

闻香“观潮” 葡萄酒类糖酒会上“对对碰”

葡萄酒在欧盟以外最大出口市场。

正是因为中国消费者对法国葡萄酒的青睐,使得更多进口酒商都把法国酒作为主要产品来经营。但笔者认为,口感适宜、果香突出,尤其是价格更为低廉的新世界葡萄酒产品也将会受年轻消费者钟爱,值得酒商更多关注。

高端白酒 捉对厮杀

茅台保健酒 全攻成都

据悉,本届糖酒会,国内酱香型老大茅台将推出其新开发的保健酒品牌——白金酒。“酒好不好,消费者喝了才知道。”茅台白金酒有关负责人称,其实中国人喝保健酒的习惯由来已久,但包括茅台集团之前推出的保健酒在内,都偏重产品的功能性,药味较浓,这样的口感在一定程度上制约了保健酒的发展。但经过独特配置的白金酒酱香突出不失茅台酒本色,口味又清淡醇和,更容易被消费者接受。至此,茅台和

另一酒业巨头五粮液推出的黄金酒在保健酒市场展开角力已经是不争的事实,而且在不少业内人士看来,白金酒的市场培育工作,在一定程度上是“借势发力”。据悉,茅台白金酒也希望借助本次糖酒会势头,能全力撬开成都市场。据悉,今年茅台白金酒即将起航,全业内专家指出,虽然近年来茅台的快速发展以及郎酒迅速崛起刺激了酱香型白酒市场需求的增加,但是目前酱香型白酒市场总量还很小,全国只有几万吨规模,仅占白酒总销额的20%。“这就预示着酱香型白酒市场还有增长的空间。”唐桥则这样看待。

团进军全国重要战略市场。贵州茅台酒厂集团副总经理戴传典日前强调：“未来5年，茅台酒的产量一定会超过3万吨，销售收入必然会出现360亿元的目标，茅台酒也将作为中国民族品牌，真正走向世界。”

五粮液 六大优势叫响糖酒会

而五粮液在此次糖酒会上推出酱香白酒引人注目。五粮液酝酿了10年的

香型白酒的推广计划,终于破冰。5月17日,五粮液正式推出永福酱酒,进入到酱香型白酒产品领域。同时,五粮液与银基贸易发展有限公司签订了总经销合同。而在外界看来,五粮液生产酱香型白酒也有和茅台争夺市场空间之嫌。对此,五粮液方面表示,此举完全是从企业战略上出发,不仅如此,早在之前的五粮液酱香型白酒的品鉴会上,贵州

三万家

发挥龙头作用，带领农民共同致富是河南省益华面粉有限公司孜孜不断的追求。作为鹿邑农业产业化龙头企业，河南省益华面粉有限公司一直把带领农民致富奔小康，构建和谐新农村作为座右铭。实行“公司+基地+农户”的订单农业模式，解决群众卖粮难问题，为地方分忧解难。公司根据国家“无公害农产品”生产标准，建立自己的无公害小麦生产基地 30 万亩，范围涉及鹿邑人，为其提供配套服务的人员 500 余人，不但带动了当地经济发展，促进了农业种植结构的调整，更有效地缓解了当地就业的压力，为建设和谐社会作出了积极贡献。

土 山葡萄酒新贵亮相糖酒会

对于洋葡萄酒在本次糖酒会的咄咄逼人之势,我国的一些山葡萄酒企业却独辟蹊径,走出了一条不同的路,引起业界的高度关注。2009年11月上市的天通酒业在此次成都糖酒会上亮相后备受经销商关注。公司张总在接受记者采访时介绍了公司今年及未来几年的发展规划。张总表示,公司计划在3-5年的时间里做成国内山葡萄酒业的第一品牌。

在被问及“2010 年通天酒业在市场发展方面有什么规划”时,张总表示,主要是原料基地的扩充、市场网络的扩大和广告宣传的强化。原料基地方面,公司目前在吉林集安拥有 2 万亩的葡萄酒基地,公司计划今年再扩充 2 万亩,达到 4 万亩。公司在集安还建了一个大型酒庄,在总部通化建立了一个高端酒庄,公司希望借此提升山葡萄酒的形象。

当下,对于糖酒会,我国的山葡萄酒企业或许重在参与吧!可以在塑造形象、消除消费者的认识误区上大做文章,至于要想在糖酒会上尝到实在的甜头,或许还要假以时日!但其发展前景不容小觑。

相关链接

此次糖酒会实行实名制进场，并首次采用“门禁系统”。参展商可以采取预登录和组团两种方式进入场馆。预登录所采取的登录条码是一对一的，即每人的登录条码是独立唯一的，组团的登录条码是多对一的，即多人共享一个登录码。观众凭票入场的条码也是独立唯一的。这样既有利于保证糖酒会的顺利进行，也便于糖酒会参展数据的统计。

邑,柘城,商丘,亳州等地区,带动6万 极贡献。

河南省益华面粉有限公司

[illegible]