



好酒匠人酿 解码徽酒质量之路



“酿出好酒，让消费者感受到‘爱’，感受到‘家’，是高炉家的企业文化，也是高炉家徽酒集团、盈信投资集团董事长林劲峰一直追求的事情。在‘东不入皖’的安徽白酒市场，高炉家酒能够弯道超车，立足扎根皖酒市场，离不开的，是其卓越的品质。徽酒集团把质量发展放在第一位，两次投料、九次蒸煮、八次发酵、七次取酒、五年存储……徽酒集团不仅成功跻身华东地区首家生产酱香型白酒的企业，还开创性地开发出了酱香型与浓香型兼容型新技术。在林劲峰看来，产品质量更取决于人才质量，他大力培养白酒人才，为徽酒集团下一步发展打下坚实基础。”

高炉家酒经过七十年发展，其机遇与风险并存，从浓香型白酒到酱香型白酒，从销售下滑到引领徽酒向前发展，已经成为了皖酒的一块招牌，是安徽独特的标志，也是消费者所喜爱的产品。

春华秋实，徽酒集团蝶变发展之路。用林劲峰的话说，就是“好酒匠人酿，质量先行，才人第一，创新第一”。 ■ 宗海燕 李彦仪 文/图



大师操刀 用质量逐鹿白酒市场

质量是白酒的生命线，是徽酒集团发展的风向标。质量，是林劲峰对高炉酒的要求！“过去高炉家有些过于偏重营销，而我来之后，是倡导质量大于天的。要真正把质量落到实处，如果没有好的质量那就不不要去营销，那是害消费者也害自己。”林劲峰的这段话表明了，徽酒集团现在的发展方向。

投资巨鳄林劲峰手握贵州茅台、陕西西凤股份，但他打理实业公司却是第一次。从2009年3.09亿接盘双轮酒业后，从此他一心扑在高炉酒厂。

改革、创新、提高品质，尽管未曾手操实业，但林劲峰仍将高炉酒厂“起死回生”。“酱香型白酒一定是中国白酒行业未来的趋势。”早在2003年的时候，他就已看好酱酒未来的发展趋势。2019年，高炉家·徽酒集团收购茅源酒业。此时的酱酒市场正在白酒市场大放异彩，也是因为收购茅源酒业的决定，令高炉酒厂正式抢占酱酒市场。2020年，筹备了许久的53度酱香型白酒终于与大家见面。安徽市场酱酒群雄逐鹿，高炉家凭借林劲峰毒辣的眼光以及高炉家酒卓越的品质争得一席之地。

“目前的风口是酱酒，但未来的风口未必在酱酒”，酱香型白酒并不是林劲峰唯一的王牌。2018年首家中国徽酒文化体验馆正式成立，开启了高炉家体验式营销的新模式。其于线下的努力更多发挥在非酒类产品市场。

林劲峰对于高炉酒厂尽心尽力，如今高炉家酒蒸蒸日上，离不开他独到的战略决策。“浓酱兼香、双轮发酵”见长的高炉家，林劲峰的产品战略构想显然还有更多展现“品质”的空间去发挥。



“大国工匠” 用一生来酿一瓶酒

“好酒匠人酿”，1994年进厂的杨文玉、1986年进厂的彭书良，高炉酒厂的员工们，大部分都是由于对酿酒的热爱，才进入工厂。他们几乎是伴随着高炉酒厂起起伏伏的一代人，把工匠精神放在心底，也将酿酒的每一道工序都牢记心中。一辈子，酿一瓶好酒，足矣！

高炉家酒的酿造有三句精华：“曲为酒之骨，水为酒之血，酒好全凭窖池老。”高炉酿酒用水即是取用于自然形成的，自沙石中涌出的岩溶水和基岩裂隙水（矿泉水）。高炉家酒采用特有的“两花一伏”曲，即春季制的“桃花曲”中温曲，夏季制的“伏曲”包括高温曲和特高温曲，秋季制的“菊花曲”中高温曲，四种大曲经过合理配比，赋予了别具一格的高炉家酒。高炉家徽窖始于1403年的明朝时期，到目前为止保留了明清时期的168条老窖泥池。同时，高炉人坚持“养窖护窖”长期积淀形成一套完整的泥窖制作、维护技艺并日臻完善。其显著特点是“泥窖发酵，天然生香”。在制曲原料的选择上，坚持选择质量上乘的优质小麦、大麦、豌豆，按标准要求粉碎，经化验分析择优使用。

