

中糖司“谱曲” 成都市政府“领奏”

精彩“四部曲” 奏响糖酒会

□ 本报记者 李长清 张建忠 樊瑛
实习记者 徐 珊 郭 鹭

第一部曲

序曲

第 82 届全国糖酒会预备会

去年 12 月 2 日,中糖司办公室主任何继红不辞辛劳赶到成都,在新会展中心主持召开了 2010 年成都春季全国糖酒会(第 82 届)预备会布置、商谈全国第 82 届全国糖酒会……记者曾专门前去采访何主任。

第二部曲

正剧

3 月 19 日拉开大幕

2008 年末至今,国际金融危机使世界经济受到不同程度的影响。然而中国经济在党中央一系列的宏观政策调控下,实施了积极的财政政策和宽松的货币政策,并出台了“保增长、扩内需、调结构”的方针,有效地促进了我国经济平稳较快的发展。全国糖酒商品交易会抓住了国家政策的核心精神,迅速做出反应,及时出台了“引进外商、扩大市场、内外交流促进发展”的新举措。并以“新思维、新观念、新突破”为办会理念,通过各项专业的运作,开创了糖酒会的新局面。3 月 18 日,中糖司办公室主任何继红主持新闻发布会。

2010 年春季糖酒会准确地把握行业脉络,争取在后金融危机时代,为中国糖酒食品企业寻找新发展、创造新机会。着重开展了以下几方面的工作。

1、继续发挥全国糖酒会引领市场的作用。

进一步细化参展商品分类的方式,尤其是增加国际馆的面积,为外贸企业搭建了一个新的平台,为内外贸之间的交流提供了一个新机会。已有法国、德国、意大利、瑞士、葡萄牙、西班牙、加拿大、新西兰、韩国等 20 多个国家高端境外客商陆续到会参展,提升了糖酒会的国际性。本届糖酒会参展商有 4000 多家,展场面积



▲ 开幕式上四川辣妹鼓乐团在演奏。



▲ 出席糖酒会开幕式的国家部委和主办单位领导、承办单位的省市领导。

134 万平方米,参会人数 18 万人次,均刷新历史纪录。新增加了 6 号馆的乳品专区、8 号馆的果醋饮品专区、食品包装专区,形成了国际馆、酒类馆、食品馆、调味品馆、食品机械馆、四川名优产品、加之白酒、黄酒、啤酒饮料、保健饮料 9 个专馆,涵盖了行业内多个领域的新局面。展区分四个部分:有室内展区,按商品性质分类设 9 个专馆;室外广场主题展区以啤酒、饮料为主题的产品展示和新品推介;精品街展示的是食品机械展区,包括消毒杀菌的最安全的最新设备;娇子国际会议中心展区的是品牌食品饮料和酒类展区。

2、增加糖酒会服务内容,提升展会服务水平。

“服务是金”,这是永恒的真理。一方面在糖酒会展场、广告管理上开展了多项创新工作,增强参会企业的展示宣传效果,得到了行业的肯定;另一方面注重展览会以外的其他配套服务,展览展示与会议的结合就是新举措,参展企业产品发布会媒体推介会、官方的主题论坛,都从不同角度发挥着重要的作用。从 2007 年成都春交会开始就推出了“中国糖酒食品业年度峰会”活动,为企业提供了更深层次的服务;其中有更权威的《2009—2010 年中国糖酒食品业市场年度报告》、《全国大型零售业 2009 年糖酒食品销售排行榜》、“举办渠道冠军·2010 中国酒商百强年会”颁布盛典、国家统计局新闻发言人解读国家政策、有关方面专家的专题讲座等等,使展览宣传、论坛活动、贸易交流三者有机结合,相得益彰,更具实效。

3、加强和规范招商组团工作,进

一步优化运作机制。

专业化的道路是糖酒会展览的发展方向,要求现有糖酒会招商工作管理做必要的调整和改进,适应形势发展要求。本届糖酒会招商最显著的变化是从一开始就实行了严格的实名制管理。一个以产品类别为标志的专业招商标准将成为糖酒会组团单位的必要条件。随着糖酒会展览专区的发展,糖酒会也培养、锻炼了几十支专业招商队伍,得到了参展企业的肯定,达到了主办方的要求。

