保样品具有代表性前提下,尽量降低企业生产成本;督促企业充分履行产品质量安全主体责任,指导企业制定出口定制酒相关工作流程,提高企业质量管理水平。

提速率

6月12日,首批以长江经济带检验检疫一体化通关模式出口的白酒拉开了便利化通关的序幕。出口企业仅需凭借泸州局电子数据可在出境口岸直接通关,解决了以往白酒在泸州口岸进行检验检疫后,到达出境口岸



又需要进行一次报检和“通关”的问题。新模式的实行,不仅解决了泸州白酒出口异地通关众多繁琐的流程,而且每批可为企业节约口岸通关各项费用超过2000元。

如果说创新监管模式是在为企业节约成本的话,那么泸州局推出的流程时限管理便是给予企业更多的可能性。白酒早一天完成检验检疫流程,企业就能早一天出口。“现在在工作流程每个环节都精确到分钟,每个人

在哪个环节拖了企业时间,一眼就看出来了,出了这么多措施促进白酒出口,可不能到头来把时间耽搁在自己手里。”检务人员简单的一番话道明了泸州局助推白酒出口的决心。

随着长江经济带、无纸化通关、川检通等多项促进外贸稳增长措施深入推进,泸州白酒正凭借通关便利化的东风,搭上长江经济带的黄金列车,飘香海外。

五粮液 1618 系列再添新品 上品 1618(1618ml)隆重上市

本报记者 王剑兰

近日,在南京举行的秋季糖酒交易会上,五粮液公司出品的高端商务用酒五粮液·上品 1618(1618ml)隆重上市。

据了解,五粮液·上品 1618(1618ml)是五粮液股份有限公司继成功推出 1618 珍藏 3000 毫升之后推出的重点产品。其瓶身采用红官窑高温烧制而成,深得中国古典美之精髓。该产品规格为 1618ml,俗语有“六六大顺”、“天生和合,富贵一生”、“发财”等美好喻义之说,寓意深刻。

五粮液·上品 1618(1618ml)作为 1618 系列新品,萃取高粱、大米、糯米、小麦、玉米五种粮食之精华,甄选五粮液明代古窖发酵所得精酿,运用五粮液特有的调和技术而成,拥有特有韵味,口感精细,酒体浓香绵厚而深邃。

无论是精细的工艺,还是上佳的品质,



五粮液·上品 1618(1618ml)都充分将历史的厚重与现代科技的创新融为一体。来自江苏的经销商表示,五粮液·上品 1618(1618ml)能够满足中高端消费者的需求,凭借其品牌

知名度、优良的品质、较高的性价比,将会很快获得广大消费者喜爱。据悉此款新品年产量只有 161.8 吨,该经销商表示会十分珍惜此次在南京糖酒会的招商机会。

绵阳举行食品安全暨白酒行业技能培训会

为认真贯彻落实国务院新修订的《食品安全法》和四川省委省政府打造“中国白酒金三角”战略,进一步加强绵阳市白酒行业人才队伍建设,由绵阳市食品工业办、市食品产业协会、市酿酒协会主办的 2015 年度全市食品安全暨白酒行业技能培训会,于 10 月 29-30 日在梓潼“两弹城”举行。本次培训会特别邀请了四川省酿酒研究所副所长、中国白酒知名青年专家、工程师、中国第六届国家白酒评委,四川酿酒大师杨官荣同志和绵阳市丰谷酒业公司副总经理、国家级白酒评委、中国酒业协会白酒分会第二届技术委员会委员、四川中国白酒金三角酒业协会专家、白酒行业职业技能培训师王远成同志到会进行讲授。全市白酒行业 38 家重点企业的负责人及技术人员,共 70 余人参加了培训会。

绵阳市食品工业办主任何昌伦在动员讲话中特别强调了宣传贯彻落实新“食品安全法”的重要意义,要求与会企业必须严格自律,警钟长鸣。何昌伦全面通报并总结了绵阳市白酒行业的发展现状,深

刻分析了全国白酒行业的发展趋势,对绵阳白酒产业下一步在产业集群、品牌战略、项目资金、结构调整等方面提出了战略性构想。

在两天的白酒技能培训中,杨官荣不仅从正确认识酒体设计、白酒中的风味成分、酒体设计风味学技术、酒体设计与市场需求四个技术层面进行了专业培训,更重要的是他从白酒产业的发展理念、企业管理、市场定位等方面全方位的讲解。王远成用两章十四章详实的教案,结合自身丰富的实践经验和白酒专业知识的极高造诣,诠释了浓香型大曲酒窖泥培养与养护等核心酿酒技术和工艺。

