

# 西安市老兵烧酒坊纯粮食散酒批发零售

产品名称	西安市老兵烧酒坊纯粮食散酒批发零售
公司名称	东光县老兵烧酒坊
价格	58.00/斤
规格参数	酿酒:24小时直播 酒精度:50度
公司地址	河北省沧州市东光县于桥乡陈家坊村33号（经营场所）
联系电话	0317 759 1831 15631877707

## 产品详情

老兵烧酒坊纯粮酿造的五粮原浆酒广受当地人喜爱，也会有许多人不远百里来到这个偏远的小村庄，只为目睹纯粮食酒的良心制作过程，并都满载而归。为感谢大家的殷勤期待，近期我不懈的追问，不断的跨界学习，提高自己认知水平，专门推出微信公众号“老兵烧酒坊”，通过网络监控摄像头可以24小时（当然是开工干活的时候）在线观看纯粮食酒的酿造过程，并可以在线购买。

向传统致敬，与时代同行，只是希望可以让更多寻找纯粮食酒的爱酒同仁停下脚步，拿起酒杯细咂慢品，在忙乱的快节奏生活中品味到纯粮食酒中的那一抹清凉与纯净。

接下来我为您详细介绍我们酒坊整个的酿酒流程，在日常生产中我们也是严格按这个流程来操作，通过微信公众号的酿酒直播可以直接看得到。有兴趣的爱酒同仁可以了解一下。

一. 好粮出好酒：老兵烧酒坊酿造的五粮原浆酒采用优质的红高粱，玉米，小麦，大米，小米精致酿造而成，绝对杜绝发霉腐败的粮食。

二. 混合五粮粉碎：自备大型粉碎机将五种粮食混合均匀粉碎为粉末已备发酵。

三. 好水出好酒：自备大型纯净水过滤系统为五粮原浆酒的发酵和蒸汽锅炉所用。

四. 30天液态发酵：采用纯净水，粉碎号的粮食加上优质酒曲混合密封发酵30天，绝不添加任何添加剂。

五. 发酵温度严格控制：发酵室温度需严格控制在30度左右，因此冬天要取暖夏季要降温。

六. 蒸汽锅炉严格控制蒸馏温度：五粮原浆酒蒸馏过程中需严格控制温度，因此我们采用液化天然气的蒸汽过滤方能严格控制蒸馏温度。

七. 烧酒---真正的技术活：十三年纯粮食酒酿造经验足以保证五粮原浆酒的纯正口味。

八. 第一道过滤：蒸馏出酒后需先去掉含甲醇多酒头部分，然后采用白酒专用过滤网，过滤之不锈钢酒桶中。

九. 第二道过滤：不锈钢酒缸内酒达到50度后，将不锈钢内50度的酒用白酒专用过滤器抽之陶瓷酒缸内存放。

十. 陶瓷大缸老熟60天：陶瓷大缸有天然的透气性，使白酒在储存的过程中产生益生菌自然发酵和老熟，使五粮原浆酒口味更柔和醇正。

十一. 精心包装：目前有两种包装，一种是五斤塑料壶包装，让酒友喝到真正质优价廉的好酒。还有一种是专为单位或个人定制用的一斤亚光陶瓷酒坛包装，客户可自行定制酒坛，酒盒。外箱的标签。

十二. 一杯好酒：历时三个月，入口醇正柔和的五粮原浆酒破坛而出。

老兵烧酒坊酿造的是液态纯粮食酒，简单说：

液态粮食酒是：粮食-粉碎-加水-拌曲-发酵-蒸馏。

固态粮食酒是：粮食-蒸熟-拌曲-发酵-蒸馏。

工艺不同，风味不同，至于哪个好喝，只能说各人有各人的偏好而已。

我们认为老百姓喝酒，要的很简单，好喝的酒，不上头、好入口、喝完第二天不难受。现在纯粮食酒难找，好的纯粮食酒更难找，价格不高的纯粮食酒更是难上加难。但我们没有那么多噱头，我们就是老老实实做酒卖酒，不懂什么概念、炒作。一路走来我们始终秉承做酒如做人的宗旨，让广大酒友真切感受到----

真心诚心匠心，

专业专注专一。

好粮好水好人，

只为一杯好酒。

关注看直播 好酒更透明

煮酒论英雄 互侃牛X事

我公司主要经营五粮原浆酒

我们的地址：东光县陈家坊十字街西行100米电话：0317 759 1831联系手机：15631877707 期待您的咨询

在一定程度上改变了中国白酒的战略格局，也影响了中国白酒赖以生存的盈利模式。战略实质上是一个取舍的逻辑问题。战略告诉我们企业的就是我们要坚持什么，放弃什么。如何实现企业的战略，战略路径的选择就是战术手段，也就是我们需要采取什么样的盈利模式。在特定阶段，将盈利模式上升为企业战略有助于企业集中资源，形成合力，实现企业的战略目标。而一味地将盈利模式扩大化、战略化，却会阻碍企业的可持续发展。中国白酒需要持续发展，必须要重新审视行业“利润源”问题。

谁控制了价值链中相互依赖的环节，谁就能获取更多的利润。在中国白酒营销的四个阶段中，利润源不同，利润主体也不相同。第一阶段的产品竞争阶段，由于白酒企业把握着严重“求大于供”的产品，所以在这个阶段厂家获得了长足的发展，这也是国内很多酒类企业有着辉煌历史的阶段；在中国白酒第二阶段的渠道竞争阶段，由于价值链中渠道环节占有重要的位置，使得利润源向渠道靠齐，厂家丧失了利润源；而终端为王阶段的到来，使得竞争主体从渠道向终端下延，厂家、经销商对于高额的终端费用叫苦不迭，利润源向更下游延伸。随着竞争的成熟以及消费环境的升级，以消费者导向的品牌营销逐步走上竞争方向，如何实现消费的便利性、消费的定制性、消费的特性，成为竞争的主要方向之一。

以消费者为主导的品牌竞争阶段，必然使得白酒行业的竞争主体日趋狭窄化，对于那些中小白酒企业来说是一个危险的信号。中国白酒的马太效应已经凸显，而由于近十年来中国经济的飞速发展，导致中国白酒复苏与飞速发展，掩盖了白酒行业的潜在风险。一线品牌无限向全国扩张；二线区域品牌疯狂向省外扩张；中小白酒品牌也鼓起勇气全国化；甚至无数的外行纷纷切入白酒行业，来瓜分中高端白酒肥肉。以至于某著名的企业老板在进入白酒行业前说：卖一瓶酒的利润比卖一辆车的利润还高。

从战略层面上，中国白酒回归到产业竞争层面上。白酒行业竞争的最高阶段是品牌竞争，谁控制着整个产业价值链的源头，谁就能够制胜市场竞争。从这个层面上来看，决定未来白酒品牌竞争的根本是资源竞争。谁把控最上游资源，谁控制基酒资源，谁控制产能资源，谁就能够控制市场。营销竞争只是战略竞争层面下的一个具体表现而已。对于中国白酒企业来说，未来参与市场竞争必须要系统思考三个方面问题。基于宏观产业政策变革；基于消费环境改变下的消费需求升级；基于商业流通变革下的渠道变革。

和啤酒的季节性消费，黄酒的