



红太阳酒业集团再添生力军

“中国祥”系列新品发布上市

时光凝聚酱香神韵，匠心雕琢祥酒新品。

2021年5月8日，“新周期酱酒高质量发展论坛暨祥酒中国祥系列新品发布盛典”在济宁万达嘉华酒店举行，来自山东省白酒协会、山东省糖酒副食品商业协会、山东省食品工业协会、贵州大学、齐鲁工业大学的领导和由中国白酒大师、国家级白酒评委领衔的专家团队，以及祥酒的核心经销商、重点客户，主流新闻媒体、白酒行业媒体等500多位嘉宾出席了本届盛典活动，共同见证了“中国祥”系列新品的荣耀发布上市。

作为红太阳酒业集团精心打造的战略新品，“中国祥”是继“金奖祥酒”之后的又一匠心之作，系列分为拾年、贰拾、叁拾三款产品，定位300-800元价格带，精准聚焦次高端。在酱香潮起的大势之下，在祥酒复兴全面开启的关键时期，“中国祥”系列新品的重磅推出，为祥酒的品牌系列化、价值高端化和市场全省化，再添重要砝码。有着近四十年品牌历史的祥酒，也再次迎来了高光时刻。

一脉相承酱香路，醉人芳香岁月来

发布会上，红太阳酒业集团董事长任春玉在致辞中回顾了祥酒的辉煌历史，并介绍了“中国祥”系列新品的品质特色、品牌内涵和战略意义。

任春玉董事长表示，从1984年第一瓶酱香祥酒问世以来，红太阳酒业集团始终坚守初心，秉持匠心，把精益求精、追求极致的工匠精神，融入于酱香型白酒酿造工艺的提升之中，并在国家级酿酒大师和行业专家的指点下，历经多年岁月积淀和苦心专研，顺利完成了祥酒的工艺精进和品质提升。今天推出的中国祥系列新品，是酱香祥酒一脉相承的又一典范之作，也是传统酱香融合绵柔特色的创意之品。未来，红太阳酒业集团将坚定不移的实施“双品牌战略”，做大做强浓香红太阳，做优做特酱香祥酒，把祥酒打造成中国白酒吉祥文化的标志品牌。

山东省白酒协会会长姜祖模在讲话中对祥酒给予了高度评价，称赞祥酒是一款有历史、有文化、有品质且有资格代言

山东的好酱酒，并对“中国祥”新品的上市和未来表现充满信心。

红醉春色祥，太平盛世酒，阳春白雪奇，好品神州妙！嘉祥县人民政府副县长朱亚峰提到：“此次祥酒·中国祥发布会的成功举办，是新一轮红太阳全国化战略布局的好开端。发布会小而精、华而美，是一次高端化、标准化、场景化、圈层发布会议的新尝试。在今后的工作中，政府将全力维护好地方市场秩序，确保红太阳拥有健康良好的发展环境，让红太阳全身心努力拓宽国际视野，创新营销模式，增强开拓前进的信心，让越来越多的消费者喜欢红太阳，沉浸在祥酒祥文化所带来的独特味觉享受和精神享受中。”

满载文化芳香，独具品味尊享。如果说红太阳中的中国红代表一种民族崛起不忘红色基因的初心，那么说祥酒·中国祥则代表了国人浓郁的吉祥文化和家国情怀。中国红、中国祥必将红遍中国、祥和万家！



专家大咖论道，新周期下的祥酒新机遇

当下，中国酱酒已经迈入新一轮的发展周期，酱酒消费的重心已经开始从品类的轨道，向品质和品牌转移。在此背景下，祥酒将如何更好地发挥产品和品牌优势，把握新机遇，实现高质量发展。对此，5位技术专家和行业大咖以主题论坛的形式，进行了交流与探讨。

北京正一堂战略咨询公司董事长杨光在发言中提到，酱酒热迎来新周期，并不意味着“染酱”企业都能获得新机遇，只有祥酒

这样有酿造基础、产能基础和品牌基础的好产品，才能实现真正的高质量发展；山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐站在行业和市场角度分析了山东酱酒的特色优势，并十分看好以祥酒为代表的鲁派酱香的发展潜力；贵州大学食品发酵研究院院长邱树毅认为，山东酱酒和贵州酱酒虽然产地不同，但都是能够满足品质消费、高端消费的好酱酒；齐鲁工业大学生物学院院长王瑞明从微生物发酵的角度，对祥酒因

