



红川酒业：

塑造酒业文化 助力品牌成长

牛瑞娟 冯国强

随着酒类消费需求逐渐趋向多元化、理性化和个性化，酒类产业也更加注重酒文化的建设，酒文化正在成为中国酒业发展的新动能。近年来，红川酒业以文化为立企之本，发展之基、品牌之源，以其过硬的品质、日渐扩大的品牌影响力和日益完善的企业文化及酒文化建设赢得市场青睐。红川酒业在陇原这片热土上，坚持以文化为根基，以时间酿美酒。

风土塑造文化本源

红川酒业位于徽成盆地腹部、陇南市成县东部的红川镇，门口有缓缓流淌的洛河，对面有巍然屹立的甸山。这里属西秦岭余脉徽成盆地、长江流域嘉陵江水系，气候为南北过渡性暖温带半湿润气候区，四季分明、气候宜人，生态良好、土地肥沃。同时，这里年均气温11.9℃，年均降水量620毫米，无霜期210天，年日照时数可达1625小时，且境内有“一江三河”（犀牛江、东河、南河、洛河）以及鸡峰山、西狭颂、泥功山、五仙山等，全县森林覆盖率达48.5%，被评为“甘肃最宜居的地方”之一，是镶嵌在西北腹地的一颗璀璨明珠。

珠。凭着独特的地理环境、风土人文和代代相传日益精进的酿酒技艺，红川酒已然成为陇酒中独一无二的存在。

早在一千多年前，就有红川镇的先民在此耕作劳作，繁衍生息，农耕历史悠久。得天独厚的温润气候，不可多得的产区优势、依山傍水的小盆地地理环境和风土人情，造就了红川酒绵、甜、净、爽、醇的独特风格，成就了其粮香突出、窖香浓郁、曲香纯正、陈香舒适的口感优势，也成为红川酒文化特色的底蕴和本源。

品牌书写文化内涵

品牌是企业文化的集中体现。在红川酒业的发展之路上，最知名的莫过于在“因为纯粮，所以自信”基础上衍生出的“七大自信”，即产区自信、文化自信、历史自信、品质自信、品牌自信、营销自信和发展自信。这“七大自信”是红川酒业自2008年改制到现在，在15年发展历程中，依托中华老字号的品牌优势快速崛起并逐步走向全国的总结和见证。

品牌建设非一朝一夕之功，是久而久之、长期积累的过程。红川酒业全体系的产品优势全方位展示了红川酒的文化内涵。在品质得到有力保障的前提下，红川酒业深度挖掘品牌优势，增加品牌厚度。通过不断更新产品提升品牌高度，红川酒业现有“成州”“红川”两大品牌，并拥有六十多款产品。其中，有锦绣

陇南、金成州等王牌产品和经典成州、飞天成州、红川特曲等明星产品，还有发展迅速的金红川系列、锦绣陇南青山、绿水等后起之秀，以及65度成州原浆、红川小镇等特色产品。价格涵盖高、中、低档，可满足所有场景需求，久经市场检验，深受消费者喜爱。

如今，红川酒业已从一个地方性的品牌、区域性的酒企成长为陇酒十大品牌、甘肃民营企业纳税10强、甘肃民营企业营收50强、中国白酒生产企业100强、中国白酒品牌价值200强。虽然红川酒业的文化和影响力还在不断扩大，但其并没有将品牌和文化辐射力囿于自身，而是将自身的文化建设和发展投身陇酒产业发展中，把实现“陇酒百亿目标”作为企业发展目标之一，不断丰富陇酒文化内涵，助推陇酒产业高质量发展。

历史注解文化底蕴

悠久的历史是红川酒业拥有文化自信的底气，也是红川酒文化不断更新发展的底蕴。而传承千年的，还有延续至今的酿造技艺。

红川酒的酿造技法源自古代的“春和酒”烧坊，并吸收了四大名酒酿造工艺之精粹，取长补短，兼容并蓄，一草一法，遵从古训，一招一式、恪守传统。红川酒的酿造从剥窖、起窖、拌粮、上甑、摊晾、下曲到入窖都注重纯手工技艺。这种传承也

使得红川酒在2006年中华人民共和国商务部组织的“中华老字号”评选工程中，以悠久的酿酒史成为全国首批入选的35家白酒企业之一。其酿造技艺于2017年10月被省政府列入第四批省级非物质文化遗产保护名录。

