

贵州珍酒
KWEICHOW ZHEN

贵州珍酒 以坚守与创新 赋能酱酒产业高质量发展

贵州珍酒酿酒有限公司(简称“贵州珍酒”)创建于1975年,是我国知名的白酒品牌之一。历经48年匠心沉淀,贵州珍酒始终牢记“让更多人喝上好酱酒”的美好愿景,勇于拼搏、追求卓越,持续应对新挑战、开拓新局面。

在11月16日召开的2023年贵州省质量发展大会上,贵州珍酒荣获第四届贵州省省长质量奖提名奖,是本届省长质量奖中唯一获奖的白酒企业。12月6日,贵州珍酒荣获“2021—2023年贵州省促进新型工业化发展先进企业”称号。



珍酒·珍呈十



贵州珍酒石子铺老厂区



贵州珍酒酿酒车间

打造“未来之珍” 引领高品质生活

近年来,贵州珍酒在坚持高品质战略的同时,不断探索与美食、艺术、文化、旅游等相融合,进行多维度创新表达,打造“未来之珍”。

“美食之珍”——

贵州珍酒顺应消费趋势,紧抓市场机遇,不断推进美食与美酒深度融合,打造场景化、沉浸式“美食+美酒”体验形式。在全国开展品鉴会,以文化优势拓展消费群体,主动满足消费者对品质、时尚、文化、潮流的追求。

“艺术之珍”——

一直以来,贵州珍酒十分注重积蓄文化内涵,通过与非遗传承人、画家、书法家、作家、音乐家等文化艺术领域知名人士展开深度合作,不断丰富“艺术之珍”内涵。今年中秋,以传统非遗金箔技艺结合3D打印技术,打造“月满金秋珍宝宫”,将中秋文化与酒文化巧妙融合,实景再现古诗词对月宫的浪漫描述;全新品牌片,以“珍”字作为主要视觉符号,通过在6个具有不同形态、不同韵味的“珍”字中融入贵州自然生态、多彩民族风情、白酒酿造工艺、非遗文化传承等多种元素,向大众传递贵州珍酒独特的消费美学。近年来,通过从传统文化中汲取养分,贵州珍酒创新推出生肖酒、文创酒等系列产品,让文化遗产穿越时光、融入当下。

“体验之珍”——

“珍酒庄园”项目作为“体验之珍”重要组成部分,是贵州省重大工程和重点项目之一。该建设项目概念方案历时三年,经过多次反复论证,将酿酒最重要的水源、气候、环境要素很好地融入建筑设计中,实现与环境共生,并通过沉浸式体验展现贵州珍酒独特的酱酒文化,助力贵州省旅游产业发展。

“品牌之珍”——

今年以来,贵州珍酒还在各类活动中频频亮相,实现跨领域融合

传播。携手中国凉都·六盘水夏季马拉松赛,与来自国内外的3万多名跑友在“中国凉都”一起开跑;作为第十五届中国帆船赛官方合作伙伴,贵州珍酒以赛会友,向世界展示中国大帆船运动事业的蓬勃生机。

锚定目标 推动品牌发展

围绕贵州打造全国重要的白酒生产基地,贵州珍酒抢抓机遇,积极融入发展大局,成为贵州白酒企业舰队中的一支重要力量。

贵州珍酒始终坚持高品质战略,通过严把质量关、树立人才观,确保每一瓶珍酒都达到高品质标准。产能方面,珍酒近年来已投入上百亿元用于增产扩能,2023年,珍酒优质基酒储备达6.5万吨,下沙季投产4万吨,产能规模稳居贵州省酱酒企业第三;生产管理方面,珍酒严格实行精细化管理,确保生产过程质量安全可控,实施“四双鞋”管理制度,在“小细节”中发现“大管理”,反映出珍酒对产品品质的追求。

珍酒拥有品牌“1234歌”,代表着珍酒在品牌历史、工艺传承、品质坚守、创新发展等方面的优势。2022年以来,贵州珍酒连续2年入选“中国500最具价值品牌”,品牌价值位列酱酒企业前列。

2023年4月27日,以贵州珍酒作为旗舰品牌的珍酒李渡集团在港交所成功上市。

目前,贵州珍酒已进入全新的上升周期。珍酒李渡集团董事长、贵州珍酒酿酒有限公司董事长吴向东表示,未来,珍酒将按照“一丝不苟酿美酒、精雕细琢造产品、耕植文化创品牌、诚心诚意建渠道、精心策划搞体验、实实在在做企业、勇担责任促振兴”理念,继续锚定“未来之珍”发展目标,以更多元的形式、更广泛的渠道不断丰富品牌内涵,由中国品牌向世界品牌迈进,以坚守与创新赋能酱酒产业高质量发展。

数据来源:贵州珍酒酿酒有限公司

贵州珍酒赵家沟生态酿酒区