



总第1期
晚报编辑部 主办

●开栏的话●

“美不美、家乡水，亲不亲、故乡人。作为土生土长的怀川人，挖掘乡土文化、研发地道产品、支持地产品牌走出去，是我们酿酒行业的义务和责任。”日前，在沁阳举办的“豫酒振兴 怀川先行”怀川玉液发布会上，焦作酿酒业界人士发出自己的肺腑之言。

为践行“豫酒振兴 怀川先行”的怀酒行业理念和怀酒企业宗旨，由河南老怀山药酒有限公司与本报联合创办的《醉怀川》半月刊专版即日起与广大读者见面了。本刊将致力于发掘焦作地区源远流长、博大精深的酒文化，深入探讨发展壮大焦作酿酒产业面临的技术研发、品质提升、文化定位、渠道营销、市场打造等现实问题，寻求在“豫酒振兴”中实现焦作酿酒产业异军突起、再现辉煌的有效途径，发现并力推焦作地产生好酒，营造“焦作人酿焦作酒，焦作人夸焦作酒，焦作人喝焦作酒”的舆论氛围，切实推动焦作酿酒产业做大做强、健康成长。

豫酒振兴 怀川先行

——怀川玉液发布会掠影

不久前，在沁阳举办的“豫酒振兴 怀川先行”山药清香型白酒发布会上，省市专家河南省酒业协会会长熊玉亮，河南省食品研究所原所长、白酒专家刘建利教授，焦作市怀药行业协会会长马明仁，焦作市餐饮协会会长和金贵等，就河南老怀山药酒有限公司推出的山药清香型白酒怀川玉液53度酒新品的特色、风格、口感、创新精神和产业地位等话题进行了座谈。

通过现场品鉴，专家们对怀川玉液53度酒清香透明、清香舒适、香味协调、醇和绵甜、回味久长的特殊风格，给予充分肯定。

熊玉亮说，山药清香型酒拓宽了酿酒的原料，充分挖掘焦作这一带丰富怀山药资源，在传统工艺的基础上又进行创新，首创了中国白酒行业一个新的酒品类——山药清香型酒。并充分认可怀川玉液清香型白酒的品质好、醒酒快、不头疼、不口干，饮用的时候不刺喉，价格方面特别亲民，符合消费者的需求。

河南老怀山药酒有限公司作为一家集生产、研发和市场运营为一体的科技型企业，历时12年研发出的山药清香型白酒怀川玉液53度，精选道地

怀山药和优质高粱为原料，传承百年古法酿酒工艺，在酿造、生产、设计、包装等方面都遵循生态环保原则。这种“靠资源优势，遵古法酿制，重科技研发，求品类创新”的精神，值得肯定。

刘建利说，河南老怀山药酒有限公司推出的山药清香型白酒工艺独特，质量上乘。怀川玉液酒特点：清亮透明、清香纯正、绵柔舒适、味甜味净、风格独特。十分难得的是，该公司始终坚持山药纯粮固态发酵，传承古法酿制技艺，进一步巩固在山药酒品类中领先的技术优势和质量优势，让山药清香型白酒的质量看得见，从而造就一款非常好的新型白酒。

马明仁说，四大怀药是上天赐给焦作地区的无价之宝，怀山药作为传统的道地药材，如今能够研发出清香型白酒，表明焦作“四大怀药”深加工产业又跨入了一个新的领域。目前，我市怀药行业协会正致力于进一步提高“四大怀药”的品质，已培育出了怀山药的新品种——富硒铁耙齿山药。我们相信，怀山药原料品质的提升，势必为山药清香型白酒参与市场竞争增添新的优势。

和金贵说，河南老怀山药有限公司，经过多年的悉心研究，开辟一个新的酒的香型，为广大老百姓提供了一个新的选择。焦作餐饮业协会要带头宣传怀川玉液53度酒，为焦作一个新的酒品种走向全国，作出应有的贡献。

品尝焦作美食，离不开怀川美酒。作为全国第十四大香型——山药清香型白酒，以山药纯粮酿造和极简环保理念为内核的怀川玉液53度此时推出，可谓是生逢其时，这款白酒顺应消费升级的需求，肩负着焦作地区白酒振兴的责任和担当，也必将助力于乡村振兴和推动豫酒的发展与繁荣。

