

“第十二届固态酿造产业技术创新论坛暨国家固态酿造工程技术研究中心2023年会”在江苏无锡召开

擘画固态酿造产业发展新蓝图



10月17—19日,由国家固态酿造工程技术研究中心和国家功能食品工程技术研究中心主办,泸州老窖股份有限公司和江南大学承办的“第十二届固态酿造产业技术创新论坛暨国家固态酿造工程技术研究中心2023年会”在江苏无锡召开。

中国科学院院士、上海交通大学生命科学技术学院荣誉院长、武汉大学教授、微生物代谢国家重点实验室主任邓子新,中国工程院院士、大连工业大学教授、中国食品科学技术学会副理事长朱蓓薇,中国工程院院士、清华大学教授、中国工程院环境与轻纺学部主任贺克斌,中国工程院院士、江南大学学术委员会主任、江南大学未来食品科学中心首席科学家陈坚,中国工程院院士、湖南农业大学教授、国家植物功能成分利用工程技术研究中心主任、教育部茶学重点实验室主任刘仲华,中国工程院院士、江南大学校长、国家功能食品工程技术研究中心主任陈卫,中国工程院院士、南京工业大学教授、国家生化工程技术研究中心主任、中国生物工程学会工业生物技术委员会主任应汉杰,中国食品科学技术学会常务副理事长邵薇,四川省科学技术厅副厅长田云辉,泸州市人民政府副市长杨长缨,泸州市人民政府副秘书长范永友,无锡市人民政府副秘书长顾文龙,泸州老窖股份有限公司党委副书记、总经理林锋,泸州老窖股份有限公司副总经理、总工程师沈才洪,以及来自各高校、院所、企业的代表,共计200余人

出席本次论坛,共同就固态酿造产业创新发展进行深入探讨。本次论坛由江南大学副校长顾正彪主持。

聚校企合力 谱写固态酿造产业发展新篇

中国工程院院士、江南大学校长、国家功能食品工程技术研究中心主任陈卫在致辞中表示,江南大学是教育部直属、国家“211工程”重点建设高校和“双一流”建设高校,拥有我国食品领域中唯一的食品科学与工程国家一级重点学科。学校高度重视产学研深度融合,长期以来与泸州老窖围绕技术攻关、平台共建、人才培养等开展紧密的产学研合作。2023年,双方共建“国宝生态研究协同创新中心”,聚校企创新之合力,助固态酿造产业生态升级。

泸州老窖股份有限公司党委副书记、总经理林锋在致辞中表示,今年是1573国宝窖池群持续酿造的第450年,泸州老窖将继续推动科技创新与成果转化融合,选材育人与产业技术联动,对外交流与对内互鉴贯通,通过国家固态酿造工程技术研究中心,在更大范围、以更大胸襟推动国际交流合作;立足白酒这一中国独有产业,既要借助先进技术开展分析论证,也要走别人没有走过的路,形成越来越多独创性成果。

泸州市人民政府副市长杨长缨在致辞中表示,泸州地处云贵川渝四省市结合部,是“一带一路”建设、长江经济带发展、新时代西部大开发和成渝地区双城

经济圈建设的重要节点城市。白酒产业是泸州最具特色、最有优势的产业。泸州老窖组建的国家固态酿造工程技术研究中心推动了固态酿造技术创新,为以白酒为代表的固态酿造产业高质量发展注入强劲动力,期待通过本次论坛,让更多的创新种子在固态酿造产业落地生根、开花结果。

四川省科学技术厅副厅长田云辉在讲话中表示,四川是创新大省,也是传统固态酿造食品产业大省,四川省委、省政府高度重视创新,将实施企业创新主体提升行动。依托泸州老窖建设的国家固态酿造工程技术研究中心、四川省固态酿造技术创新中心先后组建运行,推动固态酿造产业高质量发展,期待国家固态酿造工程技术研究中心突破行业关键共性技术,深化产学研融合,促进成果转化,争创国家创新中心。

中国食品科学技术学会常务副理事长邵薇在讲话中表示,固态酿造产业是我国传统优势特色产业,是传承中华文明的重要载体,更是食品工业的重要组成部分。中国食品科学技术学会高度重视和支持固态酿造技术创新与产业发展,希望固态酿造产业立足国家行业技术需求,加大技术研发投入,强化科研院所与企业的对接,推动固态酿造产业在内的食品工业的高质量发展。

