



国内外公开发行(原《厂长经理日报》)

邮发代号: 61—85
网址: WWW.NEWSSC.NET 邮箱: CJB490@SINA.COM

中国糖酒周刊

THE MANAGER'S DAILY

责编:王 萍 编辑:唐 勃
版式:张 彤 校对:陈 梅
2010年9月13日 星期一

协办:辽宁道光廿五酒业集团 汾酒集团

黔山秀水 美酒飘香 2010 中国(遵义) 酒类博览会开幕

本报讯 9月9日上午9点,2010中国(遵义)酒类博览会在遵义市凤凰山文化广场隆重开幕。中外嘉宾聚首遵义,共襄盛會。

商务部原副部长、中国国际经济合作协会名誉会长、欧美同学会企业家联谊会名誉副会长王文东,贵州省人民政府副省长蒙启良,贵州省政协副主席陈海峰,商务部市场运行司司长王炳南,中共遵义市委书记慕德贵共同启动2010中国(遵义)酒类博览会开幕式。

本届酒类博览会由国家商务部、中国贸易促进会、中国酒类流通协会支持,贵州省人民政府主办,贵州省商务厅、遵义市人民政府、中国贸促会贵州省分会承办,贵州省发改委、经信委、公安厅、卫生厅、工商局、质监局、旅游局、省政府新闻办、贵州省各市(州、地)政府(行署)、江南大学、贵州茅台酒厂集团有限公司等白酒企业协办。

本届酒博会的主题是:荟萃中外佳酿,展示名酒精华。蒙启良在讲话中说,贵州是一片美丽、神奇的土地,山灵水秀,

资源富集。原生态的自然环境,世代传承的酿造工艺,纯朴的民俗风情,孕育了贵州以国酒茅台为代表的浓郁的酒文化。贵州省委、省政府长期致力实施以优质白酒为主的产业发展战略和名牌带动战略,倾力将白酒产业打造成为贵州的支柱产业。举办中国(遵义)酒类博览会,为贵州酒类企业走出贵州、走向世界提供了一个重要窗口,也为中外酒类生产商、经销商提供了一个展示品牌、推广营销、创新技术、扩大交流合作的平台。

据了解,中国(遵义)酒类博览会已成功举办了两届,取得了明显成效。国内知名酒类生产企业如贵州茅台集团、泸州老窖、四川郎酒集团、北京红星股份公司、洋河大曲、双沟大曲、习酒、董酒等连续参展。可以说,中国(遵义)酒类博览会已成为在海内外具有一定知名度和影响力的大型酒类专业展会。本届中国(遵义)酒类博览会已经被商务部列为2010年全国重点引导支持的展会之一。

(秦仁智 陈丽 陆春华)

国家农业产业化重点龙头企业 国家星火计划项目 世界肉类组织成员

德益绿色

DEYI GREEN

米饭 肉食品 下饭菜

做食品就是做良心——杜诚斌

四川德益绿色食品集团有限公司 电话:028-85335878 网址:www.scdeyi.com

中国首家芝麻香型原酒供应商
荣登上海世博会“名产名片”特刊

傅潭、傅潭春、傅潭秋月、玖道坊系列酒全国招商
公司总经理赵章报热忱欢迎全国各地客商光临选购。

河南省傅潭酒业有限公司
公司地址:河南省南乐县城北环路北
财富热线:0393-5318999 13707676148

高炉家 和谐年份酒
好酒的年份酒

品质+年份

30

高爐家

► 东北大视点——商界精英

长白山酒业引领山葡萄酒冰酒再攀高峰 ——长白山酒业集团十年飞跃暨总裁张传海之商道

□本报记者 赵长远

2010年金秋时节,长白山酒业集团实施的第二个5年战略发展计划实现全面丰收。从2000年至2010年10年间,长白山酒业以气势恢宏之规模、红遍全国市场之气度,以荣登中国名牌和攀登世界品牌绝顶为己任,长白山酒业10年间顺利地完成了制订的两个5年发展计划!在这10年间,长白山牌葡萄酒在全国城乡高奏同一首凯歌声中创下了中国山葡萄酒业多项辉煌之最!完成了铸造中国山葡萄酒这一民族品牌的光荣使命!成为领跑中国山葡萄酒业的领军企业!本报《中国商界精英特别报道采访组》日前采访了中国最大的山葡萄酒生产基地——长白山酒业集团。