在精妙的酿酒工艺中，时间和传承是一件隐秘的工具。在不断引进现代先进设备的过程中，红川酒始终不忘手工酿造工艺，持续加强对纯手工技艺的保护工作。一路走来，红川酒收获了绿色健康成就奖、国家地理标志保护产品、绿色食品等荣誉。其口口相传的口碑和优良的产品品质，不仅为在全国市场上取得了一席之地，也为保护和发扬酿造技艺提供了极大的有利条件。

如今，红川酒业正努力建设集“产销、文旅、科普、体验”于一体的大景区式酒业生态园。这无疑是红川酒立足文化底蕴，探索技术创新，打造共享科创生态，以极致的产品质量铸造品牌之魂的有力之举。

美酒醇香，传承千年。红川酒的千年文化传承，犹如其酒本身，层次极为丰富。这缘于每一位红川人善于调兑新与旧，时间与自然，继承与发扬……未来，红川酒将始终不忘“踏实做人 认真做事”的初心，始终坚守“纯粮酿造，质赢天下”的匠心，不断坚定文化自信，积聚磅礴文化势能，打造文化名酒典范，在促进陇酒高质量发展的路上书写新的篇章。

伊力特：精研甘肃市场 把脉问诊送良方

牛瑞娟

10月30日，新疆伊力特实业股份有限公司党委副书记、总经理陈双英一行到我省考察调研，并就伊力特市场发展情况、运营模式等进行了座谈交流。

座谈会上，伊力特河西市场负责人就市场上同质化产品对伊力特的冲击提出了区别市场和产品的建议；陇东市场负责人就伊力特省内知名度低、品牌影响力不足等问题提出了建议；兰州市场负责人就目前推广的“品鉴”和“体验式消费”为主的品牌推广模式进行了介绍；市场团购部负责人就产品价格平均化提出了相关意见。

伊力特公司作为新疆白酒龙头企业，所经营的“伊力”品牌系列白酒，用天山雪水、伊犁河谷优质高粱、小麦、大米、玉米、豌豆五粮为原料，采用传统工艺及现代科技精心酿制，入口醇甜，酒体丰满，被誉为“新疆第一酒”。该产品获得国内外50余项殊荣，连续多年被中国保护消费者基金会和消费者协会推荐为“消费者信得过产品”，产品销往全国30余个省市。

陈双英表示，与去年相比较，伊力特甘肃市场今年的营销有所起色。这得益于甘肃运营公司扎实的市场布局和营销方式。甘肃市场想要有更进一步

的发展首先要改变营销方式，要将精准营销和数字营销相结合，通过数字和网络实现多渠道营销。同时，通过掌握消费终端来实现产品和品牌更精准地推广。对品牌在甘肃影响力和知名度不够的现实情况，集团公司将会进一步加大在甘肃市场的品牌和产品宣传投入，出台相关扶持政策，“一企一策”争取将甘肃做成样板市场。

新疆伊力特品牌运营公司副总经理韩福民表示，提高伊力特品牌在甘肃市场的知名度和影响力首先要做好业务解答。每个销售人员要对品牌、产品和企业营销有高度理解和认可。在此基础上，站在集团公司的高平台上实现品牌推广和企业的高质量发展。

伊力特公司作为新疆白酒龙头企业，所经营的“伊力”品牌系列白酒，用天山雪水、伊犁河谷优质高粱、小麦、大米、玉米、豌豆五粮为原料，采用传统工艺及现代科技精心酿制，入口醇甜，酒体丰满，被誉为“新疆第一酒”。该产品获得国内外50余项殊荣，连续多年被中国保护消费者基金会和消费者协会推荐为“消费者信得过产品”，产品销往全国30余个省市。

金徽酒原产地荣获『世界美酒特色产区』称号

日前，由中国酒业协会主办的主题为“世界名酒·共享荣耀”的第十九届中国国际酒业博览会在国家会展中心(上海)举行。开幕式上，金徽酒原产地徽县荣获“世界美酒特色产区”称号。会展期间，徽县人民政府与中国酒业协会签订了共建产区战略合作框架协议。

