

深入践行汾酒复兴纲领 全面推动市场高质量发展

汾酒销售公司经销商大会在昆明召开



6月4日,以“深入践行汾酒复兴纲领全面推动市场高质量发展”为主题的汾酒销售公司经销商大会在昆明召开。汾酒股份公司副总经理、汾酒营销

中心主任、汾酒销售公司党委书记、总经理张永踊,汾酒集团纪委副书记黄涛,汾酒营销中心副主任、汾酒销售公司高级总监张玉峰,汾酒销售公司副总经理王皓雄、李昊旻、田永康、乔宇星、程爱全,特邀嘉宾视觉中国高级副总裁王刚,奥美北京公司董事、总经理、资深广告人、创意人郭元秋,以及汾酒销售公司职能部门负责人,各区域市场负责人,部分经销商代表共计600余人参加此次大会。会议由汾酒销售公司副总经理乔宇星主持。

会上,郭元秋和王刚分别围绕汾酒品牌势能打造、汾酒品牌形象升级、汾酒品牌渠道传播等方面内容进行了全方位、多层次的专业分享,为加速汾酒品牌重塑和价值提升提供了重要助力。

汾酒销售公司数据管理部负责人宋伟栋,汾酒销售公司陕西省区负责人、青花20项目组组长赵晓晨分别就汾享礼遇最新政策、青花汾酒20五码合一

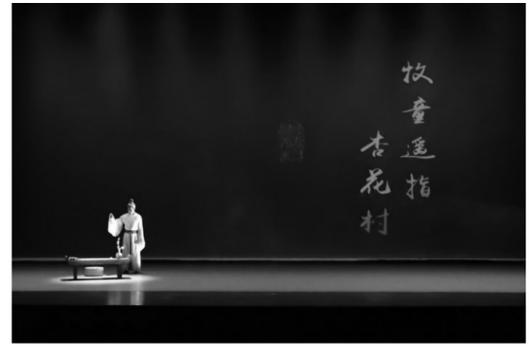
政策进行了系统宣贯。

张永踊指出,面对当前白酒市场存在的机遇与挑战,要在汾酒复兴纲领的指引下,始终保持超前的战略定力,坚定信心,积极应对;始终坚信汾酒品牌势能优势,品质卓越,底蕴深厚,牢牢把握市场竞争的话语权;始终坚信汾酒产品矩阵优势,四大系列优势互补,牢牢把握市场竞争的主动权。

他强调,要围绕“文化重塑、组织重塑、竞争力重塑”三个层面积极提升市场营销质量,一以贯之践行科学营销工作理念,进一步夯实基础,强化优势,补足短板,构建汾酒营销的新发展格局。

会后,参会经销商纷纷表示要紧跟汾酒营销发展步伐,深刻领悟汾酒复兴纲领的科学内涵和时代价值,始终在汾酒营销实践中保持清醒的头脑和正确的方向,做汾酒新时代发展的奋斗者。

会议期间还集中展示了老白汾酒、青花汾酒20形象升级产品。(汾文)



近日,由山西省文化和旅游厅、汾酒集团、山西文化旅游职业学院筹备组主办,汾酒集团、山西艺术职业学院、山西华夏之根艺术团联合出品的舞剧《牧童遥指杏花村》在山西大剧院精彩上演。

该剧以山西汾阳杏花村悠久的汾酒文化为背景,讲述了隋末唐初太原公子和杏花村女子的一段传奇凄美的爱情故事,运用诗化的舞剧结构,围绕男女主人公爱情主线和命运变化,精心设置了“相识”“相知”“相濡”“相别”“相忘”“相思”的贯穿线索,通过十六个舞段,演绎出一段情深义重生死别离的天地之恋和慷慨激昂气贯长虹的英雄史诗,展现出了一幅超然脱俗的“世外桃源”理想画卷,也赋予晚唐诗人杜牧的《清明》诗新的内涵和意境。

舞剧将汉唐古典舞蹈语汇与当代舞蹈表现手法融为一体,动作新颖、画面生动、风格多样、个性鲜明,给人印象深刻、回味无穷。男子舞蹈有惊险紧张的《月下刺杀》,有风趣幽默的《酒工》,有热血激昂的《征战沙场》;女子舞蹈中,《游春图》娉婷扇舞,彰显出盛世隋唐气象,《酒仙》饮中八仙醉意人生,恍若世外桃源逍遥飘逸;四人舞《智斗》机智灵动、妙趣横生;双人舞中,《酿酒相知》两情相悦、《月下寻梦》情深意浓、《相离相约》如泣如诉。