第一个五年计划:实施名牌战略

回顾:2004年,长白山牌葡萄酒在国家质检总局抽检中名列“红榜之首”。随后在2005年9月1日,长白山酒业受到国家质量技术监督总局表彰。接着,长白山牌葡萄酒又被中国名牌推进委员会授予“中国名牌”称号。这是山葡萄酒业品牌中最高的殊荣。长白山酒业在2000年制定发展规划时,曾发出力争在5年的时间内将公司建成一个大型的、有实力的、专业的葡萄酒集团企业。把长白山品牌推进到中国名牌的行列里。如今,长白山酒业集团实现了自己的计划。在采访中,我们登上了长白山酒业位于长白山脉的野生资源保护基地……

但见“万绿丛中果实红,四面群山环抱中。葡萄原酒地下藏,空气弥漫酒浓香”。

站在起伏的山坡上,脚下就是亚洲最大的橡木桶储酒窖。在厂长兼集团公司副总张传蛟的介绍中我们得知:长白山红酒是采用生长在长白山区的山葡萄、五味子、红姑娘等野生果实酿制而成的酒品。东北长白山脉生长的山葡萄,在分类中属于东亚种群,在生物特性上由于东北地区的生态环境,包括原产地的土壤、积温、日照、无霜期等特点,决定了东亚种山葡萄与欧亚种葡萄的不同。山葡萄酒酸高、糖低、色浓、维生素、矿物质等营养成分含量及单宁等酚类化合物含量高,所酿出的红酒色泽、香气、风格均与欧亚种葡萄酒酿出的酒不同,工艺也有差别。山葡萄酒是世界葡萄酒中独树一帜的,是我国特有的葡萄酒品种,具有野生山葡萄的典型性,有自然的色泽与芳香,与欧亚种葡萄酒比,更有中国葡萄酒的风格。这些野生果实靠自生自长,成为长白山红酒丰富的酿酒原料。接着,我们参观了长白山酒业集团的五味子、山葡萄种植基地保护区。眼前“绿海如波一望无际,累累果实尽收眼底”。这些果实在绿叶中露出紫红色的光泽。再聚焦远方,更见漫山遍野、层林尽染,碧绿如墨,似海辽阔。



人物简介

张传海

长白山酒业集团董事长。
吉林省总商会副会长,吉林省广东商会副会长。
吉林省十一届人大代表。

成功之道

张扬个性、传承信德、海纳百川。

这些极其丰富的野生果实为长白山酒业的大发展提供了充足的资源保证。为酿制精品、极品提供了充足的资源。接下来我们参观了亚洲最大的地下酒窖。在地下酒窖里,我们被巨下的储酒橡木桶震惊,但见一排排、一列列的橡木桶静静地躺在地底下,里面是装满了原汁。据张总介绍,这些原汁储存期均在3年以上。而橡木桶的数量却在1500个以上。

有诗为证:橡木储酒地下藏,窖内低温酒溢香。原浆酿成葡萄酒,民族品牌咱最强。

长白山酒业在振兴民族特色山葡萄酒的复兴路上付出了常人难以想象的心智和巨大的经济代价。业内人士曾感慨地说,是长白山酒业在浩劫中挽救了吉林省的山葡萄酒产业。此言已得到同行们的默认。

几年来,长白山酒业集团在冲刺世界高端的路上也投入巨大。从该集团本身规模上可以自豪地说,目前,公司拥有东北规模最大的山葡萄绿色种植基地。其中梅河口市新和镇3万亩野生山葡萄绿色种植基地;蛟河市10万亩野生山葡萄、北五味子自然保护区。拥有吉林长白山葡萄酒公司和通化天池葡萄酒公司,4个车间、8条生产线,日产百吨红酒,年灌装能力4万吨。拥有东北规模最大的原酒发酵能力、拥有世界上迄今发现的唯一一株雌雄同株的野生山葡萄。等等。

那么,长白山酒业集团在第二个5年计划里,又有哪些惊世骇俗的举措呢?