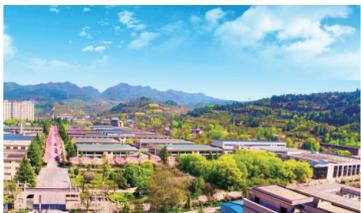
作为依托于水土的产品，白酒的品质与产区生态的优劣息息相关。金徽酒多年的稳健发展，与其背后依托的位于秦岭深处、生态条件优异的产区有着密切关联。

好山好水酿好酒。大自然是最好的酿酒师。金徽酒产地徽县位于我省东南部秦岭南麓、嘉陵江畔，地处徽成盆地。这里海拔704米—2504米。金徽酒厂所在的伏家镇位于北纬33度，是酿造天然好酒的黄金地理带，降水量充沛，平均气温11.36度，无霜期174天，气候适宜微生物的生长繁殖。这种四季温润、空气清新、水源清洁、植被茂密的自然环境使得这里形成了独有的酿酒微生物菌系，为酿造生态美酒提供了优越环境。

徽成盆地自古出美酒。千年的酿酒历史和文化底蕴，成就了“世界美酒特色产区”“酒乡”的美誉，诞生了“金徽酒”国家地理标志保护产品。如今，在占地2000多亩的金徽生态酿酒园，上万口老窖池滋养的数百种微生物生生不息，6万平方米的陈酿酒库天人合一，440多年的槐木酒海源远流长。

据了解，白酒产区的概念由中国酒业协会于2015年首次提出。2017年中国酒业协会在当年度举办的中国国际酒博会上，明确划分并评选出世界十大烈酒产区、世界美酒特色产区，并着力研究如何培育美酒产区的发展。徽县入选世界美酒特色产区，让生长于此的金徽酒，通过产区表达，迈出了构建世界名酒品质、提升品牌形象地位的重要一步，也将推动金徽酒早日实现“跻身中国白酒十强，打造中国知名白酒品牌，建成中国大型白酒酿造基地”的目标。

(石刚强)



金徽酒厂厂区。



荣誉证书。

滨河集团：硬核实力铸就行业标杆

万秀秀

9月27日，中国酒类流通协会在北京国家会议中心发布《华樽杯第十五届中国酒类品牌价值200研究报告》。报告中，甘肃滨河食品工业(集团)有限责任公司(以下简称“滨河集团”)2023年度品牌价值为173.33亿元，位居甘肃白酒品牌价值第一名。这已是该集团连续6年蝉联第一。其中，旗下品牌“滨河九粮液”荣获“2023年度华樽杯甘肃高端白酒代表品牌”称号，“滨河九粮春”荣获“2023年度华樽杯甘肃最受消费者喜爱白酒品牌”称号。

10月9日，第二十五届比利时布鲁塞尔国际烈性酒大赛结果出炉，“滨河鸿运九九”获第25届布鲁塞尔国际烈性酒大赛银奖。由此可见，滨河集团受到了越来越多消费者的欢迎与认可。

滨河集团成立于1984年。近40年来，该集团秉承“人至诚、酒至醇、业至远”的价值观，发扬“务实、开拓、创新、奉献”的企业精神，精耕细作、开拓创新，于2003年跻身中国白酒工业100强，被评为甘肃省60家重点工业企业，连续5年入选甘肃民营经济50强。

以品质为根 从传统中汲取智慧

自2016年滨河集团被评为“甘肃白酒品牌价值第一名”，旗下九粮液品牌被中国酒类流通协会、中华品牌战略研究院评定为“2016年度华樽杯甘肃高端白酒领军品牌”，滨河集团逐渐在行业崭露头角，荣获

多项“华樽杯”等相关奖项。

如果说品牌价值是衡量企业综合实力和品牌影响力的重要体现，那品质则是品牌的灵魂和保障。近年来，滨河集团以“弘扬九粮香型，培育最具价值品牌”为使命，取汉代九酝酒法，依托“河西粮仓”原粮优势和“塞上江南”绿洲生态环境，以九粮六曲荟萃于一窖，融现代生物酿造技术于一体，创新推出“九粮九轮”酿造工艺，纯粮酿造、匠心工艺，走出了一条以品质带动品牌、以品质提升价值的高质量发展之路。

凭借独创的“九粮九轮”酿造工艺，滨河集团取得4项国家专利，并被列入省级非物质文化遗产保护名录。旗下的甘肃滨河九粮酒业公司被认定为“中华老字号”企业。“53度滨河九粮液”荣获“2022 ISGC国际烈性酒(中国)大奖赛金奖”，“青云九九”和“滨河12年”荣获“2023年IWSC国际葡萄酒及烈性酒大赛金奖”。