地制宜、创新工艺酿造好酱酒进行了科学论述。

面对酱酒市场的新趋势，对于祥酒这个老酱酒品牌来说，已经实现了从“品类红利”向“品质为王”、“品牌致胜”的转变，并开始更高阶段的头部竞争中体现价值、放大优势。特别是中国祥系列新品的上市，无论是对于正在加速发展的祥酒，还是强势崛起的鲁派酱香，都具有深远且重要的意义。

“中国祥”新品正式亮相，专家点评绵柔酱香

作为本次新品发布盛典的重头戏，“中国祥”系列拾年、贰拾、叁拾三款新品，也在现场正式发布亮相。以深棕、玉蓝、明黄为主题色的三款新品，均采用造型优美的瓶体，瓶身圆润浑厚，色彩莹润典雅，瑞兽麒麟图案镌刻其上，既显尊贵风范，又含祥瑞寓意。艺术品般的外观，彰显出“中国祥”的非凡品味。

新品展示后，中国白酒大

师、川酒集团总工杨大金宣读了由中国白酒大师、国家级白酒评委组成的专家团队对“中国祥”的新品评语：微黄清亮透明、酱香、陈香幽雅、细腻丰满、绵柔醇厚、回味悠长、空杯留香持久，具有酱香型白酒典型风格。

品评专家们对“中国祥”新品的高度好评，不仅是因为其具有传统酱酒“酱香幽雅、细腻丰满、回味悠长”的典型特色，更重

要的是，在保持传统酱香本味的基础上，祥酒进一步突出了“绵柔醇厚”的个性气质，这也是绵柔酱香最大的特色优势。

“中国祥”新品所代表的绵柔酱香，是在传统酱酒风格的基础上，对品质的一次深化和升级，也是酱香细分品类的开山之作，以更高品质的品质和更细腻的风格，为消费者奉献了一款真正与众不同的好酱酒。

产品矩阵全面升级，市场战略谋划新局

祥酒，是北方地区最早的酱酒产品之一，也是中国文化名酒的代表品牌，有着近40年不间断的酿造历史，并在1990年代就创造了与茅台齐名的“酱香飘神州”的传奇，成为了家喻户晓的明星产品。时间的积淀，品质的精进，匠心的坚守，扎实的根基，让祥酒有底蕴、有自信、有实力再次站在酱酒的潮头，以年份表达的方式推出战略新品。

尽管当下中国酱酒市场的竞争日趋激烈，但内蕴品质于心、外呈祥瑞于形的中国祥酒，已然具备了不可复制的品质优势和无可替代的文化价值，极大满足了消费者对品质酱酒、品牌好酒和文化名酒的需求。

“中国祥”新品的上市，是红太阳酒业集团继2019年推出“金奖1991”、“金奖1999”系列产品后的又一重大战略举措，既是对祥瑞文化更深层次、更高格局的诠释与延伸，也是以新形象、新产品对喜爱、关注祥酒的广大消费者一份真诚的回馈。

“中国祥”新品的上市，也标志着祥酒产品矩阵的全面升级。“中国祥”与“金奖祥酒”两大系列产品，将共同构筑起祥酒更全面、更丰富的产品体系，并形成合力进一步强化“绵柔酱香”的产品势能，放大“祥瑞文化”的品牌效应。

事实上，两年前上市的“金奖祥酒”，已经成功引领起济宁酱酒消费市场，实现了品牌的强势复兴。在此基础上，作为红太阳酒业集团全力打造的又一核心产品，“中国祥”新品将肩负起布局大山东、全省化招商的战略新使命。

可以预见，凭借品质、品牌和文化三大核心优势，“中国祥”必将成为祥酒品牌增长的第二曲线，成为经销商抢抓酱酒机遇的“王牌产品”。

中国祥，绵柔酱；中国人的祥瑞之酒，金奖品质的绵柔酱香。以新品上市为契机，祥酒的产品阵容和品牌实力将迈入一个全新阶段，也预示着绵柔酱香引领消费潮流的时代帷幕，正式开启。