4、全面实行“门禁管理”,会务管理水平再上新台阶。

糖酒会经过 55 年的发展历程,第 82 届全国糖酒会以专业化展览、专业化布局、专业化分类、专业化服务、专题峰会的运作方式,打造国际化、高标准、多功能、更时效的新一届糖酒会。本届糖酒会在展区管理上的新突破,是全面严格执行“门禁管理”系统,即指出入展场的人员,必须佩戴印有糖酒会专用条码的证件,在成都还是第一次。这样可以更好地规范集市展场的秩序,为参展商创造更好的交易环境,可以全面跟踪糖酒会的办会效果,为高水平的展务管理提供科学依据。本届糖酒会是大开放的糖酒会,是向广大观众开放、提供参观的机会,没有入场证的观众,只要凭身份证,或是凭自己的名片就能在登记处进行登记换取入场证进场参观,过个难得的视觉盛宴,饱眼福、饱心福、还能饱口福。

第三部曲

3月21日开幕式

盛赞糖酒之花香飘“美食之都”

第 82 届全国糖酒会在 3 月 19 日拉开大幕,记者去探会,真是人山人海。此时联合国恰好授予成都是



▲ 出席糖酒会开幕式的省市领导,前排左为市委书记李春城,右为蒋巨峰省长。

“会展名城”,真是实至名归。

3 月 21 日上午 10 点,2010 年春季全国糖酒商品交易会在成都世纪城新国际会展中心隆重开幕,历经 55 年发展的全国糖酒会 21 次“花”落蓉城。然而本届糖酒会对成都意义非凡,作为今年成都市首个重大国家级大型会展活动,糖酒会为“改革开放年”的开篇书写下了浓重的一笔,也为展示成都建设“世界现代田园城市”的历史定位和长远目标打开一扇窗口。出席开幕式的国家部委和主办单位领导有中国质量协会会长陈邦柱,中国商业联合会会长何济海,原国家国内贸易局局长杨树德,中国华孚贸易发展集团总经理谷深,中国糖业酒类集团公司总经济师、全国糖酒会办公室主任何继红,中国糖业酒类集团公司副总经理赵公微等。四川省和成都市领导有四川省委副书记、省长蒋巨峰,四川省委常委、成都市委书记李春城,四川省副省长黄小祥,成都市委副书记、市长葛红林,四川省副秘书长李家国,成都市委常委、市委秘书长邓全忠等。济南市人大副主任刘善鹏率领的济南代表团以及沈阳、大连、郑州、西安等兄弟城市代表团参加了开幕式。

开幕式由成都市副市长王忠林主持。成都市委副书记、市长葛红林和中糖司总经理王新国先后致了欢迎辞和开幕辞,蒋巨峰省长宣布 2010 年春季全国糖酒会开幕。

葛红林在致辞中代表成都市委、市政府和 1100 多万市民向参加本次盛会的中外嘉宾表示欢迎。他说,有着“天下第一会”美誉的全国糖酒会,第 21 次相约联合国命名“美食之都”的成都,不仅推动着我市和全国糖酒食品行业的持续、快速、健康发展,而且对拉动成都城市消费,带动相关产业发展,提升城市知名度有着明显作用。本届糖酒会展览面积和参展商名

额均刷新历史纪录,规模更大,影响更广,为成都搭建了一个重大国际交流合作平台。

开幕式后,省市领导参观了糖酒会展馆。

第四部曲

糖酒会安全永久落户成都
今秋相聚泉城济南

3 月 23 日,记者参加了在世纪城国际会议中心举行的糖酒会圆满落幕的总结大会。

中糖司办公室主任何继红在总结中通报:本届糖酒商品交易会成交总额为 189.34 亿元,食糖 53.38 亿元,酒类 116.4 亿元;成交额前十强依次是:新疆 27.1 亿元、河北 17.1 亿元、江苏 16.1 亿元、河南 14.8 亿元、四川 12.7 亿元、上海 12.6 亿元、山东 10.3 亿元、广东 10.1 亿元、福建 8.4 亿元、湖北 6.6 亿元。

新闻媒体广泛参加报道,全国 7 大网络媒体现场设立直播间,反映很好。产品产销两旺,产品向高端倾斜,尤其是白酒高端化的趋势很明显,消费不断升级。

成都市副市长王忠林在答谢讲话中,感谢中糖司持续打造高效力的展会和指导方针,使各方工作做到万无一失。他还告诉大家一个好消息,从 2011 年起开始定点在成都每年举办“全国糖酒商品春交会”……

在热烈的气氛中,何继红代表中糖司宣布 2010 年秋季全国糖酒会在山东省会泉城济南召开。到会的济南市人大副主任刘善鹏说,山东成功举办了有 23 个国家参加的“花博会”,又是孔孟之乡,礼仪之邦,去年他们成功举办了 130 多次展览会,他们将举全市之力办好今年的全国糖酒秋交会。

用友高级副总裁章培林:

国企应有
IT 发展路线图

□ 李瀛寰

入选世界 500 强的中国企业中有 73%是国资企业,“国企强则国强”。中国央企如何在信息化和管理上提升竞争力,无疑面临着巨大的挑战,记者就此采访了用友公司副总裁章培林。

信息化是“两化融合”的关键

记者:在央企新的集团发展战略中,IT 战略的重要性有多大?