“第十三届亚洲葡萄酒质量大赛赛霞珠干红葡萄酒类金奖”“2022秋季法国国际有机葡萄酒大赛金奖”“第29届比利时布鲁塞尔国际葡萄酒大赛金奖”等多项荣誉，让滨河集团葡萄酒“国风赤霞珠MAX”赢得消费者的肯定。近年来，滨河集团旗下国酒庄积极响应“陇酒百亿计划”，在省商务厅及酒促中心的指导下，积极抱团发展“走出去”，持续为品牌赋能，加强陇酒名优品牌培育，不断提升陇酒品牌的辨识度和影响力。

以生态为基 从绿色中获取养分

2020年，滨河集团九粮液文化



滨河酒厂一角。

旅游景区成功入选2020年“中国森林体验基地”；2021年，滨河集团成功入选“甘肃省绿色制造体系”，被认定为“甘肃省第二批绿色工厂”，并获得国家级“绿色工厂”称号。荣誉的背后，是滨河集团坚持生态优先、绿色赋能，树立河西走廊生态好酒标杆的生动写照。

在祁连山下、河西走廊腹地，滨河集团将一望无际的戈壁化作3万亩生态园，打造绿色工厂，建造别具一格的酿酒基地，用实际行动谱写着绿水青山就是金山银山的发展乐章。据了解，自1998年起，滨河集团便开始了万亩防风林带的建设。2015年，滨河集团再次高起点规划、高标准建设产业园区，加快园区整体改造升级，将占地2.6万亩的滨河九粮酒城打造成为河西走廊规模最大的绿色生态酿酒基地。

目前，滨河集团建有甘肃张掖、四川蒲江两个酿酒基地，地理位置优越，年生产能力均为1万吨。同时，滨河九粮液4A级文化旅游区已

挂牌运营。此外，滨河集团还计划投资25亿元，分三期建成“滨河生态科技文化创意产业园”，发展集现代农业、林业、旅游业为一体的现代化生产基地。在“建绿色滨河九粮酒城，筑河西走廊生态屏障”理念的引领下，滨河集团在实现自身发展的同时，持续推动着生态文明建设。

以创新为翼 从科技中收获突破

2004年，滨河集团被中国食品工业协会白酒专业委员会评定为“首届中国白酒科学技术大会优秀科技成果奖”；2016年，荣获“全国实施卓越绩效模式先进企业”；2021年，荣获“食品工业协会科学技术奖”；2022年，滨河集团董事长许福林被中国食品工业协会评选为“全国食品工业科技创新领军人物”荣誉称号；滨河集团研发项目“葫芦巴香味植物在九粮香型白酒生产中的

风味研究”荣获“中国食品工业协会科学技术奖三等奖”。多年来，滨河集团借助科技创新力量，不断迭代升级，将古法酿酒工艺与工业互联网、人工智能等技术相结合，着力打造国内领先的数字化、智能化工厂，不断推进高新技术与白酒酿造深度融合。

值得一提的是，滨河集团打造的甘肃高端白酒典范——滨河九粮液，是一款历经六代产品的陇酒经典。作为“九粮九轮”酿造工艺的缔造者，滨河集团建立了具有自主知识产权的九粮香型生产标准。这标志着一个新的白酒品类的诞生，填补了甘肃白酒酿造无自主香型的空白，为滨河集团未来跻身一流酒企的行列奠定了坚实的基础。近年来，随着消费升级和消费需求的变化，滨河集团持续加大科研力量投入，加强科研协同攻关，充实科研人才培育等，率先在九粮香型白酒生产上开发了生产工艺、酒体设计、风味成分等一系列创新研究，为推动白酒和食品行业的发展作出了突出贡献。

作为省级技术中心，滨河集团科研中心现有国家级品酒师7人，省级品酒师26人。科研团队曾被中华全国总工会授予“五一劳动奖状”，科研创新能力位于全国前列。

潜心钻研酿酒技艺，孜孜不倦追求卓越品质。在新征程上，滨河集团正乘势而上，以高质量发展为目标，传承工匠精神、坚守品质追求，培育创新动能，“振翅”飞出陇原、飞向世界，让中国白酒品牌在世界舞台熠熠生辉。



