



今年一季度杜康控股实现开门红,市场销售额同比增长100%,产品供不应求,掀起了豫商卖豫酒、豫人喝豫酒的热潮

匠心品质 创新营销 推动杜康高质量发展

——探秘酒祖杜康转型升级之路

深入车间

探寻杜康酿造之秘

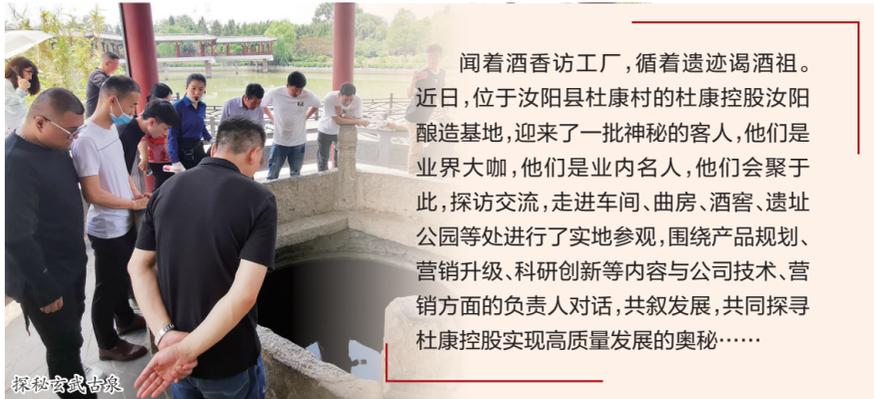
闻着酒香,大家在杜康控股总工程师张献敏和解说员鲍亚琼的带领下,走进酿造车间,酿造工人正顶着夏日的高温辛勤忙碌,拌料的、装甑的、摊晾的、入窖的……入目皆是氤氲的蒸汽,入鼻皆是醇厚的酒香,车间里一派繁忙的景象。再往远处看,数百个窖池整齐排列,蔚为壮观,为来年的原酒生产和储备奠定坚实的基础。

“曲为酒之骨”,酒的好坏与酒曲有着直接关系。在高温曲房,大家一进门,就被高达58℃的室温热得满头大汗,成品曲砖在库房里整齐摆放,堆成了一个一个小山包,拿起一块掰开细嗅,香气扑鼻……

杜康控股地下酒窖,被誉为“华夏第一窖”。据解说员介绍,酒祖杜康地下酒窖目前是亚洲白酒酿造企业中容积最大、技术标准最严格的一座地下酒窖,总面积超过1.6万平方米,总容积6万余立方米,可同时放置100斤装陶坛8万多个,地窖内设有洛神馆、华夏馆、酒器馆等数个酒文化区,吸引着大量的省内外游客前来参观、游览、封坛、储酒。

跟随解说员的脚步,大家走进闻名海内外的杜康造酒遗址公园进行探访。走近杜康泉,在泉眼处寻找独有的五彩鸳鸯虾,发现了很多对鸳鸯虾;站在2000多岁的空桑酒树跟前,聆听神树历经沧桑岁月即便只剩半边树身也屹立不倒的传奇故事;走进杜甫祠、酒祖殿,寻觅杜康造酒的历史印记,拜谒酒祖,探访中国酒祖文化圣地。

探访结束,大家集聚在厂区内的“杜康酒家”,品鉴杜康控股旗下的高端产品——酒祖杜康小封坛。该产品用水取自当地优质玄武古泉,采用桑泥古窖,以古法酿制而成,而后经历至少5年时间沉淀,在玄武岩地下酒窖淬炼而成。著名白酒大师赖登耀品鉴后留下“酒体清亮透明,窖香幽雅,陈香怡人,属于高端浓香型白酒品质”的高度评价。依靠卓越的品质和牌力,酒祖杜康小封坛如今已成为高端豫酒的代表性产品之一。



探秘玄武古泉

闻着酒香访工厂,循着遗迹谒酒祖。近日,位于汝阳县杜康村的杜康控股汝阳酿造基地,迎来了一批神秘的客人,他们是业界大咖,他们是业内名人,他们会聚于此,探访交流,走进车间、曲房、酒窖、遗址公园等处进行了实地参观,围绕产品规划、营销升级、科研创新等内容与公司技术、营销方面的负责人对话,共叙发展,共同探寻杜康控股实现高质量发展的奥秘……

创新技术 持续提升产品品质

2021年,作为“豫酒十强”企业之一的杜康控股,一季度实现开门红,市场销售额同比增长100%,它是如何实现快速、高质量发展的?公司在产品、技术、科研等方面都做了哪些创新和升级呢?在当日下午的座谈交流会上,张献敏揭开了其中的秘密。