观前沿视野 拓宽固态酿造产业创新路径

中国工程院院士、清华大学教授、中国工程院环境与轻纺学部主任贺克斌作了题为《双碳行动与绿色高质量发展》的大会报告,针对减碳行动,提出五个举措:一是资源增效减碳,二是能源结构降碳,三是地质空间存碳,四是生态系统固碳,五是市场机制融碳。

中国工程院院士、南京工业大学教授、国家生化工程技术研究中心主任、中国生物工程学会工业生物技术委员会主任应汉杰作了题为《生物制造与未来物质制造减碳探讨》的大会报告,从对将来物质的生物制造及减碳进行了系统探讨,并表示生物制造将推动“农业工业化、产业绿色化”,实现可持续发展。

中国工程院院士、江南大学学术委员会主任、江南大学未来食品科学中心首席科学家陈坚作了题为《酿造产业:未

来已来 唯变不变》的大会报告。他提出,未来只有将食品技术、生物技术和信息技术融合,才能开发出关键共性技术,实现酿造微生物更智慧、酿造过程更智能、酿造产品品质更舒适,引领世界酿造科技与产业发展。

10月18日下午,四川轻化工大学校长庾先国、四川农业大学副校长王际睿、华南理工大学教授赵谋明、北京工商大学教授郑福平、江南大学教授吴群、江南大学教授陆震鸣以及江苏科技大学研究员余永建围绕大会主题,分别作了《数字化赋能传统固态白酒产业转型发展》《“五个融合”复合型人才培养新模式》《酿酒小麦品质形成与保持研究及优质新材料选育》《酱油的特征风味及核心微生物菌群的研究》《白酒风味健康研究进展》《基于微生物组工程的白酒发酵功能微生物菌群定向调控》《泸型酒的酿造风土及其科学实证》《镇江香醋四季风味品质差异性 & 微生物菌群演替的相关性研究》专题报告,分享最新研究进展及对固态酿造技术创新的思考,与参会代表进行了积极的互动交流。

抓创新就是抓突破,谋创新就是谋卓越。党的二十大报告指出:“必须坚持科技是第一生产力、人才是第一资源、创新是第一动力,深入实施科教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略,开辟发展新领域新赛道,不断塑造发展新动能新优势。”

传统酿造产业作为我国食品工业的重要组成部分,具有鲜明的文化特色,凝聚着我国几千年来文明结晶。“第十二届固态酿造产业技术创新论坛暨国家固态酿造工程技术研究中心2023年会”的成功召开,让固态酿造产业与现代生产技术碰撞出创新活力,为探索固态酿造产业发展提供了重要的科学依据,为固态酿造产业智能转型和智慧升级提供了新的思路与解决方案,有利于传统酿造产业技术创新与产业高质量发展。

期间召开的固态酿造工程技术研究中心2023工程技术委员会会议上,中心工程技术委员会主任邓子新,副主任委员朱蓓薇、刘仲华等专家对中心的创新及建设工作给予了充分肯定,对中心未来的发展给予了指导性意见及高度期许。

(桂 源)

10月22日,以“复兴老名酒,奋进新征程”为主题的孔府家建厂65周年庆典活动在山东省曲阜市举行。

中国食品工业协会副秘书长杨强,中国酒业协会副秘书长杜小威,中国食品发酵工业研究院原副院长、全国白酒工业标准化技术委员会秘书长宋全厚,山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐,山东省工业和信息化研究院研究员郭友武,山东广播电视台电视卫星频道副总监吕盼,济宁广播电视台党组成员、副台长李刚,济宁报业传媒集团副总经理、济宁晚报总编辑裴存刚,中华孔子学会孔子后裔儒学促进委员会会长、曲阜市原政协主席孔令玉,曲阜市人大常委会副主任、开发区党委书记、管委会主任胡士川,曲阜市副市长蒋永进,曲阜市工业和信息化局党组书记翟德军,河北衡水老白干酒业股份有限公司董事长刘彦龙,河北衡水老白干酒业股份有限公司总经理赵旭东,河北衡水老白干酒业股份有限公司副董事长张煜行,曲阜孔府家酒业有限公司党委书记、董事长刘勇,曲阜孔府家酒业有限公司顾问邱振新等共计500余人参加本次活动。

