



绵柔酱香 中国祥酒

祥酒——中国人的祥瑞之酒和品质好酒

不久前,由中国酒业协会主办的第十五届中国国际酒业博览会暨“2019年度‘青酌奖’酒类新品”颁奖盛典上,红太阳酒业集团出品的祥酒金奖1991凭借独具特色的绵柔酱酒风格,荣膺白酒行业酒类新品最高奖项——“青酌奖”。

祥酒,这个有着37年酱酒生产历史的品牌,在市场的跌宕起伏中凭借独有工艺和卓越品质,在本轮的酱酒大潮中快速崛起。

❖ 与时代同行 ❖

1983年,当时名为“国营嘉祥县酒厂”的红太阳酒业集团开启了酱香祥酒的研发历程,历经潜心研究和反复试验,在中国白酒泰斗、一代宗师周恒刚先生的亲自指导下,酱香祥酒于1984年研制成功。

两年后,酱香祥酒的年产能已经达到了1000吨,但在市场依然属于“稀缺货”,产品不仅畅销山东各地,红遍祖国的大江南北,而且还出口到新加坡、马来西亚、泰国、香港等国家和地区。当时,各地慕名前来购酒的副食品公司和供销社的汽车队伍,一直从酒厂大门排出几里远,甚至必须要县长批条才能买酒,祥酒的火爆程度和影响力可见一斑。

1987年,周恒刚先生再次到厂参观考察后,得知祥酒在市场上大获成功,在亲自品评之后,更是欣然亲笔写下了“南国有茅台,江北出祥酒,南北虽两地,酱香飘神州”的题词,这也成为祥酒辉煌的真实写照。

同年,祥酒荣获山东省优质产品,跻身“山东名酒”行列;1990年,祥酒荣获首届全国轻工

业博览会银奖;1991年,祥酒在第29届世界品质评鉴大会上荣获金奖,成为山东首个荣获世界大金奖的白酒产品,开创了鲁酒品牌的荣耀巅峰。

酱酒在中国的发展有过高潮,也有过低谷,不论市场怎么变化,红太阳酒业集团从1984年生产酱酒后,祥酒的酿造生产从未间断,不仅储存大量的优质酱香基酒,而且还打造了更有利于微生物繁殖生存的优质环境,由于窖池一直保持循环利用,大量长期驯化、富集的有益于酿酒的微生物菌群,附着在窖池、地面、车间周围及空气中,始终保持着旺盛的生命力。

近几年,酱酒热再次席卷全国,红太阳酒业集团顺势而为,与贵州大学酿酒与食品工程学院深度合作,积极推进现代生物技术与传统产业的结合,努力激活企业高质量发展新动能。并于2019年8月10日推出“祥酒金奖1991”、“祥酒金奖1999”两款酱酒新品。

此时,距离祥酒荣获世界品质评鉴大会大奖正好30周年。



❖ 靠品质胜出 ❖

与贵州省茅台镇酱酒的12987工艺不同,红太阳酒业集团在生产过程中因地制宜的进行了潜心研究和反复试验,在按照高温制曲、高温堆积、高温发酵、高温馏酒和生产周期长、贮存时间长的“四高两长”酱酒酿造核心工序基础上,对酱酒传统工艺进行创新,成功开创了北派绵柔风格的“11765”酱香酿造工艺。

“11765”工艺意为:在酱香祥酒的酿造过程中,走完一个周期(一年时间),需经过一次投粮,七次蒸煮,六次发酵,五次取酒,所以称为“11765”工艺。这种

工艺是根据嘉祥的生态环境和气候条件进行因地制宜的体系化调整,单次投粮下沙选在深秋之后,最大限度的满足三至五轮次的产酒,产香的高峰期。蒸煮、发酵、取酒的轮次减少,克服了冬天堆积升温不高,夏天炎热无法操作的问题,轮次摘酒选择在酒醅充分发酵的最佳时期,并通过超长的压榨度夏,最大程度的缩短空窖期。