张献敏介绍,去年以来,公司对酒祖杜康12窖区、9窖区、6窖区系列均进行了升级,除包装进行了大的改变外,在品质和口感上同样倾注了大量的精力,比如从酒窖中筛选贮存期满6年的优级酒进行勾调,并添加15年以上的陈香调味酒进行调味,通过增加和使用老酒的比例使酒体陈香更加突出、

柔和细腻,大幅提高了酒的适口性和饮后舒适度。目前,公司技术人员还通过增加原酒库容、延长原酒老熟期,以及加强技术创新、工艺改造等进一步提升产品品质,新出品的酒祖杜康12窖区及印象1972,口感变化都很大,这就是产品升级的最直接体现。

张献敏还透露,近年来,公司在科研创新方面也取得了重大进展,下一步要结合传统工艺,走香型融合之路,通过科技项目研究,完善产品口感,从而适应消费者需求。公司承接的河南省科技厅“豫酒品质提升关键技术及装备研发与产业化”重大科技专项项目——复合香原酒酿造关键技术

研发与应用,经过近4年的研发和攻关,已顺利通过项目技术成果评价,有望从产品风味、酿造微生物、酿造工艺等方面进一步提升杜康白酒产品的品质;公司承接的洛阳市级科技重大专项——杜康酒现代酿造关键技术创新及产业化项目,通过对杜康大曲微生物种类、相互作用关系、动态变化规律的研究、分析,实现了高品质白酒的全流程生产工艺升级。此外,自2018年以来,公司内部还实施了酿酒窖池物联网监测和控制,曲房数字化监测和控制,酿酒窖池黄水收集、抽取等技改项目,从而为杜康的快速发展提供了坚实的科研技术支撑。

强化服务 不断扩大市场覆盖面

杜康控股亮眼的一季度成绩单和公司去年开始推行的杜康升级产品新模式密不可分。那么,这个新模式究竟有哪些要点、亮点?又取得了哪些成效呢?杜康控股销售公司总经理肖志雄进行了详细解读。

肖志雄用“快速服务终端客户、减少中间环节、提升服务质量”三句话,对杜康升级产品新模式进行了概括性介绍。他表示,下一步还要把新模式扩大到郑州、洛阳以外的其他成熟市场,同时对网点动销、优化问题进行改进和提升,实施网点分级管理、精细化管理。

在产品策略和产品结构上,肖志雄表示,以酒祖杜康小封坛实现高端占位和布局,以升级的酒祖杜康6窖区、9窖区、12窖区为核心产品进行中端突破;以绵柔杜康、中华杜康作为基础性产品,进行大众市场布局;以杜康一号、酒祖杜康15窖区产品来布局团购渠道,以节庆性产品作有效补充,比如今年的洛阳牡丹文化节限量版纪念酒,销售非常火爆;同时,布局电商渠道,开发电商专卖产品。

针对酒祖杜康小封坛市场层面,今年将发挥郑州、洛阳一级市场的市场引领作用,实现二级市场的精细化运作,同时在三级市场进行初步布局,计划3年后实现全省无缝隙的市场覆盖。在整体品牌传播上,实施“大媒体、大事件、大



发现五彩鸳鸯虾

传播”的三大品牌传播策略,强力拉升品牌形象,加强品牌塑造转型;在市场创建上,以固本拓源为原则,实施“核心市场直营精耕,省内外双循环,新型渠道创新拓展”,“三驾马车”并举发展;在产品提升方面,聚焦以真正代表杜康特有风格和最高品质的酒祖杜康小封坛为核心的营销策略,不断凸显小封坛的品牌影响力,实现不低于5亿元的销售目标。

最后,肖志雄信心十足地表示,争取在3年到5年,通过优化存量、提质增效,采取步步为营、稳扎稳打、稳步推进的市场发展策略,以郑州和洛阳为根据地,打造5个市级样板和40个县级样板,实现省内市场全覆盖,做大做强根据地市场,做强腰部产品,力争使杜康控股成为年销售收入15亿元至20亿元的优势白酒企业,为豫酒转型和高质量发展贡献杜康力量。 杨飞 孟振峰 文/图

高端豫酒典范 酒祖杜康小封坛

时间之醉 坚持五年地窖坛藏



高端豫酒典范
酒祖杜康小封坛
一斤装

京东、酒便利及各高档百货有售 1058元/坛