

不断满足人民日益增长的对美好生活的需要

# 河南威豪葡萄酒有限公司努力打造红酒自主品牌

□记者 刘彦章

本报讯 “佐菲特”“拉图卡帝”葡萄酒的产地在哪里?在河南省淮阳县!10月27日,省酒业协会刘先生告诉记者,淮阳生产的葡萄酒开始在省内外畅销啦!流转土地近千亩,集葡萄种植、加工和销售为一体,葡萄酒年产量达800吨,产品被誉为“羲皇故里的明珠”。创造这些辉煌的就是返乡创业青年靳广锋和他的河南威豪葡萄酒有限公司。

河南威豪葡萄酒有限公司成立于2014年12月,注册资金3000万元,坐落于淮阳县冯塘乡,是典型的农副产品深加工企业。该公司产品有葡萄酒和水果蒸馏酒两大系列,所有原料均来自于自己旗下——淮阳县邦育种植专业合作社的无公害名品葡萄和其他水果(赤霞珠、蛇龙珠、品丽珠、马仕蓝等)。传统的制作工艺、先进的生产设备、一

流的生产技术和严格的检测手段,生产出低糖、低酒度、低热量的高档葡萄酒和韵味独特的蒸馏葡萄酒白酒,产品被誉为“羲皇故里的明珠”。目前,该公司注册商标有“佐菲特”“拉图卡帝”(葡萄酒)以及葡萄蒸馏白酒“豫东豪酒”,主要销售到江苏、浙江、福建、上海等长三角市场。目前,公司在全国设有郑州、徐州、杭州3个办事处,并和河南电视台武林风推广中心签订长期战略协议,借助武林风的知名度迅速打开全国市场。

该公司法人靳广锋是淮阳县邦育种植专业合作社总经理、河南威豪葡萄酒有限公司总经理、江苏和信建设工程有限公司总经理,是典型的返乡创业典型代表。靳广锋在外创业成功后回归家乡,个人出资修建乡村公路,每年春节出资慰问孤寡老人,在扶贫攻坚中,他流转家乡土地近千亩种植葡萄,并把种植加工和销售融为一体,带动家乡经

济发展,帮带贫农数百户。该公司生产瞄准省内国内葡萄及水果蒸馏白酒市场空白,立足淮阳旅游观光全产业链发展供给侧改革,不断创新,做大做强农产品深加工葡萄酒业,在解放思想、深化改革中不断开拓前进,获得2016年度河南省大众创业优秀企业,为解决当地农村富余劳动力再就业问题,特别是在扶贫帮贫方面作出了突出贡献!

目前,该公司在淮阳县冯塘乡流转500亩土地作为示范基地,同时发展公司+农户带贫基地500亩,带领农民种植优质葡萄,每亩年收入超5000元。今年秋季,天气连绵多雨,淮阳县及附近县市区葡萄专业种植户产品滞销,河南威豪酒有限公司及时伸出援手,收购境内刘振屯、朱集、大连乡镇等300多亩新鲜葡萄加工葡萄酒和蒸馏白酒,为种植户解了燃眉之急,成为农业供给侧改革的鲜活案例。

近年来,公司业务不断发展,2015年产葡萄酒300吨,产值600万元;2016年产葡萄酒450吨,产值近900万元;2017年葡萄酒年产量达到800吨以上,产值达到2000万元。另外,该公司计划投资5000万元新建生产车间,扩大生产能力;投资1000万元扩大葡萄种植,计划达到2000亩的规模。该公司的愿景是:联合高校与农业科研院所,集中实验种植国内外最优葡萄品种,立足淮阳,集中打造集葡萄种植、科研、采摘、观赏、酿造、品尝、观光、旅游全产业链特色小镇,开发香槟、果酒、红白葡萄酒、蒸馏葡萄酒白酒及其他水果酒品,填补市场空白,力争进入大中城市市场,扩大市场占有率,同时丰富淮阳旅游业态,为周口中心城区建设现代化休闲生活后花园,实现中国葡萄酒及水果酒业与世界接轨,不断满足人民日益增长的对美好生活的需要,为全面建成小康社会作出探索和贡献!



