



把握趋势 整合资源 突破创新

新形势下,看云门如何赢在下一个十年

近几年,云门酒业形成了企业发展的“核心势能”和“创新动能”,构建起自身的优势,并伴随着中国酒业前进的脚步,奔赴下一个辉煌十年。

2024年,对于白酒行业来说,是新周期转折与发展的关键之年,行业正处在理性化、科学化、稳定化生长阶段。

在这一阶段,品质、文化、科技、品牌是实实在在的竞争力和基础动能。云门酒业作为区域成长品牌,近几年,形成了企业发展的“核心势能”

和“创新动能”,构建企业自身的优势,并伴随着中国酒业前进的脚步,一起迈入新时代。

突破创新,奔赴下一个辉煌十年

云门酒业在北方酱酒发展的征程上屡建奇功,已经站在了酱酒发展的前沿。在这样的高度上,每向前迈进一步,都要付出巨大的努力,既要找准方向、明确目标,又要俯下身来,扎扎实实向前推进,困难不小。但是,云门酒业秉承事不避难、迎难而上的信念,着力突破。

在文化上突破。2024年将持续深入实施“文化云门”战略,在“中华酒史青州探源”的基础上,加快推动“青州从事”的非遗申报工作,集中资源打造云门文化旅游产业,将白酒文化与旅游相结合,率先叩开鲁酒振兴的文化之门,开创鲁酒振兴的文化模式。

在品质上突破。2024年,云门将进一步加快推进“云门酱粮”优质高粱的种植研发,并与江南大学加强合作,共同开展《优质酱香型白酒生态发酵机理及应用》研究。从“产区、原粮、工艺、品质、风味”等不同维度构建起云门

酱酒的个性表达体系。

在营销上突破。不断壮大以云门酱酒·国标G1、云门陈酿·部优珍藏版、云门陈酿·玉白为首的大单品矩阵,实现全价位段产品布局。围绕“产品结构新突破、市场运营新模式、经销商观念新提升、营销管理新改变、营销团队新生态”五大战略目标,构建云门品牌势能。

根据《中国酒业“十四五”发展指导意见》,在产业经济目标上,预计2025年,白酒行业规模以上企业销售收入达到9500亿元,比“十三五”末增长62.8%,年均递增10.2%。面对酒业的广阔发展前景,云门放飞梦想,奔赴未来,前景可期,构筑起自身优势的云门酒业,必将在下一个10年加速发力,大有作为。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。



把握趋势,加快构建自身优势

近几年,白酒的存量竞争态势持续演进,强者恒强的格局已定。在这种环境下,企业发展拼的是耐心与毅力,拼的是文化与品牌,拼的是品质与实力。坚持住,迈开步,向前走,好景在前头。

从酒业总体的发展趋势来看,为消费者创建美好、创造价值,是新时代中国酒业的核心所在,不仅体现在酒的品质和口感上,更体现在酒业品牌的文化内涵和消费者体验上。为消费者创造好产品和好服务,既是产业发展的趋势,也是企业发展的自身

优势。2024年伊始,云门酒业就厉兵秣马,加快脚步,抢占行业发展的“第一波”。为了构建发展优势,云门围绕“十四五”战略发展总体规划,开启了未来10年创新发展新模式,从产能优化、品质升级、科技创新、文化引领、消费体验、服务提升等方面给予周密擘画,呈现出云门酒业高质量发展的宏伟蓝图。

为了构建市场优势,云门酒业从济南到海南、从青岛到淄博,携风华之韵,于省内各地市及国内重点市

场,开启新春鉴赏盛宴。举杯云门酱酒,品味北方酱香几十场品鉴会,近5000名亲临体验的合作伙伴、消费者朋友,不仅仅亲身品味到云门酱香的醇厚悠长,更感受到云门酒业近年来的发展和变革。

新年伊始,收获满满,在“好品山东有好酒”2024鲁酒创新发展大会上,董事长汲英民荣获“2023山东白酒领军人物”称号和“2023山东白酒品牌影响力企业”两项大奖。新年新气象,好景好兆头,开年迎好运,企业节节高。

整合资源,增强可持续发展能力

整合资源是企业实现可持续发展的主要手段。所谓整合资源,就是将各种有效资源加以甄别和梳理,分门别类加以激活和有机融合,形成核心资源体系,从而发挥各种资源的最大价值。

云门在企业发展的过程中,历史文化、品牌文化和地域文化是独到的优势资源。7000年的酒文化历史渗透着云门品牌的深厚底蕴,无可比拟。要实现可持续发展,必须坚持人

与自然、酒业与自然的和谐共生。以生态洞藏精品为特色的云门产区是大自然的馈赠,经过对青州产区的精心培育和持续打造,放大了“北方酱酒·青州产区”的市场基础,形成了云门酱酒“酱香幽雅,风味醇厚”的典型风格,实现了北方酱酒独特产区价值引领、高端鲁酒价值和消费引领以及中国北酱的文化引领。

年产1万干升原酒和5万干升的老酒储存能力,大力实施“瓶储”工程,

是云门酒业在技术层面构建的资源优势,靠这一资源优势,云门酒业的品质得以保证,产品得以提升,市场得以拓展。

北方酱酒联盟轮值主席和三大酱酒国标制定者的头衔,给云门酒业的品质增加了含金量;潍坊国际风筝节的领衔,也为云门品牌积累了势能,释放了活力,促使云门酱酒从品类热到品牌热,北方酱酒的品牌格局正在形成。