该剧舞剧团队由张继钢担任艺术顾问、国家一级导演王建军担任艺术总监、中国东方演艺集团创作中心青年编导林辰担任总导演、高小江担任编剧、国家一级作曲家王京荣担任作曲、国家一级舞美设计周立新担任舞美设计、中央民族歌舞团首席灯光设计师刘宁担任灯光设计、青年设计师张楠和刘雅分别担任服装设计和造型设计,是国内一流、实力强大的主创团队。

据悉,舞剧《牧童遥指杏花村》首演结束后,将继续打磨提升,开启首轮全国巡演,为宣传山西文化、汾酒文化,展示山西新形象,作出新的贡献。

(汾文)

大型舞剧《牧童遥指杏花村》在山西上演

汾酒应邀参加第三届中国露酒T5峰会

6月15日,以“文化焕新 价值绽放”为主题的第三届中国露酒T5峰会在四川省宜宾市召开,汾酒集团应邀参加。

中国酒业协会理事长宋书玉,劲牌有限公司党委书记、董事长吴少勋,汾酒党委书记、董事长袁清茂,五粮液集团党委书记、董事长曾从钦,泸州老窖集团党委书记、董事长刘淼,海南椰岛(集团)股份有限公司党委书记、董事长段守奇,汾酒集团党委委员、董事李沛洁,及中国酒业协会、劲牌、汾酒、五粮液、泸州老窖、海南椰岛相关领导出席峰会。峰会由中国酒业协会秘书长何勇主持。宋书玉从“露酒的文化内涵和价值表达是什么”两个层面,对露酒的文化构成和价值体系作了解析,对露酒产业未来发展的关键点进行了阐述。他认为,露酒要在产区构建、产品构建、科技创新、年份真实价值表达、产品个性化标准体系表达、文化价值表达等多个维度构建价值体系,明晰露酒产业未来发展的关键。

袁清茂以《露酒该怎么办?》为题,围绕露酒发展的三条道路、露酒战略的一个原则、露酒创新的五个要素等三个

方面作了主题发言。

袁清茂表示,露酒发展要从露酒白酒化、露酒功能化、露酒时尚化三条道路出发。要在保留传统白酒的口感和风味的基础上,确保露酒的功能特性、健康内涵;要下大力气,传播露酒独特的文化价值和产品特点,提升消费者对露酒的认知度和接受度;要极大地拓宽露酒风味边界,满足更多消费人群的偏好,让年轻人认识露酒、喜欢露酒。

要以“让开大路、占领两厢”的原则,推动露酒高质量发展。将年轻人的市场和老年人的市场,作为露酒的目标市场。

要从“悦己、好喝、低度、文创、国风”五个要素进行露酒创新。要通过轻饮文化,让消费者打开悦己的生活方式;要提升露酒品质,在好喝的基础上,实现悦己怡情;要丰富露酒度数,满足更多市场需求;要通过文化创意、精神元素以及中国优秀传统文化的时尚表达、情感表达、颜值表达、价值表达,满足消费者个性需求;要坚守中国文化特色,张扬中国文化气派,创新中国文



化风格,以特征鲜明的中国风走出国门,走向世界。

袁清茂指出,相信只要大家朝着共同方向努力,定能谱写中国露酒产业高质量发展的新篇章。

峰会上,吴少勋、曾从钦、刘淼、段

守奇分别围绕“文化焕新 价值绽放”作了主题发言。中国酒业协会副秘书长杜小斌作了露酒分会工作报告。

会后,袁清茂一行走进五粮液文化博物馆、诗酒雅堂、酿酒车间、环保生态湿地等地,进行了实地调研。(汾文)

汾酒与华润集团深化合作

当下,强强联合、竞合发展,已是酒业潮流。

5月8日,汾酒与华润深化合作,分别与华润集团旗下华润创业、华润科学技术研究院签署了深化战略合作协议与科技创新战略合作框架协议;5月9日,与华为技术有限公司签署数字化深化合作协议。