为做好11月10日至12日在市体育场举行的周口首届万人相亲会暨婚庆文化博览会的宣传工作,主办方除利用周边县市电台、微信平台等进行集中宣传,还在市区五一文化广场、宁洛高速周口站等地设置户外宣传广告,并且利用8辆宣传车到市区和周边县市城区进行巡游宣传。图为主办方在宁洛高速周口站发布的高清全彩显示屏宣传广告。

记者 付永奇 摄

## 酒越陈越香 高端名酒纷纷推出“年份酒”

专家:有望推动我国年份酒市场的规范与成熟

白酒按年份定价有了新的人局者。日前,四川古蔺郎酒销售有限公司下发了《关于下发酱香型年份老酒销售指导价格的通知》,对青花郎、红花郎、青云郎酒、红运郎酒等酱香型老酒进行按瓶贮年份定价策略。这是继茅台、泸州老窖之后,又一个实施按年份定价的名酒品牌。而就在前不久,泸州老窖上调了52度国窖1573经典装瓶贮“年份酒”的价格。业内专家认为,越来越多名酒实施按年份定价策略,有望推动我国白酒年份酒市场的规范与成熟。

《关于下发酱香型年份老酒销售指导价格的通知》对郎酒各款酱香型白酒根据不同年份进行了明确定价。记者看到,2007年开始的10年内,以每两年为一个

定价周期,10年以上的白酒每一年定一个价格,年份越久零售价越高。以青花郎为例,生产年份为2016/2015年的建议零售价为1148元/瓶,生产年份为2014/2013年的建议零售价为1298元/瓶……2006年产的建议零售价为2198元/瓶,2005年产的要卖到2698元/瓶。

泸州老窖继2016年对5年以上52度国窖1573经典装成品酒实施年份定价后,日前下发的《关于调整52度国窖1573经典装瓶贮“年份酒”新零售价格的通知》显示,2012年生产的产品零售价为1180元/瓶,价格往年逐年增加,2001年生产的产品零售价高达6990元/瓶。

茅台也早就推出了按年份定价策略。以最热销的53度飞天茅台为例,记者走访广

州市各大商超、酒类专卖店发现,2016年产的53度飞天茅台普遍比2017年份的同产品一瓶贵200-400元。中秋前夕,某大型连锁超市甚至把2016年份的53度飞天茅台标价到2099元/瓶。有业内人士指出,茅台酒将酱香型白酒按年份进行定价成效颇明显,对其提升产品价格大有帮助。

业内普遍认为,茅台、泸州老窖、郎酒之所以实施按年份定价策略,主要是因为高端名酒本身就有收藏、投资价值,按年份定价符合市场心理和需求。按年份定价,其实就是打“老酒”牌。中国酒业协会名酒收藏委员会秘书长宋书玉曾在《发现老酒价值》主题报告指出,老酒有饮用价值、文化价值和金融价值,酒越陈越香,一瓶老酒可能背后就有一个故事,且具备对冲货币贬值、抗通货

膨胀的保值增值功能。

白酒行业观察人士王鹏表示,不排除其他白酒品牌跟风实施按年份定价策略,但并不是每个品牌都玩得起的。“必须是已经被市场认可的中高端品牌,它们的老酒才有收藏价值;产量不能太大,最好是时不时缺货的那种,这样才能激起市场的需求欲望。”他还提醒,如果没有稳定消费群的白酒品牌,就不要贸然尝试“年份酒”,否则连老客户都可能失去。“年份酒”的价格也不能定得太高,要结合品牌本身的价值考虑市场的承受力。

业内人士认为,目前我国白酒的年份酒市场不规范,存在价格虚高、假酒肆虐等问题。随着茅台、泸州老窖、郎酒等名酒的进入,我国白酒年份酒市场有望朝着规范与成熟的方向走。

如何打好“年份牌”?酒业专家、海纳机构董事长吕咸逊建议,一个品牌一个年份的老酒限量发行,并全程溯源以“保真保质”。同时,“瓶贮厂藏”的酒,要控制住年度发售数量并进行公告,建立起随时间逐年涨价的机制。王鹏认为,政府层面也应该对“年份酒”进行监管,制定行业标准对“年份酒”进行规范。(据《新快报》)