第二个5年计划 为中国十万精英酿最奢侈的“冰酒”

董事长张传海说:“如果把甜酒比作金字塔的话,长白山酒业就是要酿造塔

尖最具独特风格的甜型酒,酿精品酒,酿绿色的酒。长白山区的自然环境赋予了原料的独特风格,我们有义务将这种风格发扬出来。”

为了体现奢华的理念,长白山酒业为全球奢华消费群消费群制定了一个品鉴专享计划,在全球开展巡回品鉴。从维也纳到圣彼得堡,从悉尼到上海,从总统礼酿到重庆市十周年庆典指定用酒,每年10万瓶的产量,锁定10万消费者。长白山冰酒正在将奢华的概念植入全球范围内的高端消费精英当中。他们沿松花湖150公里湖岸线建设了冰葡萄生态园,规划建设4万亩冰酒原料基地。2006年底已经完成1万亩冰酒产业园的建设,直接提高了葡萄的产量。同时,长白山酒业又新建了厂房和生产线,直接保证了日产100吨红酒的产量。

对于冰酒的推广走向,他们决定完全走高端路线。并决定在全球仅招募10万会员成为固定消费者,对会员身份的限定和选择也非常严格,以保证产品的奢侈性和稀缺感。另外,他们已将吉林和上海作为试点市场。并在上海建立了一个高端私人会所,专门招募高端会员,成为长白山冰酒的VIP会员。这预示着他们要将长白山冰酒打造成中国第一个民族奢侈红酒品牌。

据有关资料显示:长白山与加拿大冰酒第一产区安大略省处于同一纬度带,土壤肥沃、原始森林茂盛,素有“林海雪原”之称。在这里,既有黑土地这样的天然营养钵,又有雨水、雪水、地下矿泉立体水系,再加上原生态的环境系统,使生长的葡萄无人工肥料,无农药,无污染,营养丰富,白藜芦醇、酚类物质含量丰富,具有显著的抗氧化和延缓衰

东北大视点——商界精英专栏主持人:本报记者 赵长远

老的作用。

与此同时,每一支手工精制的瓶体拥有着完全不同于机器制造的婉约曲线和内在灵性,加上长白山冰酒特有的金属标饰则更能彰显来自长白山的非凡灵犀,倾力重现中古世纪纯手工打造的细腻纯正、柔美雅润。更有意思的是,在相同瓶体客观温度下,盛有长白山冰酒的瓶体会使人觉得更具冰感,如玉般冰润。长白山冰酒的合宜品饮温度为酒体恒定5℃,开瓶1小时醒酒后香气挥发新佳。

据悉,长白山冰酒的“全球十万精英领袖品鉴专享计划”,将在世界100个城市启动,谨为政要首脑、社会名流、精英领袖提供长白山冰酒的奢华品鉴。

“全球十万精英领袖品鉴专享计划”的奢华之旅目前已经走过了11站旅程,从奥地利维也纳金色大厅到澳大利亚悉尼歌剧院;从第六届亚洲冬季运动会开幕式到重庆直辖市10周年庆典;从出访菲律宾拜会阿罗约总统到游历安第斯山脉酒庄礼赠智利酒协;从上海“艺术和谐世界”酒会到圣彼得堡“俄罗斯中国年”;从中国食品工业协会葡萄酒国家评委考试用酒、中国葡萄酒国际研讨会专家品鉴到世界500强及跨国企业高尔夫球精英赛;长白山冰酒以其非一般自然奢华的天赋灵犀,获得总统、部长、葡萄酒酿造大师、收藏家、艺术家以及商界领袖精英们的欣赏和赞誉。