参训人员认为,本次培训时间虽然短暂,但是两位专家的专业知识渊博,实践经验丰富,讲授深入浅出,理论和实践相结合,具有很强的操作性。他们表示,回去后一定尽快把本次培训所学的知识运用到实际工作中,进一步加强企业管理,改进工艺,提升产品品质,精准定位市场,为提升绵阳白酒整体水平作出新的贡献。

(华夏)

五粮液“百年尖庄”纪念酒 百尺竿头更上层楼



极品窖藏



蓝色情调一百



银百年



百年窖藏



100ML 小酒

五粮液“百年尖庄”源远流长,穿透百年之醇香,延续五粮之精华。2015,五粮液百年尖庄酒再续辉煌,今年 10 月,五粮液百年尖庄酒可谓捷报频传,10 月 29 至 31 日在南京举办的秋季糖酒交易会上,先后签订订单金额上千万,产品的包装风格及五粮液纯粮品质得到了同行的一致好评,更得到省外经销商的高度认可。秋糖会期间公司新发展客户 16 家,其中省级经销商 4 家。

而在此前的 10 月 15 日至 16 日,经过两天的友好沟通和谈判,五粮液百年尖庄系列产品得到了深圳客户的垂青,成为公司战略合作伙伴。首批打款 300 万,年度 2000 万合作经销权,开启了百年尖庄全国电视购物平台新模式。

七大产品 百闻不如一“饮”

当然,这是与产品的良好品质是不可分割的。众所周知,五粮液酒历史悠久,是家喻户晓的白酒大王,而尖庄酒与五粮液同窖制造,同采用陈氏秘方酿造。

“百年尖庄”纪念酒系五粮液集团旗下的支柱品牌之一,是五粮液集团的拳头产品,五粮液酒历史悠久,是家喻户晓的中国白酒大王。百年尖庄纪念酒色泽清亮晶莹,挂杯细

腻;香型浓郁、口感绵软醇厚、入口不冲、回味悠长;饮后兰香盈口。“百年尖庄”纪念酒慧于中而秀于外,融合历史底蕴、文化内涵和现代情感为一体,展现高雅品位,彰显人文特色。体现了五粮液发展至今的一种企业灵魂。她非常符合五粮液企业发展高端白酒的意愿;凝聚了五粮液企业的三千年传统的五粮酿酒,也充分弘扬了五粮液所讴歌的“盛世中华之赞”。“百年尖庄”是“五粮液”一口老窖的再现,也是其精髓的体现,酒魂的体现。

目前,百年尖庄纪念酒共有七个产品,分别是:“极品窖藏”、“百年窖藏”、“银百年”、“蓝百年”、“红百年”、“百年庆典”、“百年精制”。百年尖庄酒仍然沿袭最古老的方式跑窖循环,固态续糟,双轮底发酵等发酵技术,形成了“香气悠久、味醇厚、入口甘美、入喉凉爽、各味谐调、恰到好处、酒味全面”。

包装设计简约大方而不失内涵,瓶身云龙纹高贵典雅,雍容华贵;酒品度数全面,能适应全国各地的饮酒要求。其中:1、极品窖藏。浓度有 38%vol、45%vol、52%vol,此酒透明简约,设计彰显出中国红的高端大气,瓶身金色云龙纹高贵典雅,通体雍容华贵,有紫气东来的良好寓意;2、百年窖藏。浓度有 38%vol、45%vol、52%vol,透明简约,水晶白彰显低调内涵,瓶身金色云龙纹

典雅沉着,富贵祥和巧夺天工;3、银百年。浓度有 38%vol、52%vol,简单大方,烙银炫红精致婉约。瓶身珠玉富贵,睿智端庄吉祥富贵;4、蓝百年。浓度有 38%vol、52%vol,青春靓丽设计,宝石蓝清新淡雅,瓶身蓝色画卷纹意气风发,雅逸脱俗静谧沉着;5、红百年。浓度有 38%vol、45%vol、52%vol,简约高雅秀丽柔和,瓶身玲珑剔透庄重淡然,金属醉红颜色喜庆祥和,明快大方;6、百年庆典。浓度有 38%vol、45%vol、52%vol,有大雅宏达怀瑾握瑜的雄心,瓶身金色纳福纹浮翠流丹,绚烂红盎然祥瑞,鲜艳明快设计;7、百年精制。浓度有 38%vol、45%vol、52%vol,其特点是涩而不溜、雪操冰心,瓶身红色画卷纹温恭,玫瑰红典雅别致,简洁时尚设计。