因地制宜、智慧创新的“11765”工艺,解决了在气候和环境与南方存在明显差异的情况下,北方如何酿造优质酱酒的技术问题。

生产出的酱酒祥酒不仅具备酱香幽雅、绵柔细腻、诸味协调、醇厚丰满、回味悠长、空杯留香持久、大曲酱香风格典型的特色,更以柔雅的酒体、更舒适的口感开创了北派绵柔酱香的典型风格。

“祥酒金奖1991”酒,出品当年就在山东省白酒感官质量鉴评会议上荣获“2019齐鲁白酒酒体设计金奖”;在中国最高的白酒鉴评平台——中国食品工业协会白酒国家评委年会上,以酱香型白酒评分第一的成绩荣膺“2019年度中国白酒酒体设计奖”。

❖ 借创新崛起 ❖

在本轮酱酒热的大潮中,山东成为最重要的区域之一,其表现为重要的消费区域和重要的生产大省。作为有着三十多年生产优质酱酒基础的企业,作为今天“鲁派六大酱香标杆企业”之一,红太阳酒业集团如何借着本轮酱酒的风口再次崛起,正成为全体红太阳人奋斗的目标。

在红太阳酒业集团董事长任春玉看来,作为二线、三线或者区域品牌的白酒企业,一定要抓住市场的机遇和潮流。1993年适逢毛泽东诞辰100周年,红太阳酒业集团抓住机会,推出了浓香红太阳系列酒,并一举取得成功。从那以后,红太阳系列酒就被定位为红色文化的产物。而今天酒类市场再次到了酱酒快速发展的时期,抓住本次机遇尤为重要。

品质是基石,文化是灵魂,渠道是桥梁,消费者是目的地,红太阳酒业将坚定不移地实施“品质+文化+渠道+消费者”四轮驱动战略,坚持聚焦策略,不断

优化和创新酿酒工艺,深度挖掘品牌文化内涵,完善渠道网络建设,强化核心消费者培育,在区域高端产品的打造上探索出一套行之有效的营销推广模式。

在酱酒复兴之际,为加快祥酒崛起的步伐,红太阳酒业集团果断决策,实施“双品牌”战略,做强做大浓香红太阳品牌,做优做特酱香祥酒品牌,让红太阳更红、让祥酒更响。

深化与经销商的关系,创新与经销商的合作观念,继成立“红色经典渠道联盟体”之后,再次成立“祥酒渠道联盟体”,厂商联合,形成理念统一、协作共建、共赢驱动生态发展模式。

三十七年前,诞生于嘉山祥水之地的酱香祥酒问世,见证了北方酱酒的历史性突破,以席卷江北之势,创造了令山东为之骄傲的“酱香飘神州”的传奇,并一举奠定了其在中国酱酒版图中的绝对地位。三十七年后的今天,以金奖身份回归的祥酒,再

次用祥瑞之心和绵柔之艺,重新诠释了“一瓶祥瑞之酒、一瓶文化名酒、一瓶品牌好酒、一瓶品质酱酒”的定义。

打造极致品质,开创绵柔酱香加之祥瑞文化赋能,注定了“金奖祥酒”天生就是一款非同一般的好酱酒,不仅满足了人们对美好生活的向往和对一瓶好酒的需求,更以北派酱酒和高端名酒引领者的身份,续写新的时代传奇。

今后,在“产品高质量、品牌高声誉、渠道高效率、管理高效益、市场高占有”新时代经营战略思想指导下,红太阳酒业集团将围绕“红太阳+祥酒”双品牌战略规划,以消费者为中心,不断提升产品品质,优化产品结构,放大“文化+品类+品牌”优势,扩大渠道发展联盟体,大力开展体验营销,打造“透明工厂”,将公司建设成一个集生产经营、文化旅游为一体的特色生态酿酒企业。