员工们对原料要求高，对自己的技艺要求更高，他们用“大国工匠”的标准要求自己，务必要使酒的质量更高、更令消费者所喜爱！除了这些拥有“大国工匠”精神的员工们，徽酒集团还拥有以一位白酒工艺大师，三位国家级白酒评委，六位国家级酿酒大师，十二位国家级品酒师为核心的，二百六十人酿酒品酒专家团队，继承和延续着七十多年的一份执着。



质量引领 做皖酒第一酱香型白酒

林劲峰用互联网思维拷问自己：徽酒集团能不能生产酱香型白酒？高炉酒厂能不能走出高炉？这一思维促使了酱香型高炉酒的出世。

优良品质引领高炉酒走出高炉。2018年，高炉家通过战略聚焦、产品聚焦、品牌塑造、市场聚焦，在多重挤压的行业竞争环境下完成了华丽转型升级。全年实现营业收入13亿元，净利润同比增长达56%以上。2019年高炉家·徽酒集团顺利完成了业绩目标，销售收入增长在15%以上。高炉家成为了行业中率先推出低度酒的企业，打破了当初高度酒一统天下的格局，并凭此成为21世纪初白酒消费潮流的引领者。其今后的目标，必然是做皖酒中第一酱香型白酒！

高炉酒厂首创的双轮发酵工艺，结合宜宾、泸州、邛崃白酒金三角浓香，再融入中国酱酒核心产区酱香，徽酒集团开创了与众不同、兼容并蓄、馥郁绵柔的酱浓兼香型白酒，徽酒集团是中国酱浓兼香的开创者！



质量定江山 徽酒集团走向世界

近日，《白酒工业术语》《饮料酒术语和分类》两项国家标准发布。新标准实施后，液态法白酒和固液法白酒将明确不得使用非谷物食用酒精和食品添加剂。新标准将调香白酒从白酒分类中剔除，明确其属于配制酒。此举是为了保护消费者权益，满足消费者对于高品质的追求。

新国标推出后，白酒制造将更加重视质量问题，而这与徽

酒集团的战略方向不谋而合。“坚持企业的长期主义，我们会始终着力于品质。”在谈到入主徽酒集团之后的主要工作，林劲峰说：“对于企业来说，抓的是长远的东西。”林劲峰也对徽酒的发展做了详细的规划，不仅仅是安徽市场，将来更是要走向全国，走向世界。为此高炉家严守质量关，不断改进酿酒技术，让每一瓶酱酒都是世人认可的好酒。

中国徽酒文化艺术馆项目的8大优势

市场优势

白酒，超过万亿的市场规模，酱香型白酒更是增长迅速！



政策优势

支持艺术馆装修费用、团购经理工资、品鉴酒、品鉴会、消费者旅游、五大独有的公共支持、品牌、培训、封藏酒仓储物流、企业定制酒等支持。

专营优势

区域内专营权，每个县（区）限定不超过5家，线上用户转化，基于新零售、数字化的全新客户关系管理。

品质优势

基于社区服务，人健康，开发高端生活方式产品，非酒类产品市场可期！



资本优势

经销商可获得“徽酒系”企业的股权投资机会，业绩突出者可通过区域平台公司获得拟上市企业迎客松徽酒酒业股份有限公司认购权。



潜力优势

年轻人终身事业首选！盈利稳定，增长稳定，潜力巨大！关键是，通过徽酒文化艺术馆的平台，品茶、品酒、品鉴会，以酒会友，积累人脉及商业和人生的经验，取长补短，一杯酒级收获市能量！

新零售优势

为经销商提供战略咨询，培训，数字化升级，线上商城、新零售运营，人力资源、财务管理咨询、融资、客户关系管理等配套服务！



品牌优势

每年徽酒集团独有的五大品牌公关活动：名教名师大讲坛、上市公司十强榜单、《远离风口——林劲峰的投逻辑》分享会、石台封藏封藏大典、老子国际文化节，持续打造品牌力！