



金徽酒:打造陇酒发展新样本

牛瑞娟

在白酒行业竞争日益激烈的背景下,金徽酒股份有限公司(以下简称“金徽酒”)凭借其独特的战略眼光和扎实的市场布局,为企业高质量发展持续注入动能,业绩实现稳步增长,品牌影响力不断提升,企业高质量发展迈上新台阶。

3月21日,金徽酒发布的2024年年度报告显示,报告期内公司实现营业收入30.21亿元,同比增长18.59%,净利润3.88亿元,同比增长18.03%。年营收突破30亿大关,不仅验证了其战略路径的有效性,而且为其从西北迈向全国的后续发展积蓄了新的动能。同时,金徽酒还明确了2025年的增长目标,力争全年实现营业收入32.80亿元、净利润4.08亿元,展现了对未来的坚定信心和决心。



金徽酒厂。

品质为先 打造核心竞争力

金徽酒历来重视白酒的品质。公司始终将提升产品质量放在首位,通过技术创新和工艺优化,不断提升产品的口感和品质。金徽酒采用传统固态发酵工艺,结合现代科技手段,对原料选择、发酵控制、蒸馏提取、陈酿存储等各个环节进行精细化管理,确保每一滴酒都达到最佳品质。

此外,金徽酒还注重产品线的丰富与升级,满足不同消费者的多样化需求。从高端系列到中低端系列,金徽酒均提供品质上乘、口感独特的白酒产品,满足了从商务宴请到家庭聚会等多种场合的消费需求。这种以品质为核心的发展策略,不仅提升了金徽酒的市场竞争力,也为公司实现高质量和可持续发展奠定了坚实基础。

品牌建设 塑造品牌形象

在白酒行业,金徽酒深知品牌是企业的重要资产。因此,公司在品牌建设方面投入了大量精力。通过赞助“金徽杯”系列体育赛事、举办“樱花节”文化展览、组织回厂游品鉴会等多种形式,不断提升品牌知名度和美誉度。同时,金徽

酒还注重品牌故事的讲述,将甘肃的历史文化与金徽酒的品牌故事相结合,打造出具有浓郁地域特色的品牌形象。

在品牌传播方面,金徽酒充分利用传统媒体、新媒体平台,通过线上线下互动,加强与消费者的沟通与联系。公司不仅建立了官方网站、微信公众号等线上渠道,还在全国范围内设立了多个品牌体验店和专卖店,旨在为消费者提供全方位的品牌体验。这种全方位、多层次的品牌建设策略,不仅提升了金徽酒的品牌影响力,也增强了消费者对品牌的忠诚度和认同感。

市场拓展 布局全国市场

随着消费升级和白酒市场的不断扩大,金徽酒积极调整市场战略,加大市场拓展力度。公司不仅巩固了甘肃本土市场,还逐步向周边省份和全国市场扩张。通过设立分公司、建立销售网络、开展促销活动等多种方式,金徽酒不断提升在全国市场的知名度和占有量。

在省内市场拓展方面,金徽酒始终坚持“布局全国、深耕西北、重点突破”的战略路径,通过一县一策的灵活运营策略,深度开发市场潜力。金徽酒持续巩固其基地市场地位,通过加强渠道建设、提升品牌影响力和消费者培育工作,实

现了收入的稳健增长和市场占有率的不断提升。年报显示,金徽酒在甘肃地区的营业收入达22.31亿元,同比增长16.14%,市场占有率稳居前列。

在省外市场拓展方面,金徽酒也取得了突破性进展。公司积极向华东和北方地区拓展,通过优化商业模式、加强消费者培育和推广成功样板市场案例,成功打开了省外市场。年报显示,2024年,金徽酒的经销商增加了137家,其中121家是省外经销商。

此外,金徽酒还积极掘金数字经济红利,将线上渠道打造成为业绩增长的强劲引擎。年报显示,2024年,公司互联网销售收入达到8399.68万元,同比增长43.36%。这一增长不仅扩大了金徽酒的品牌影响力,也成为其全国化营收增长曲线的第三极。

绿色发展 践行社会责任

在追求经济效益的同时,金徽酒也非常重视环境保护和履行社会责任。公

司积极响应国家节能减排的号召,采用先进的生产技术和设备,降低能耗和排放。同时,积极参与社会公益事业,通过捐款捐物、开展志愿服务等方式回馈社会。

在绿色发展方面,金徽酒注重原料的可持续利用和废弃物的有效处理。公司采用环保型包装材料,减少对环境的影响;加强对废弃物的分类处理和回收利用,实现了资源的循环利用。这种绿色发展理念不仅体现了金徽酒的社会责任感,也为公司的可持续发展提供了有力保障。

