



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

中國糖酒周刊

THE MANAGER'S DAILY

责编:王 萍 编辑:唐 勃
版式:张 彤 校对:陈 梅
2010年10月18日 星期一

协办:辽宁道光廿五酒业集团 汾酒集团

► 各方评说 | Gefang Pingshuo

糖酒会 酒企缘何远远多于糖企

记者走遍了两个会展中心，发现只有七八家糖企参展，其中，多家都是展销的卡通糖果、玩具糖果等，喜羊羊、灰太狼等一个个栩栩如生的形象，变成了价格不菲的糖果。而舜耕国际会展中心红酒专柜情况更是如此，只有二楼四五个柜台是台湾食品和进口食品展区，甚至没有一家专门的糖类企业布展。

记者采访中了解到，现在市场上糖果品牌正在减少，这也是影响糖类企业参展的一个重要因素。曾经多次参加糖酒会的深圳童乐凯帝糖果食品有限公司相关负责人介绍说，上世纪 80 年代举办糖酒会时，参展的糖果品牌可能不下千个。但近年来，由于受市场竞争加剧以及市场集中度越来越高等因素的影响，一些小企业逐渐被淘汰，糖果品牌也越来越少。

在济南国际会展中心的二楼东侧济南大明湖糖业食品厂的展区，负责人胡先生告诉记者，现在公司除了经营普通的绵白糖、红糖之外，还主要经营益母红糖、阿胶红糖、姜粉红糖等营养糖系列，“在做糖生意挺难，蔗糖主产区

大幅度减产，原糖成本价居高不下，导致利润比较低。”

“历年来糖酒秋交会都有这个特点，糖企数量都明显减少，而相比之下，酒企数量非常多。”中国糖业酒类集团公司相关负责人表示，从历年糖酒会举办情况看，秋季的交易会中，糖企数量非常少，最主要的原因在于酒企的实力要远远超过糖企，无论是展位的面积、展台的装饰、广告的设置等等都要远远高于糖企的推广力度。这位负责人认为，虽然秋交会上酒企比糖企要多很多，但是在数量上糖企仍然占一席之地，以糖类产品为原料的饼干、糕点类产品销量有上升趋势，而一些知名调味品企业也异军突起，不少调味品企业也到糖酒会上来分一杯羹。

对此现象，山东大学市场营销学教授王德胜介绍说，出现这种情况的根本原因是受营销渠道的影响，酒和糖的营销渠道差异非常大。王德胜教授认为，糖作为一种重要的原料，主要面对的企业是大型食品厂和冷饮市场，而在营销过程中，这类生产企业往往与砂糖生产厂家直接碰头接洽。

（生活）

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

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
DEYIGREEN
米饭 肉食品 下饭菜

做食品就是做良心——杜诚斌

四川得益绿色食品集团有限公司 电话:028—85338118 网址:www.scdely.com

高炉家·和谐年份酒 好酒的年份酒

品质+年份

成都军星酒业有限公司出品 / 四川成都·崇州市锦江
I 址: www.cdjrxing.com 电话: 028-8236177 028-8236363 传真: 028-82369877

► 行业关注 | Hangye Guanzhu

金风送爽 酒水飘香 商机泉涌 “走马观潮”秋季全国糖酒会

2010 年秋季全国糖酒商品交易会于 10 月 12 日在泉城济南落下帷幕，成交额达 201. 43 亿元，创下历届糖酒会历史新高。

时隔五年，有“天下第一会”美誉的糖酒会再次在济南开展引发了参观热潮，据统计，本届糖酒会专业参观者超过 10 万。而全国糖酒会办公室主任何继红对本届糖酒会给予高度评价，表示本届糖酒会在展馆面积、专业参观者两方面实现“双十万”的突破。笔者在人头攒动的展会现场找到了答案。

白酒企业“攀高附贵”