章培林:两化融合,工业化、信息化融合走出一条新的工业化道路,这已经上升到国策层面了。去年 7 月 21 日,国资委李荣融主任提了四点要求,其中有一个是管理信息化要升级,做了一个“信息化登高计划”。当前,国资系企业集团通过实施信息化手段,两化融合,实施信息化管理,这会成为整个央企集团管理创新和商业模式创新的重要支撑手段,这将进一步提高央企的效率和核心竞争力。当然,在整个国资企业发展战略当中,少不了一点,就是要制定配套的 IT 或者信息化战略,来支撑业务发展战略的落地。

记者:央企和地方国资企业的重组有哪些信息化上的挑战?

章培林:对央企重组来说,一方面要进一步加强信息化建设。另一方面,扩张速度越来越快,要把所有基于信息管理的管控进行复制。

用友致力 IT 咨询规划

记者:为这些上百亿、上千亿的央企做 IT 战略咨询,用友会如何把握?对用友 NC 来说,有哪些机遇?

章培林:用友从前年开始就尝试针对央企集团提供 IT 规划咨询,为央企提供信息化管理咨询服务,包括一些国内的民营企业集团的咨询。同时,我们也有很多合作伙伴,像北大纵横、德勤等,共同合作提供解决方案。

记者:现在中国企业都在实施走出去战略,包括并购。NC 产品支持中国企业国际化方面有哪些考虑?

章培林:用友会在年底发布 NC6.0 产品。我们目前的产品对中国企业国际化提供了支撑,包括会计准则、萨班斯法案,以及 COSO 方面。在 60 产品里面我们会提供全面支撑,从准则,到业务模型,到法律,到语言等等全面支撑。另外,我们的央企客户,已经把用友的产品带到了澳大利亚,带到了非洲,带到了伊朗。下一步,用友 NC 会建立从产品到服务,到营销一整套的业务支撑体系。

全國連鎖

老鴨湯

重慶特產

重慶家婆老鴨湯全國連鎖加盟中心

重慶家婆老鴨湯 百分之百回头率

重慶家婆老鴨湯全國連鎖加盟招商公告

乙級店:投資三萬元 当月收回来 一年翻几番 效益很可观

甲級店:投資十萬元 当月收回来 年利近百万 致富更壮观

重慶家婆老鴨湯,是重慶家婆食品開發有限公司根據百年家藏秘方,并經西南農業大學食品科學院十位教授、專家、在现代食品科學研製方法指導下制作的深受廣大消費者歡迎的美味佳肴,其香氣淳正,口感舒適,常食不膩。

公司在大規模生產老鴨湯料的同时,已先后開設了十几家家婆老鴨湯酒樓,自面世以來,即以其味美價廉、滋補強身受到廣大消費者的青睞,并迅速在各地掀起連鎖加盟熱潮。

為了使更廣大的消費者品嘗到家婆老鴨湯的美味,本公司特面向全國各省、市、地縣級城市,廣泛誠招加盟連鎖店。熱誠歡迎廣大企事業單位和個體經營者、下崗職工、待業者等踴躍投資加盟,投資者只需投入三五萬元即可開起一家 150-200 平方米的家婆老鴨湯乙級酒樓,一月左右可收回投資,一年可獲利數十萬元;開甲級店投資 10 萬元左右,一年可獲利近百萬元,實在称得上是一條投資小、周期短、見效快、易操作的致富途徑。

加盟連鎖,就是將一個成功的企業進行復制,我們深信,重慶家婆老鴨湯這一極具市場潛力的品牌,其巨大的市場空間所帶來的無限商機必將給你帶來滾滾財源!

联系地址:成都市西二环二段 121 号 联系单位:重慶家婆老鴨湯全國連鎖加盟中心 联系电话:(028)66230669 87329642 87329138 89008414 联系人:梁女士 钟小姐