特别关注 tebieguanzhu

义顺集团应邀参加2023酒业发展高峰论坛

10月26日，首届“中国(宝鸡)国际酒业展览会”在中国凤香型酒城宝鸡国际会展中心举办。展会以“丝路美酒·醇享世界”为主题，旨在促进全球酒业交流与合作。作为本届展会的重要活动之一，2023酒业发展高峰论坛于

当日下午同步举办。甘肃省酒业协会会长、甘肃义顺集团董事长张秉庆应邀参加论坛。

本次论坛由中国国际商会指导，中国食品土畜进出口商会和陕西国际商会承办，深圳酒海导航传媒有限公司协办。论坛上，张秉庆

以《百年商号的第一密码》为题，讲述了义顺五代人用98年的时间，将义顺集团发展壮大，成为酒类营销行业的头部企业。

张秉庆说，义顺是一个满载历史故事的老商号，“仁义”是企业实现百年延续发展的第一密码。义顺人始

紫轩酒业峪泉坊白酒将布局兰州市场

作为嘉峪关知名白酒品牌，近年来，紫轩酒业在酒钢集团的大力支持下，坚持以“市场为导向，客户为核心，经营是前提、质量是后盾”的经营发展思路，在竞争激烈的酒类市场逐步站稳脚跟，在巩固酒泉、嘉峪关市场的基础上，开始进军兰州市场。

“经过近3年的不断尝试和大范围品鉴，今年我们的峪泉坊系列白酒

在兰州市场团购渠道上取得了超过300万元的销售额。”兰州酒类同业协会副会长、甘肃紫轩销售有限公司兰州分公司总经理刘应森表示，紫轩酒业峪泉坊白酒将开始布局兰州市场，建设渠道终端，以方便喜爱紫轩酒业峪泉坊白酒的消费者就近购买。

峪泉坊白酒选用祁连山冰川水和河西走廊绿色原粮，采用独有的二次

精馏特殊工艺，曲优而窖老，贮藏而酒香，形成其独特的优雅风格，闻香优雅细腻，入口绵甜柔顺，包装古朴典雅。

紫轩酒业现有葡萄酒50大系列上百款单品，白酒三大系列30余款单品。峪泉坊F9(嘉筵)曾获得第九届西北五省酒类质量品评优质产品奖中国酒业酒文化论坛最高奖项——青酌奖，峪泉坊兼香白酒曾获得国家长城

终以“仁中取利 义内求财”为原则，时刻关心客户、厂家、员工和社会。如今，义顺集团拥有60家子公司，代理经营100多种酒类产品，为1万多家零售门店和数万名会员提供服务。当前，酒业已进入新一轮调整期，行业分化不断加剧。义顺将继续探索更具创造力和活力的发展道路，推动行业高质量发展。

(王培)

食品安全科学技术奖二等奖、中国食品工业协会科学技术奖三等奖、第九届西北五省酒类质量品评优质产品奖等多项殊荣。今年，峪泉坊君和兼香清液兼香型白酒面市后，填补了国内浓液兼香型白酒的市场空白。

经过40多年的持续发展，紫轩酒业现已形成了产、供、销全链条的发展格局，在嘉峪关市场成为头部白酒品牌，并辐射甘肃各区域市场，同时依托紫轩酒业全国销售体系，持续拓展省外市场。

(张文治)

莫高葡萄酒荣获世界沙漠葡萄酒大赛金奖

日前，2023乌海沙漠葡萄酒文化旅游节闭幕式暨世界沙漠葡萄酒大赛颁奖典礼在内蒙古自治区乌海市乌海湖景区成功举办，莫高沙地阳光赤霞珠干红葡萄酒、庄园白比诺干葡萄酒两款产品荣获大赛金奖。

乌海沙漠葡萄酒文化旅游节暨世界沙漠葡萄酒大赛活动是为促进葡萄酒产业健康发展，提高不同类别优质葡萄酒产品的知名度和市场占有率，增强国际竞争力，加强国际国内交流与合作而举办的一次葡萄酒行业大型活动，是一次以全新视角体验葡萄酒的文化魅力和发展活力的专业活动。

莫高庄园位于祁连山下。产区气候凉爽、干燥，昼夜温差大，是天然的酿酒葡萄生长基地。莫高庄园酿酒葡萄树龄达35年以上，为莫高高品质葡萄酒提供了原料保障。

(李楠)