展望未来,金徽酒不仅承担着发展壮大陇酒产业的责任,也肩负着追求卓越产品品质和传承深厚文化的企业使命。金徽酒将继续秉持战略上的坚定性与创新上的蓬勃活力,聚力打造陇酒发展新样本,推动陇酒驶入高质量发展“快车道”。

特别关注



金徽酒人才公寓。

图片新闻



3月30日,甘肃义顺集团在兰州举办了以“百年义顺传薪火 再续辉煌启新章”为主题的庆祝义顺公司建号100周年庆典活动。在庆典活动中,义顺集团对企业优秀合作伙伴和先进员工进行了表彰,并首发“图说百年义顺”和“圆梦百年义顺记”甘肃酒业特刊,展示了其百年发展历程和深厚的文化底蕴。图为在庆典活动现场,甘肃义顺集团董事长张秉庆发表致辞。

峪泉坊“福20”荣膺2024年度青酌奖

闫涛

3月28日,在四川泸州举行的2024年度“青酌奖”评选颁奖盛典传来喜讯,甘肃雄关酒业有限责任公司出品的峪泉坊“福20”成功斩获“青酌奖·酒类新品”荣誉奖项。此次评选活动中,白酒方面共有来自全国的190余款产品报名参与角逐。最终峪泉坊“福20”凭借协调的酒体风格和口味,在一众参赛产品中脱颖而出并斩获奖项,体现了峪泉坊白酒一直以来追求精益求精的匠心品质。

峪泉坊“福20”作为甘肃雄关酒

业公司2024年推出的“福系列”新品之一,臻选优质高粱、小麦、大米、糯米、玉米为原料,搭配祁连山冰川雪水,融合嘉峪关地域特色,运用传统白酒工艺精酿而成。其酒体风格独特、窖香优雅、绵甜醇厚、尾净悠长,令人回味无穷,是甘肃雄关酒业公司近年来在技术研发、品质管控与品牌塑造上持续发力的结晶。

“青酌奖”作为酒类行业最具权威性的新品评价活动之一,由中国酒业协会于2015年创立。其评委由酒业专家、消费者、媒体及经销商组成,通过闻酒香、观酒色、品酒味,对参赛酒品的色泽、口感、风味、风格

等进行全面评价。

峪泉坊“福20”获得“青酌奖”认可,不仅标志着甘肃雄关酒业公司在酿造技术上的重大突破,也展现出企业坚守品质初心、持续追求匠心、不断推动公司高质量发展的信心和决心。这一荣誉也充分证明了年轻一代酿酒师在白酒酿造领域的卓越才能和专业素养。他们以精湛的技艺和对品质的执着追求,为峪泉坊“福20”注入了独特的灵魂,使其在众多白酒新品中独树一帜,赢得了评委们的一致好评。未来,雄关酒业将继续推出更多高品质的白酒产品,为消费者带来更加美好的味觉体验。

3月27日,新疆伊力特实业股份有限公司(以下简称“伊力特”)相关负责人对伊力特酒业在甘肃市场的发展情况进行了走访。通过走访深入了解市场动态,把握消费者需求,进一步推动伊力特品牌在甘肃市场深耕细作。

其间,伊力特相关负责人与甘肃地区的经销商进行了座谈交流。座谈会上,甘肃伊力特品牌运营有限责任公司董事长王希科就甘肃伊力特的发展情况进行了介绍。他表示,伊力特当前营销额同比增长12%,市场覆盖率突破80%,今年计划在全省发展形象专卖店30家、特约经销商300家。经销商们也纷纷发言,详细介绍了伊力特产品在甘肃市场的销售情况、市场份额以及消费者反馈。

特约经销商表示,伊力特作为新疆知名品牌,其独特的风味和卓越的品质在甘肃市场赢得了广泛的认可和好评。同时,经销商们也提出了一些在市场推广、品牌宣传等方面存在的困难和挑战,希望集团能够给予更多的支持和帮助。

在认真听取了经销商们的意见和建议后,伊力特相关负责人表示,伊力特作为新疆酒业的佼佼者,有责任也有义务将优质的产品和服务带给甘肃的消费者。同时从产品选择和宣传营销两方面为甘肃市场的发展给出了建议。在产品层面,他提出,需更深入地分析市场和消费者需求,挑选出既符合当地特色又贴合消费者购买力及消费习惯的产品进行推广销售,以确保产品与消费者及地区特性高度匹配;对于消费能力较强的区域,应着重提升产品和品牌的集中度,构建产品矩阵,使各产品之间能够相互支撑、互补优势。在销售领域,伊力特相关负责人提出,甘肃市场需革新发展理念,秉持以消费者为中心的消费观,深入调研并悉心倾听消费者的心声与需求。同时,要积极通过创新多样的活动和营销策略,主动创造宣传亮点,不断扩大品牌的影响力与知名度。