在本届糖酒会上，无论是老牌名酒，还是白酒新贵，都争相“攀高附贵”，不遗余力地力捧各自的高档酒。

记者看到，一些老牌名酒不约而同地推出陈年佳酿，像“50 年珍品”、“30 年井藏”、“20 年窖藏”的标签比比皆是，标价动辄数千元。而新品牌则在包装上下功夫，雕刻精美的红木盒，翰墨飘香的纸圆筒，内画虎踞龙盘的玻璃瓶，成为后起之秀们彰显高价酒“身段”的法宝，价格也大多在千元左右。

在汾酒集团的展位前，一瓶名为“国藏汾酒”的 95 斤装白酒，引得参观者纷纷拍照留念，记者上前一瞧，该酒标价高达 209 万元，令人咋舌。通常市面上十几元一瓶的红星二锅头，如今装在景德镇瓷瓶中，价格就飙升为 18 万元一瓶。

来自黑龙江的强能酒业经理王海峰告诉记者，他们企业几乎放弃了十几元一瓶的低端酒市场，企业 90% 的销售份额都来自 1000 元以上的高价酒市场。企业之所以钟情高端白酒市场，王海峰解释说，一方面是因为粮食成本不断提高，另一方面，高价白酒可以带来 50% 左右的高额利润。此外，白酒作为中国酒文化的代表，消费文化很成熟，虽然近年来高价白酒销售量在下滑，但由于档次越来越



高，每年销售额反而在提升。

功能性饮料大行其道

止咳化痰、提神醒脑、补充体力……本届糖酒会参展的饮料企业几乎全部推出了自己的功能性饮料，“喝出健康”成为饮料行业新的风向标。

进入展馆，首先映入眼帘的就是本届糖酒会的独家赞助商“一枝笔莱阳梨汁”的特装展位，他们这次带来了自己的最新产品——“吨梨汁”。销售总监房光辉告诉记者，该产品在传统梨汁中又加入了川贝、金银花等中草药，可以起到生津止渴的作用。据他介绍，企业从 2004 年开始着手研发功能性饮料，此后每年销售额的增长幅度都维持在 7% 左右。

现场一位饮料企业负责人告诉记者，随着人们健康意识的增强以及购买能力的提高，许多功能被企业挖掘出来，比如娃哈哈推出的“晶晴”饮料，就加入了牛磺酸、叶黄素等保护视力的成分，享受饮料口感的同时还可缓解视力疲劳。

药企瞄准保健食品

“哈药六厂带来的不是药品”，本届糖酒会上，哈药六厂打出了这样的广告语，他们这次展出了人参蜂王浆口服液、钙加锌口服液等保健食品。药企进军食品业，不仅给食品货架上带来了新鲜面孔，也给消费者提供了更多选择。

哈药六厂的负责人告诉记者，他们原来的产品只在药店销售，此次展出的产品全部专供商场超市，将加入到保健品市场的争夺中。该负责人称，将制药标准应用到食品生产上，食品安全将更有保障。并且从事药品生产都长期不间断地调研，对国民健康状况了如指掌，在进行产品开发时也能从消费者健康状况出发，更准确地找到市场定位。

面对药企大举进军食品业的状况，许多食品生产企业表现得比较淡定。一食品企业的王经理认为，药企的进入对于传统食品企业来说也不过是多了几个实力较强的对手而已，可通过差异化竞争、寻求各自特色来积极应对。

（钟河 大众）

相关链接

何继红：“我非常满意”

全国糖酒会办公室主任何继红认为，2005 年全国糖酒会首次落户济南，成交额创历史新高。今年糖酒会再会济南，通过 5 年不间断的学习和经验积累，本届糖酒会在接待能力、服务水平、组织体系等方面都做得非常出色。“作为糖酒会操办人，我非常满意，看着国际馆外籍客商脸上的笑容以及签订的合同，证明糖酒会的目的已经达到了。”何继红说。