“汾酒+华润”共谋发展的新纪元

“汾酒+华润”,奔向的是何方?或许,共赢是最明显的答案。

双方的结缘要追溯到2018年2月,彼时,华润以11.45%的持股比例成为山西汾酒第二大股东。此后,汾酒步入高速发展期,华润也因此收益颇丰。

在此过程中,华润以自身优势为汾酒赋能,极大促进了汾酒管理的提升,市场的拓展与公司治理的优化,汾酒经营业绩加速攀升,创造了令业内惊叹的“汾酒速度”。2023年,汾酒营收正式迈过300亿门槛,开启了发展新纪元。

而汾酒业绩的持续增长,也带动了吕梁产区、清香型白酒的发展,“大清香时代”加速来临。

华润也伴随着汾酒的发展,走上了探索“白酒新世界”的道路。

华润集团董事长王祥明表示,汾酒在内部管理、品质提升等方面的跨越式增长,在资本市场强劲的增长势头,充分证明了双方合作的深远影响和价值所在。汾酒党委书记、董事长袁清茂强调,双方在公司治理等多个领域展开紧密合作,共同谱写了企业合作与发展的辉煌篇章。

此次双方再次携手,将形成一种澎湃的合力,开启共谋发展的新纪元。

无独有偶,汾酒与华为技术有限公司的签约同样是合作的持续与深化。华为公司常务董事、ICT基础设施业务管理委员会主任汪涛表态,要携手汾酒集团,在智能时代奋进前行。

对合作前景,袁清茂也表达了希冀。他表示,希望双方能拓展更具深度和广度的合作领域,构建更加完善的合作机制,进一步赋能汾酒高质量发展。

科技创新是第一生产力

高质量的发展,是以创新为支点。汾酒向来重视创新。对此,汾酒集团党委专职副书记、副董事长李振寰曾强调,创新是名酒之所向,是清香之所长,是汾酒之所为。

近年来,汾酒一直致力于加快推动数智一体化建设,让“数智”赋能汾酒发展。

科技是第一生产力

高质量的发展,是以创新为支点。汾酒向来重视创新。对此,汾酒集团党委专职副书记、副董事长李振寰曾强调,创新是名酒之所向,是清香之所长,是汾酒之所为。

近年来,汾酒一直致力于加快推动数智一体化建设,让“数智”赋能汾酒发展。

2024年汾酒高品质酿造专用高粱开播仪式在汾酒原粮基地举行



袁清茂宣布2024年汾酒高品质酿造专用高粱开播

“汾酒用汾粮,汾粮酿汾酒。”这是汾酒的纯粮之心。

5月7日,汾酒原粮基地,2024年汾酒高品质酿造专用高粱开播仪式举行。汾酒党委书记、董事长袁清茂,汾酒集团党委专职副书记、副董事长李振寰,汾阳市委书记李正奎,汾阳市委副书记、市长贾永祥及汾阳市、山西农业大学、汾酒集团相关负责人参加了开播仪式。

汾酒高粱开播仪式为何受到如此高规格的重视?或许,透过以下三个关键词,可以从中感受到其特殊之处。

关键词一:播

众所周知,粮为酒之本,好酒之源在于好粮。

每一粒好粮都来之不易,汾酒高品质酿造专用高粱更是如此。此次开播仪式上,农业部高粱产业技术体系育种研究室主任、高粱育种专家张福耀介绍了状元红高粱品种,山西省现代农业杂粮产业技术体系首席专家柳青山介绍了高粱种植规程。

汾酒高品质酿造专用高粱的背后,正是育种专家以及团队数十年如一日的奉献与钻研。

山西高粱育种攻关始自上世纪六七十年代。当时,山西农业大学高粱所

的老师牛天堂作为高粱所第一代领军者,提出了高粱“二矮型”育种模式,带领团队利用高粱杂种优势选育高产优质品种,将中国杂交高粱育种工作推上了新高度。

其中,晋杂5号、4号、1号在全国累计推广面积1.06亿亩,增加社会效益10亿元。酿造系列专用高粱品种——晋杂22号、晋杂23号、晋杂18号成为汾酒酿造专用种,分别定名为“汾酒1号”“汾酒2号”“汾酒3号”。

这些新品种突破了专用高粱品种和酿造产品脱节的瓶颈,为汾酒的提档升级起到了重要的支撑作用。

此次亮相的状元红高粱品种无疑将为汾酒的高质量发展注入新动力。此次开播仪式上,汾阳市委市政府表示不仅与汾酒签订了共建高标准汾酒原粮种植基地战略合作框架协议,还将全力抓好高粱种植环节,确保高粱种足、种好、收好,为汾酒集团提供优质酿酒高粱,打造地企携手发展新路径,共创互利共赢新局面。