庆典活动伊始,曲阜孔府家酒业有限公司党委书记、董事长刘勇致辞,刘勇回顾了孔府家建厂65年来的发展成果,并针对老名酒复兴,提出了“三个坚持”的发展战略。一是要坚持品牌自信,始终坚持文化白酒战略,在品牌端不断赋予产品文化价值,将文化名酒的基因充分展现。二是要坚持品质自信,孔府家系产品在品质上以更更适合消费者口感为目标,以口感绵柔、饮后舒适、慢醉快醒为追求,品质和饮后舒适度得到行业与消费者的高度认可。三是要坚持长期主义,坚持脚踏实地的工作作风,保持战略定力,希望能与广大合作伙伴共同缔造孔府家酒的美好明天。

曲阜市副市长蒋永进发表致辞时指出,近年来,曲阜市着力实施“工业立市”战略,加快推进制造强市建设,经过多年的培育,工业经济实现高质量发展。蒋永进希望孔府家在企业经营上开放思维,树立高远境界眼光,坚持开放共赢理念,主动创新创业,加快转型升级,全面助推曲阜工业经济高质量发展。

会上,河北衡水老白干酒业股份有限公司总经理赵旭东发表讲话。赵旭东表示,衡水老白干酒业将持续为孔府家提供经营管理、生产技术、市场营销、品牌建设和资金保障等方面的支持,并将继续加大投入,力争早日将孔府家回归到全国名酒阵营之中,再现往日荣光。

中国食品工业协会副秘书长杨强在致辞中向庆典的召开表示祝贺。杨强强调,占据酒文化重地的孔府家应当秉承“守正创新”的理念,担起传承与发扬的重任,坚定“品质至上,文化铸魂”,构建差异化竞争优势,争做白酒产业的文化先锋,为实现鲁酒产业的新腾飞、为助力中国白酒产业持续健康发展多做贡献。

复兴老名酒 奋进新征程

孔府家建厂六十五周年庆典在山东曲阜举行

(桂 源)



(桂 源)

精选好原料,打造高品质零食

良品铺子抢占年货市场 引领团购热潮



10月18日,良品铺子团购事业部年货节新品发布会举行。发布会上,良品铺子率先发布了年货礼盒,该礼盒包含了爆款系列、高蛋白系列、东方好物系列、饼干系列、儿童零食、小萌仙系列等33款礼包。

相关机构预计,到2027年中国休闲食品行业市场规模将达到12378亿元,市场规模和潜力巨大。发布会上,良品铺子团购事业部总经理万张南向全国城市代理商分享了宏观、行业、市场、产品、用户等多维度的发展趋势和变化、良品铺子最新的营销规划和市场策略为众多伙伴带来了更高效、更多元、多场景的解决方案。

活动现场,由知名设计师王紫菲创立的高级定制品牌ZIFEI WANG参与打造的高品质产品大秀,为大家演绎了一场精彩的品牌盛会。在深度演绎“过节送礼送良品”主题的同时,也传递着国潮文化和中式美学,旨在让现场观众进一步体验到品质礼盒的品位与底蕴。

“好原料造就好味道” 龙年礼盒尽显国潮元素

历经17年的发展,良品铺子始终坚持长期主义,以“好原料造就好味道”作为产品开发理念,不断精选好原料,持续打造高品质零食。龙年的年货礼盒也延续了高品质的产品策略,全面满足高品质的全客层需求,让人们在春节欢聚时足不出户便可尝遍全球美味。

以“良品元气礼”礼盒为例,其囊括了八罐精致坚果和果干:紫衣腰果、美国开心果、云南核桃仁、澳洲夏威夷果、无核白葡萄干、健康富硒红枣等。其中紫衣腰果与市面上常见的腰果不同,配料表只有腰果仁,极大程度锁住了营养,从而为消费者提供更健康美味的零食。

“腾龙礼”礼盒则甄选了长白山当季红松子,开口率大于96%;甄选的美洲碧根果是“S++级”品质,自然开口率大于98%,全新挤压开口工艺,特好剥,果型均匀,大而饱满,轻烘焙、奶香浸味;甄选的“S++级”品质越南原生腰果

