

首站2000万元告捷 宋代官窖·大宋国酒新品上市发布会在汴收官

5月5日,由仁怀市酒业协会主办,贵州官窖酒庄、贵州官窖酒业销售公司承办的“开封论剑 再现大宋辉煌”宋代官窖·大宋国酒新品上市发布会在开封开元名都大酒店举办。据悉,本次发布会首站为开封,次站为杭州,恰恰对应宋朝的历史,北宋国都开封,南宋国都临安(今杭州),具备浓厚大宋文化的“宋代官窖·大宋国酒”吸引了百余名经销商到场参与,当场签约意向金额达2000万元。

酒中酒集团董事长曹本强、中国酒类流通协会专职副会长刘员、中国酒业协会战略发展顾问卢荣华、河南省酒业协会副会长兼秘书长蒋辉、遵义市酒业协会副会长兼仁怀市酒业协会执行副会长吕玉华、开封宋代官窖经销商代表张利敏共同开启宋代官窖品牌首发仪式。

在产品推介环节,河南大学中国古代史研究中心主任田志光教授,中国酒业智库专家、酒水行业研究者、知名设计师、深圳又一良品设计创始人梁鸿,分别就“宋代酒文化”“大宋美学与酿酒文化的完美结合”和宋代官窖产品创意等进行了分享。

在招商推介环节,知名营销专家、



风土咨询胡传枫为经销商解读了文化、考古、工艺、风土、品质及历史等六大价值,并介绍了宋代官窖招商方案。来自开封的宋代官窖经销商张利敏上台发言,讲述了自己对酱香白酒市场的关注,去古镇酒业实地参观并与朋友商议后,决定代理茅台镇两大有故事的品牌之一宋代官窖。

当问及现场签约的火爆情况时,宋代官窖·大宋国酒的河南区负责人陈长龙表示,经销商看中了宋代官窖背后的文

化底蕴,同样看中了宋代官窖的五大核心卖点:宋代官窖是茅台镇两大有故事的酒,有历史文化背书;宋代官窖重新定义茅台镇酿酒历史,大宋国酒·酱香瑰宝;宋代官窖位于茅台镇核心产区,优质酱香型白酒资源稀缺;宋代官窖传承于宋代独有的“老派酱酒”工艺;宋代官窖差异化的产品设计,宋代美学与现代艺术相融合,每一瓶不只是酒,更是工艺品。

乔晓娜 文/图

新闻速递

文化引领 寿酒再赢发展新机遇

5月6日,为期一个月的第二届“品健康寿酒·赏月季牡丹”大型游园活动在辉县市峪河镇河南寿酒集团曲酒生产基地开幕。

“打造‘文化旅游酒城’是寿酒集团发展的经线。”河南寿酒集团总经理李峰在欢迎词中说道,“通过举办大型游园活动,让更多消费者走进寿酒集团的生产基地,走进太行酒城和中原第一洞,了解鲜为人知的寿酒文化和酿酒技艺。”

河南省酒业协会副会长兼秘书长蒋辉到会祝贺时也肯定了寿酒集团文化引领的发展思路,他说到,寿酒集团走过了整整60个年头,由小到大、由弱到强,历经磨难,奋力创新。这一切成绩的取得,不仅得益于特有的寿酒文化,更得益于寿酒人坚持不懈、坚韧开拓的精神。

文化是企业的灵魂。据寿酒集团信息中心主任李松虎介绍,坚持文化旅游发展的路线多年前就已经确定了。近年来,寿酒集团以“寿”文化为魂举办了多场彰显其文化的活动,连续举办十届“寿酒杯”乒乓球擂台赛;举办首届寿酒文化研讨会;在元宵节来临之际,开展了中国孝文化教育活动;在中超联赛中冠名河南建业30场主场比赛……这些都是寿酒文化延企的创新做法。未来,寿酒集团还会结合寿酒文化开展更多这样的活动。在“文化兴企,文化强企,文化延企”的道路上永续前行,再赢发展新机遇。

乔晓娜 文/图

吕玉华:酱酒在路上

4月23日,他提前一小时来到郑州东区,为“(仁怀)产区中国行”活动站台,之后他即刻赴山西参加酒业活动,发出“遵义声音”,捧出“遵义味道”。

5月5日,他再度出现在古都开封,为由仁怀市酒业协会主办的“开封论剑,再现大宋辉煌”的新品上市活动发声。

是一种什么精神让一位66岁的长者义无反顾地在酱酒走向全国的前沿擎旗疾行?

“他为仁怀酒业的发展做出了极大的贡献。”“是他带领仁怀酒业走出行业低谷。”“酱香型白酒如今取得的巨大声誉,离不开他这几年的呕心沥血……”如此多的肺腑之言、感恩之词描述的是现任遵义市(仁怀市)酒业协会执行会长、秘书长吕玉华对仁怀酒业倾注的心血。而在仁怀,他还有一个更为酒圈人熟悉的名字——吕大爷。在川渝两地,这是对长者的尊称。

如果说仁怀产区异军突起是群狼的功劳,那吕玉华就是那匹敢冲敢闯的“头狼”。

2013年,仁怀白酒产业发展陷入困境。“毫不夸张地说,有七成以上的企业都出现了困难。”在谈到为何在退休后挑起仁怀酒协这副重担时,吕玉华说:“我没有酒厂,不懂品酒,但我会喝酒,我喝了40多年的酱香酒,为我热爱的酱香酒、为我的家乡,我要推这个行业一把。”

2014年1月,退休还不到半年,他正式成为仁怀市酒业协会执行会长、秘书长。从这一刻起,他就时刻谨记自己行业带头人的身份,推介、代言酱



香酒。面对当时的产业困境,如何为酱香酒代言、推介,帮助产区内的企业踏上阳关大道?“深入企业参与市政府及市政协组织的对仁怀白酒产业发展情况的专题调研。”根据仁怀酒协副秘书长杨必刚的回忆,当时仁怀酒协对白酒产业发展情况的专题调研方式多样,有深入企业调研走访的,有召开座谈会深入交流的。

掌握第一手资料后,吕玉华定下了“走出去”和“请进来”两条发展之路,并向仁怀市委、市政府提出有针对性的合理建议。据悉,仅2013年,仁怀酒协就先后组织了180余家(次)企业赴成都、郑州、济南、广州等地参展参会,积极开展“仁怀酱香酒中国行”活动。

如今,仁怀酱香酒中国行活动的影响力大家有目共睹。但又有多少人

知道这背后饱含着吕玉华的辛酸泪?他说,在展会活动中,仁怀酒协的工作人员从来没有叫过苦与累,但是遇上效果不尽如人意的時候,大家就真的伤心了。至今他还记得2014年的一场活动,稀稀拉拉来了很少的人,虽然参会的仁怀企业没有说什么,但他总觉得愧对信任他的企业。“船不能在一个沟翻两次。”在下一场活动开始前,他就率队提前跟当地经贸委和酒协沟通,提出了具体要求。这些点滴工作,也让仁怀的酒企们越来越信任吕玉华,认为“跟着吕大爷走,放心!”

就像母亲夸奖自己能干的儿子一样,吕玉华谈论起这些项目时也是滔滔不绝:“通过这些年来努力,‘中国酒都·贵州仁怀’被更多人所熟知,我们还得到了仁怀市委、市政府的充分肯定和广大企业的一致好评。”王见宾