“今年糖酒会启动了两个场馆，给组织和办会带来一些难题，我们接待工作人员数量比往年翻倍，每一个场馆都要有同样数量的人员做好服务，压力很大。”何继红说，济南市政府在接待、服务等方面做了大量工作，并在两个场馆之间开通了班车，参展商凭证即可免费乘车，参展商对此都很满意。

何继红表示，济南硬件建设基本满足了糖酒会的需要，不过随着会展规模的不断扩大，对展馆需求不断增加，未来发展硬件建设应该还是第一位的。

（闻鲁）

全国秋季糖酒会上 一品景芝领跑中国白酒芝麻香

芝麻香是山东白酒的一个鲜明特色，是鲁酒个性化风格的代表，作为山东白酒企业独创的芝麻香白酒，近几年在业界的呼声越来越高。2010 年 10 月 5 日至 11 日召开的全国秋季糖酒商品交易会上，来自山东景芝酒业的芝麻香一品景芝一开始就成了众所瞩目的焦点。

济南国际会展中心和索菲特大酒店景芝酒业展厅内，背景板上刻着透出创领气概的“一品景芝，创领中国芝麻香”广告语，芝麻香型系列白酒一品景芝被精心的摆放在展台上，其匠心独具的外观设计，与芝麻香品质融为一体，相得益彰，彰显出高贵的优雅气质，博得大量山东省内外客商驻足停留，争相咨询。

一品景芝在本次糖酒会上的不凡表现绝非偶然，景芝酒业快速崛起，问鼎山东，领跑中国芝麻香白酒走向全国是迟早的事情。

行业权威人士分析，“景芝”在鲁酒阵营中是一个极其特殊的企业。其资源稀缺、工艺独特、香型极富独创性、科研实



力雄厚，加上深厚的历史文化底蕴，多年来所获殊荣与桂冠位居鲁酒之首，在全国亦名列前茅。景芝酒业是芝麻香型白酒的发明创造者，是芝麻香国标和地理标志“两个标准”的制定者。国家标准样品技术委员会酒类分技术委员会秘书长杨明指出，“一品景芝”之所以成为中国芝麻香型白酒代表和地理标志产品，关键在于其独特的地理生态环境和科研优势，‘同一种工艺、同一种做法，离开‘景芝’其地酿酒，酒味大有逊色’就是这个道理。”

一品景芝是山东白酒行业唯一获国家地理标志保护殊荣产品，充分标志着“一品景芝”高贵的品质和地域的不可复制性。如同酱香之于黔酒、浓香之于川酒、清香之于汾酒，芝麻香给予鲁酒一样极富个性化的品牌。其“环境独特、资源稀缺，工艺复杂，成品有限，高贵幽雅，绿

色健康”等优势，成就一品景芝创领中国白酒高端品味。

毫无疑问，景芝酒业的“一品景芝”堪称中国白酒“芝麻香”的真祖，这一观点也得到茅台集团董事长季克良的赞同，他曾亲笔为之题词“芝麻香真祖”。景芝镇与茅台镇异曲同工之妙在于：“离开景芝镇，就酿不出纯正的芝麻香”。

景芝酒业，不仅是芝麻香的始创者、国标制定者，更是这种新香型白酒的推动者、领军者。自 2009 年以来，“景芝”突然发力，快速崛起，业绩扶摇直上，不仅令业界刮目相看，更引得无数追随者纷纷效仿。在当地政府积极推动“鲁酒复兴”时代大背景下，一场声势浩大的“芝麻香运动”因“一品景芝”而在全国拉开大幕。

（李建荣 刘守刚 本报记者 王剑兰 王道海）

军中无戏言 军酒放心喝

中国军星文化第一酒

中國軍酒

本色不改是军装 持生不假是军笛 生熟之交是军人 永远不变是军魂

成都军星酒业有限公司出品 / 四川成都·崇州市锦江
I 址: www.cdjrxing.com 电话: 028-8236177 028-8236363 传真: 028-82369877