纯净“0添加”,酥脆可口,优选黄金产区坚果,经过层层严格筛选,升级工艺更好地保留了坚果的营养和风味。

为确保原料的产地以及种养殖环节能够达到良品铺子的要求,良品铺子协同供应商一起,与原产地的种养殖专业合作社建立“公司+农户”的模式,建立专属的种植养殖基地,生产提供专供良品铺子的产品。据了解,良品铺子已经在全国签约了12个种植基地,持续品质第一战略。

良品铺子不仅牢牢把握住“好原料造就好味道”的高品质战略,在国潮文化创新上也颇具匠心。作为紧跟“Z世代”国潮消费趋势的重要特点之一,今年良品铺子年货系列礼盒,在设计上增加原产地风貌、生肖、新年、书法题字等设计元素。精细的国风插画设计还原了产品产地风貌、原料生长过程等,让消费者通过插画能感受到“好原料造就好味道”的价值主张。

“腾龙礼”礼盒以中国书法和生肖龙为设计元素,凸显藏龙悠游,春色翻涌。聚华夏盛春之气,万物复苏迎新之意向,大气磅礴,配以甄选的“S++级”坚果,5道工艺层层筛选,颗颗饱满圆润,抽拉式礼盒藏巧思,表达着腾龙传心意的美好愿望。

另外,产品的功能性也将成为消费者购买新春礼盒的关键因素。健康化成为主流趋势,人们对养生的需求逐渐增多,呈现出“购物养生,健康是礼”的消费趋势。良品铺子的年货礼盒中,富硒红枣、阿胶糕、爆浆黑芝麻丸、鲜炖花胶、燕窝小椰炖等礼盒将传统非遗技艺与各种国内外高端养生食材融合,以此来满足养生人群对坚果的需求。

覆盖三大场景 团购业务持续引领行业

多年来,良品铺子的团购业务已深入会所招待、商务送礼、企业福利等三大场景,构建区域代理直销的顾客服务网络,很多企业主和企业行政采购主管已经成为良品铺子高品质零食的传播者。

2022年,良品铺子进一步优化礼盒生产流程,提高产销协同的精准度。为了提升礼盒分装交付质量和效率,更好地满足用户需求,公司优化礼盒产销和生产的业务流程,制定“按需备货”“每周协同”等策略并切实执行。在2022年年货战役中,礼盒需求交付满足率100%,库存周转天数进一步下降。

此外,公司团购业务重点进行全国区域渠道深度布局,覆盖华中、华南、华北、华西、华东五大区域重点经济大省,进一步扩张服务城市数量。同时,公司优化商业合作模式,借力市场优质资源,快速进入20个省份,分区域定时服务客户,打磨服务流程,提升客户需求响应速度,推动产品、服务平台标准形成;在产品竞争力方面进行升级,通过覆盖员工福利、商务送礼、营销礼品等多场景多产品多价格带阵容,满足客户差异化需求,提升市占率,覆盖更多业务需求,成功实现销售、利润双增长。2022年年报报告期内,团购业务营业收入同比增长53.49%。

为畅通团购渠道,公司还建立了各类客户统一的订单销售及库存管理一体化软件管理系统,为企业事业单位提供定制化的团购产品,已形成核心爆款产品池及礼品定制自选服务,提供“员工福利定制解决方案”“营销礼品解决方案”“特渠定制化解决方案”等,满足企

业用户的定制化需求。

2023年端午节、中秋节,伴随着“过节送礼送良品”的主题,良品铺子团购再度引领高品质礼盒市场热潮。今年的节令礼盒包装繁花似锦、簇簇而聚,年轻风尚与传统相结合,“高品质+情感价值”的赋能让良品铺子礼盒在众多产品中脱颖而出。在今年中秋节前,良品铺子团购发出售罄通知,多款中秋礼盒提前一个月售罄。

礼品行业市场规模扩容 用品质、功能及优质感打动消费者

根据前瞻产业报告,未来,礼品行业的边界将会不断被打破,行业从业者只有迎难而上、看准趋势、不断创新,才能拥抱新生。预计到2027年,中国礼品行业市场规模将突破2万亿元大关,达2.08万亿元,2022—2027年复合增长率将达到6.96%。

在礼品市场里保持优势,无疑取决于品牌在消费者心目中的长久定位。

(海 航)