对于各位专家的诚恳评价和热切期望，河南老怀山药酒有限公司总经理丁向峰表示了由衷感谢，并向各位专家介绍新品推出的背景。他说：“5月30日，山药清香型白酒的标准被河南省认可，在河南省网公布，到今天怀川玉液新品上市，中间我们准备了12年。‘四大怀药’是在我们焦作这个产地，我们也希望通过这个品类，有这款当地人能引以为傲的地产酒。通过我们焦作然后走向河南，走向全国。”

邢艳艳

■老丁论酒

是否好酒 试尝一口

□丁向峰

老丁的白酒新品牌你愿意尝试吗？要说对品牌的依赖，白酒排第二还真没有品类敢排第一。

咱们拿两个品类对比一下，一个是化妆品，新出的品牌，要求美妆达人推广带货，会很快形成热度，发生购买复购，因为什么？画在脸上能明显的让人看到，好或不好一目了然。

一个是珠宝品类，卖珠宝有个深圳水贝，每天都能冒出无数个小品牌，比大牌黄金便宜，为什么敢在那儿买，为的是那里作假成本高，检测成本低，很多方法都能有效进行检测甄别，这是行业利好，所以新品牌敢于冒头，当然也包括服装、电子产品、饮料、食品等。

新品牌在渠道营销层面可以解决大部分难题。那为什么偏偏白酒的品牌推新如此之难呢？

光占领渠道不行。达人带货推广，围观的多，掏钱的少，追随的少，骂街的多。为什么白酒特殊？不如说是白酒这个行业存在着很大信任危机。价高价低，全凭包装，是否纯粮全仗宣传，好喝与否全靠试错，检测成本高，造假成本低，入口的东西千人千味，很难形成统一口碑。

还记得白酒的避坑指南绕口令儿吧？“茅台带个镇，购买需谨慎。西凤没有酒，必须躲着走。泸州没老窖，马上往回绕。”茅台镇酒都很差吗？不全是吧。茅台镇酒不是差酒的代名词。那这些绕口令儿怎么变得口口相传的呢？试错，不断试错。买一次亏，下一个品牌又错，接下来还错，久而久之，谁敢试？单价两三百元甚至更高？算了，干脆避开。由此也堵死了越来越多新品牌的路。

酱酒热时，资本一掷千金，买酒厂，做宣传，搞包装，最后呢，热闹一番，还得上贴牌儿。可是消费者还是那些白酒的消费者群，在各品类之间也是相对稳定的，爱喝酒的圈层，无论是年龄大小还是兴趣标签都相对固定，年轻酒友，增长又缓慢，消费场景也是掐着指头能数过来，因此即使贴牌儿，在渠道也很难迅速推广。为啥？白酒决胜关键还是品质口感，当然白酒还得加一条儿口感是否能够以价格相对应。

最近出了一款口粮酒——怀川玉液光瓶酒，价格只有58元，品质比起100多元的名酒一点都不差。你愿意给老丁白酒新品牌机会吗？告诉我，我是老丁，和你一起论酒。

■新品推介

怀川玉液53度上市

本报讯 近日，由沁阳融媒与河南老怀山药酒有限公司联合推出的高品质光瓶酒，山药清香型白酒的代表产品怀川玉液53度上市，以丰富我市中秋节市场，满足市民群众的消费需求。

作为河南老怀山药酒有限公司的“大光瓶战略”的核心单品，该酒具备以纯粮固态、古法传承、极简环保为核心竞争力的三大价值支撑：一是精选道地怀山药和优质高粱为原料。通过气候、温度、土壤、水分、时间等全方位加成，赋予更佳品质。二是传承百年古法酿酒工艺，让酒质与口感获得明显提升，绵柔醇厚、回甘净爽、余味留香。三是贯彻国家碳中和发展导向，在酿造、生产、设计、包装等方面都遵循生态环保原则，把每一分成本都投入到提升酒体质量上，

让价值回归酒体本源，让质量看得见、品得出。

在中秋佳节即将来临之际，河南老怀山药酒有限公司总经理丁向峰向广大市民预祝大家节日快乐。他说：“作为地道的怀川人，我们深知公司的持续发展壮大，需要不断夯实基础，深耕大众消费市场。在营销创新上，我们将持续推进以消费者为中心的品牌营销活动。喜迎中秋佳节，本公司特推出‘喝怀川玉液得再来一瓶’酬宾活动，中奖率66%。我们将始终围绕消费者需求持续升级，力求打造咱怀川百姓喜闻乐见的口粮酒。”

（樊宇）



遵古法酿酒，少不了发酵环节。日前，河南老怀山药酒有限公司的员工在用花椒水清洗酒缸，为即将投粮发酵作准备。郭铁军 摄



扫码看视频