长白山酒业总裁张传海豪情满怀地说:“在未来,冰酒将成为长白山酒业的核心理产品,将成为中国的最奢侈品牌!”为了这一梦想,长白山酒业花费了5年的心血来研制具有自主知识产权的冰酒。为此,长白山酒业引进了世界上最先进的加拿大冰酒酿制工艺。自身的研发中心,再利用长白山葡萄酒独特的优势,又对这一工艺进行了改良。张传海说:“中国冰酒历史要远远早于欧洲,只是没有欧洲冰酒那样享誉世界。长白山酒业集团的专家们,没有照搬国外的冰酒酿制工艺,更没有靠引入国外冰酒原汁进行勾兑,而是立足于本民族特有的冰酒原料和工艺,牢牢抓住‘冰酒是在葡萄冰冻条件下高度浓缩’这一基本工艺理论,酿造出了独具中国风格的冰酒。”2005年11月初,国际葡萄与葡萄酒协会(OIV)和中国食品工业协会,在青岛主办的中国国际葡萄酒、烈酒品评赛上,张传海捧回了长白山牌冰葡萄酒获得的世界甜型酒中唯一的一个大奖,这是目前世界葡萄酒质量的最高奖。

长白山酒业集团始终视质量为生命,他们建立了一套完整的产品质量管理体系,2003年通过ISO9000:2000质量管理体系认证。2006年被国家商务部评为“中华老字号”企业。2007年“长白山”牌注册商标被国家工商总局授予“中国驰名商标”。

鲁酒“5年规划”出炉

山东将在3-5年内培育两家销售收入过20亿元的白酒企业、6家以上销售收入过10亿元的企业

在9月5日上午举行的中国低度浓香型白酒发展大会上,山东省轻工业协会会长李伟鸣表示:“山东要在3-5年内培育两家销售收入过20亿元的白酒企业、6家以上销售收入过10亿元的企业,鲁酒整体品牌形象和竞争力明显增强。”山东将借助低度浓香型白酒和芝麻香型白酒的特色优势,在全国白酒市场重塑鲁酒品牌。

当日,古贝春集团、扳倒井、济南趵突泉酿酒、景芝酒业、孔府家酒、兰陵美酒、花冠集团、泰山生力源等8家企业被授予

中国低度浓香型白酒著名企业。

据介绍,山东已经发展成为国内最大的低度浓香型白酒制造基地,40度以下的低度浓香型白酒产量在全国同类产品上达到占绝对优势的40%。“随着人们消费观念日趋健康理性,鲁酒低度浓香型白酒拥有巨大的市场拓展空间,在与国际市场接轨方面也占据优势。”中国酿酒工业协会理事长王延才在当天的大会上表示。

“但鲁酒总体品牌知名度低、效益不高,缺少一批能够引领鲁酒走向全国的品牌龙头企业,在市场营销方面过分依赖于

当地市场,外销量仅占10%左右,且每个企业产品同质化竞争严重。山东省白酒企业在新产品推介和品牌宣传方面投入少、力度小,市场营销方面以单打独斗为主,不能形成合力,难以大规模走向全国市场。”李伟鸣如是说。

“山东去年白酒的产销量占全国的1/10,但利润却只有全国的1/20,显示出山东白酒行业整体大而不强的问题。”王延才告诉记者,鲁酒品牌80%以上是低端酒,高中低档产品结构不合理,利润低,国家实行的白酒从量计税政策对山东的影

响最大。“去年500ml鲁酒的平均价格是1188元,与川酒2291元、黔酒2054元的平均价格相差近1倍。”

王延才表示,山东白酒全国知名品牌少,缺少领军企业,且差异化程度较低。虽然牢牢掌握本地85%以上市场,但对外省市场的开拓艰难。“随着芝麻香型白酒的兴起,鲁酒的外省市场拓展将有所突破,泰山生力源集团已开拓了广东、福建、浙江等地市场。”王延才建议,鲁酒要探索鲜明风格,形成板块效应,改变以低端酒为主的局面。

(经