随后,伊力特相关负责人还深入一线实地走访了多家经销商。在终端销售点,他仔细查看了产品的陈列情况,与销售人员了解销售过程中的困难和需求。28日,伊力特相关负责人还走访参观了甘肃义顺集团。双方就酒类经销、市场拓展、品牌建设等方面进行了深入交流,共同探索酒类市场的新机遇。(牛瑞娟)

酒界资讯

红川酒香飘2025年成县招商引资(厦门)推介会

近日,由甘肃陇南成县人民政府主办、成县招商局承办的2025年甘肃成县招商引资推介会在厦门举行。红川酒业亮相推介会,并举办了品鉴活动。

推介现场,红川酒业系列产品大放异彩,65度成州原浆、青山锦绣、绿水锦绣、锦绣陇南、金成州、金红川自酿18号等高端产品一一亮相。与会嘉宾纷纷驻足,在品鉴美酒的同时,深入了解红川酒业的发展概况、历史沿革、文化传承、酿造工艺及未来发展规划。

作为成县的一张亮丽“名片”、甘肃白酒的典范,在推介会现场,红川酒不仅以其纯粮酿造工艺、卓越品质和独特的历史文化底蕴,成为了全场的焦点,更是凭借其绵长柔美、自然生香的风格和醇香四溢、回味悠长的口

感,赢得了与会嘉宾的高度评价与广泛认可。

来自厦门的企业代表表示,红川酒不仅展现了“陇上江南”生态白酒刚柔并济的独特魅力,而且其口感品质在全国白酒中也不逊色。不少商界人士对红川酒的未来充满期待,并希望其能以此次推介会为新起点,进一步拓展市场,助力陇酒走进东南沿海地区,实现品牌价值的深度释放和跨越式发展。

红川醉鹭岛,陇韵满厦门。红川酒业将以此推介会为契机,继续秉承工匠精神,紧抓发展机遇,依托自身纯粮酿造的优势和深厚的文化底蕴,持续提升品牌影响力,积极拓展外部市场,助力地方经济社会高质量发展,谱写白酒行业新篇章。

(贾丽)

滨河集团两大产品荣获“中国酒业华夏奖”

日前,由华夏酒报社、中国酒业新闻网主办的2025“中国酒业华夏奖”颁奖典礼在四川成都举行。颁奖现场,滨河集团产品滨河九粮液荣获“2024最具香型创新品牌”,青云九九荣获“2024最具标杆价值品牌”。两项大奖不仅彰显了滨河集团在白酒领域的卓越实力,更印证了九粮香型品类的影响力。

作为中国酒业年度最具影响力的企业盛典,该活动吸引了全国200余家酒企代表、行业协会领导及专家学者齐聚一堂,共同见证年度行业标杆的诞生,并围绕产业热点议题展开深度对话。颁奖典礼以“荣耀时刻”为

线索,通过12个环节逐一揭晓年度重磅奖项。同时,对一系列品牌和产品进行了表彰,旨在展示酒业内的卓越成就与创新精神。

多年来,滨河集团秉承初心,坚守工匠精神,精选有机原料,坚持九粮九轮酿造工艺,严格把控质量,不断进行技术创新,让更多人认识、了解九粮香型的独有魅力,用优秀的品质回馈消费者的信任,坚守好酒企业的标杆。此次获奖充分展示了国内白酒行业对滨河集团旗下品牌及九粮香型品类的关注与支持。未来,滨河集团将走向更加广阔的世界舞台,推广滨河酒品牌的文化与品质。(王晓)

皇台酒业获CWN国际烈性酒·葡萄酒大赛多项大奖

3月24日

日,第二届CWN国际烈性酒·葡萄酒大赛颁奖典礼在成都举行,皇台酒业捧得六项金奖。同时,皇台酒业旗下产品经典皇台、皇台窖底原浆、凉州皇台分别荣获“中国酒业华夏奖”2024年度最具标杆价值品牌奖、2024年度最具复兴价值品牌奖、2024年度最具投资价值品牌奖,皇台酒业副总经理、总工程师陈兵荣获“中国酒业华夏奖”匠心人物奖。

CWN国际烈性酒·葡萄酒大赛由《华夏酒报》主办,秉承“定义世界烈酒·葡萄酒的中国价值,向消费者推荐符合中国口味的世界好酒”的理念,联合由

国内外专家、酒业大商、专业消费者以及专业媒体等组成的专业评委团队,推出具有中国特色的世界美酒评价标准,致力于扩大中国美酒产品的国际知名度,提升中国美酒产区的品质认同感,树立中国好酒与世界共享的良好形象。

此次颁奖典礼上,皇台酒业凭借其卓越的产品品质,荣获一系列奖项与品牌荣誉,不仅彰显了皇台酒业卓越的品牌影响力,更展现了其强劲的市场竞争力。皇台酒业将以此次获奖为契机,继续秉承工匠精神,致力于为广大消费者奉献更多品质卓越的酒类产品。

(李贵勇)