关键词二:心

此次开播仪式也让外界见证了汾酒的“粮”心。

此次开播仪式设在汾酒原粮基地,这里被汾酒人亲切地称为“第一车

间”。

汾酒是国内最早一批开始建设原粮基地的酒企。为了酿出一杯好酒,汾酒从2009年便将原粮基地纳入企业战略规划,并由此开始了“第一车间”的全国化布局。

从品种上看,汾酒不仅有高粱原粮基地,还有大麦种植基地、豌豆种植基地,实现了高粱、豌豆等粮食的绿色生产,并成功选育“汾粮30”“汾麦30”良种,提高粮食利用率。

从空间上看,汾酒以北纬36度—45度的“黄金种植地带”为基准,跨越数万公里,根据三大原粮作物生长与轮作特点与区域环境优势,选择在国内原粮主产区、核心区、优势区进行空间布局,涉及山西、河北、吉林、内蒙古、甘肃等多个省份。

如今,汾酒“第一车间”的布局已经成效显著,原粮种植总规模达到了130万亩以上,形成了“土地一备案+五统一”的原粮基地种植管理模式。这也为汾酒的纯粮酿造提供了坚实的基础,正所谓“手中有粮,心里不慌”,汾酒的发展也将增添信心和动力,成为推动汾酒高质量发展的起点。

汾酒将原粮基地作为“第一车间”,不仅表达了汾酒人从源头把好生产关的决心,更将汾酒的“粮”心表露无遗。

汾酒始终坚持传统的纯粮酿造工艺,以优质小麦、大米等优质粮食为原料,经过精细的糖化、发酵、蒸馏等工艺,呈现出独特的风味和丰富的层次感,这种纯粮酿造工艺不仅提高了汾酒的品质,而且使其口感更好,香味更纯正、挺拔。

汾酒之所以畅销不衰,并由此引领清香热,纯粮酿造带来的高品质即为保证。

为此,汾酒股份总经理助理宋亚鹏在此次开播仪式上表示,汾酒高品质酿造专用高粱开播,开辟了汾酒原粮基地纯系高粱发展的新赛道,是汾酒践行新发展理念、因地制宜发展新质生产力的生动实践,也是汾酒推进高质量发展的起点,走在实现汾酒复

兴的最前沿。

关键词三:绿

多年来,汾酒坚持生态优先、绿色发展的理念,严格质量标准和技术标准,打造高质量酿酒原粮产地。

站在汾酒原粮基地上,人们能够切身体会到汾酒“生态优先”的发展理念。

汾酒从源头上确保“绿”,持续扩大原粮基地绿色认证范围,大麦基地全部实现绿色认证,从原粮基地采购优质高粱、大麦、豌豆等酿酒原材料。

汾酒生产的产品也足够“绿”,不仅通过了绿色食品认证,2023年年底,汾酒、竹叶青酒等五款主线产品还获得了方圆产品碳足迹证书。

汾酒还从制度上、管理上保障“绿”。2023年6月,其正式启动碳达峰行动,并编制《汾酒碳达峰行动方案》《汾酒操作低碳化方案》,促进实现转型升级,走上可持续发展的必经之路,也因此荣获国家级“绿色工厂”称号。

汾酒还不吝投入保住“绿”。汾酒乡村振兴工作队以帮销、促产、稳岗为目标,通过集中采购助销、线上平台促销、工会采购、队员助销的方式来开展消费帮扶,带动村民就业。由此,汾酒的产业链建设进一步完善,带动供应链上下游发展,实现绿色高质量发展与社会责任并重。

“绿水青山就是金山银山。”白酒酿造讲究的是汇聚天时、地利、人和之势,尤其应当注重人与自然、生态的和谐统一。多年来,汾酒以“绿色酒都”为奋斗目标,推进原粮基地建设,深耕绿色产业布局,始终致力于为广大消费者精酿出“最干净、最纯正、最健康、最文化”的美酒。

如今,绿色、健康已经成为全社会的普遍需求。“绿色汾酒”是汾酒对消费者的诺言,汾酒由此将备受消费者的支持,其核心竞争力也将得以进一步巩固。

从这个意义上来说,此次汾酒高品质酿造专用高粱开播,将为其高质量发展带来新的希望。

(汾文)