源远流长 百年尖庄应势而生

古川南,尝用竹筒制量酒器具,称为“庄”,一庄亦称一提,故酒坊将所产曲酒称为“提庄”。宜宾酒坊众多,精通品酒之道者,不胜枚举,尤各酒坊酿酒师傅,皆品酒之高手。经坊间评比,世人公认“利川永”酒坊所酿“提庄曲酒”略有胜处,乃叹曰:“各坊各庄皆好酒,利川提庄庄中尖。”乃推“利川永”酒坊提庄曲酒为“尖庄”(意即提庄之最佳者),遂得其名。尖

庄、五粮液鱼水相契,已历百年,值此盛世,尖庄再造品质、重塑品牌、价值回归,盛装上市,是为百年尖庄!尖庄酒历史悠久,是家喻户晓的中国第一品牌。在计划经济时代,尖庄酒凭票供应,喝尖庄已是身份和地位的象征。五粮液集团实施品牌战略规划以来,尖庄酒以走低价位的路线成功掩护五粮液冲到了中国白酒第一品牌,而尖庄在广大消费者心中也成了白酒市场的长青树,并始终占据着中国白酒市场销量的霸主地位。

随着中国市场消费水平的提高,五粮液的发展重点开始向中高档产品转移和集中,作为五粮液酒厂百年来的老品牌和五粮液系列产品中知名度最高的老产品,尖庄也到了必须向中高价位突破的关键时刻。2009 年五粮液百年华诞时,五粮液·百年尖庄纪念酒应势而生,使其作为中国酒业大王的百年纪念酒,肩负起尖庄品牌价值回归的时代重任。

百年尖庄纪念酒以精选高粱、大米、糯米、麦子、玉米五种粮食为原料,以“包包曲”糖化发酵剂,经过“酿造”、“陈酿”、“勾兑”、“检测”、“包装”而成。并且在档次上与五粮液拉近,形成高、中、中三个档次,分为窖藏、御鉴和陈酿三个级别;在酒质上进行大幅提升,既保留了原来特有的醇厚口感,又增加了口味的细腻和层次感,成功地将产品提升到了中、高档层次,受到业内专家的一致好评。而在包装上,百年尖庄不仅蕴涵传统五粮液

大气端庄的气质,还兼具新颖时尚的风格。

品牌内涵丰富 主打纪念酒品类

在五粮液风雨辉煌百年之际,冠以尖庄酒“百年”二字,主打“纪念酒”这一概念,足见其承载的历史厚重感。该酒秉承着五粮液的先进生产理念、工艺独特,品质精良,包装精美,内蕴深厚,在五粮液调酒大师反复勾兑之下推陈出新,堪称五粮液家族中的又一奇葩。

尖庄出身平民,走的是亲民路线,“百年尖庄”纪念酒秉承着五粮液的先进生产理念,得到五粮液集团的高度重视和重点开拓,致力于树立起一块国字号的金字招牌。“百年尖庄”纪念酒工艺独特,品质精良,包装精美。内蕴深厚,在五粮液勾兑大师反复勾兑下口感推陈出新,堪称五粮液家族中的又一奇葩。

酒,在人类历史的长河中,已不仅仅是一种客观的物质存在,而是一种文化象征,即酒神精神的象征。作“百年尖庄”纪念酒无论在包装上还是在品牌定位上都将从“盛世文化、中华文化”体现吉祥、和谐、向上之意为核心,突出百年尖庄纪念酒的个性和优势。继续弘扬“五粮液”品牌文化和历史内涵。“百年尖庄”纪念酒由知名的设计和策划公司全力打造,以“秦、汉、唐、宋、元、明、清及宜宾历史”为方向,倾心塑造“百年尖庄”的包装和形象。

四川佳品弘商贸有限公司是五粮液股份有限公司“百年尖庄纪念酒”的品牌运营公司,旗下设有“百年尖庄纪念酒全国营销管理中心”,专项管理“百年尖庄”在全国的运营。运作酒业本着多元化发展,用品牌提升品牌,用资源置换资源,用平台拉动平台的原则,在酒业品牌经营上下大功夫,花大力气,在各地各类活动的赞助,在各个经销地区地面式联动,公司始终如一把握酒业品牌的经营放在首要位置。

百年尖庄将以全新的形象、崭新的姿态,再塑中国白酒业传奇,相信传承了“中国白酒大王”五粮液的名酒基因,在“中国荣耀”中浸淫成长的百年尖庄一定会不负众望,百尺竿头更上层楼,在下一个百年延续独有的荣光与辉煌。(雪兰报道)