

# 中国食品周刊

## FOOD WEEKLY

协办:中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司 辽宁道光廿五酒业集团 汾酒集团 广告热线:028-68551386 新闻热线:13908058548 电子邮箱:1722428646@qq.com

2013年3月22日 星期五 主编:李国政 责编:戴琳 编辑:李晓虎 版式:张彤 校对:阳红

企业家日报

9

## “诗仙太白·95 金樽” 中国顶级白酒投资标杆

■ 本报记者 李国政

诗仙太白不是中国名酒,却近似中国名酒。它是上世纪 80、90 年代川东饮者的最爱。诗仙太白曾两次失之交臂于中国名酒评选,令人遗憾。笔者 1996 年曾到诗仙太白酒厂,午餐时,刘厂长叫人拿出一瓶普通透明玻璃瓶一斤装的诗仙太白酒,其酒色泽似汽油。开瓶酒香扑鼻,入口醇厚柔绵爽净。笔者平生喝过不少好酒,但感觉喝过最好的酒就只这一瓶,故而至今难忘。

### “诗仙太白·95 金樽”第二场路演

继去年上海首次路演之后,3月19日,“诗仙太白·95 金樽”第二场路演在广州隆重举行。诗仙太白党委书记、总经理陈红兵,上海国际酒业交易中心市场总监林虹,承销商上海唐皇投资有限公司代表,还有白酒营销专家肖竹青均参加了此次路演。通过此次路演,来自广州等地的投资者对于“诗仙太白·95 金樽”表现出极大的投资热情。

据了解,“诗仙太白·95 金樽”九十五周年纪念收藏酒容量为 950ML,酒精度为 59% VOL,限量发售 95000 瓶。

陈红兵在路演现场回答投资者提问时表示,“诗仙太白·95 金樽”九十五周年纪念收藏酒采用传统白酒酿制技艺,融合现代生态酿酒技术,以生态原粮、生态制曲、生态酿造、生态窖藏等为主要手段,由现年 95 岁高龄的“诗仙太白”第三代宗师、酿酒大师罗绍文老先生担纲酿制,亲手勾调。饮之入喉,初有细腻幽香隐于舌尖,顷刻醇厚甘爽萦绕于口,入得腹中,余香四溢,更觉遍体舒畅、心醉神怡。

### “诗仙太白·95 金樽” 凸显九大投资价值

作为即将登陆上海交所的“诗仙太白·95 金樽”是中国诗酒文化与酿酒工艺完美结合的典范,是文化、精神、白酒与创意的结晶,将作为高端白酒限量投资精品隆重推出。在诗仙太白此次广州路演会上,白酒专家肖竹青对此次发行的“诗仙太白·95 金樽”总结了九大投资价值。分别为:第一,出身名门,荣耀非凡;第二,产品具有历史厚重性,是中国文化酒的典范;第三,美酒密码,古遗六法;第四,独特工艺,首创双重窖藏。诗仙太白之所以独特,除了继承商、周“古遗六



法”传统酿酒技艺外,其中更重要的秘密在于诗仙太白首创的“双重窖藏”独有工艺。第五,酿酒原址,生态酿造;第六,稀有品质,酒有四美;第七,稀缺性,限量发行 95000 瓶;第八,精雕细琢,典雅风韵;第九,产品的巨大升值空间。

对此,也有专家表示,无论在品质、设计还是生态价值上,“诗仙太白·95 金樽”皆堪称中国顶级白酒投资的标杆之作。拥有着白酒投资精品最显著特征:高贵的品质、稀缺的产量、历史文化的传承和制作上的工匠精神;沉淀着诗仙太白酒传承的古法酿制技艺;渗透出中国诗酒文化底蕴和交汇灵犀的品鉴艺术;催化着爱酒之人嗜爱稀珍的真挚情怀。

### 中国诗酒文化 与酿酒工艺完美结合的典范

白酒是中国的传统产业,也是一个具有悠久历史的行业。在陈红兵看来,白酒是文化事业,白酒是一个载体,我们和老外交流,称得上国粹且具有历史文化厚重感的,白酒算一个。他接着说,作为世界几大蒸馏酒之一的白酒,老外也是可以接受的。但是,这里面还有一个问题,白酒出口虽然存在,但是出口做得并不好,原因是出口的白酒都是被国外的华人喝了,但真正的外国人(除俄罗

斯人、东亚人、南亚人以外)很少有人喝中国白酒。老外不喝的原因之一,是我们的酒文化他们还不了解或不接受,中国的白酒要想走出国门,首先要让“老外”了解并接受中国的酒文化,文化先行,白酒就可以跟进了。

营销专家坦言:诗仙太白的品牌营销很“妙”。诗仙太白是一个二、三线名酒品牌,但诗仙太白又是一个国际化的品牌,因为天下无人不知晓李白。让李白做无声的品牌代言人,张扬诗酒文化,诗仙太白做到了行业第一。

### 实施“三位一体”品牌战略

陈红兵认为,作为一家区域性名酒企业,要想做国内外市场,就必须练好内功。而诗仙太白在近 5 年的时间内,不仅将产能扩大至 30-50 亿元的规模,公司的品牌推广也会不断发力。

据他介绍,诗仙太白请李白来做无声的代言人,实现了品牌名、企业名、产品名三个名称的统一,这是其他企业少有的。“打诗酒文化牌,把诗仙和酒仙统一,传承中国诗酒文化,并以此作为诗仙太白酒业的企业文化。旨在让喝酒的人把品评诗仙太白酒作为生活中品味文化、休闲的一种方式。

他强调,“我们提倡诗酒持年华的理念,畅想人生如诗,岁月如酒。这不是附庸唐人喝

酒写诗,而是把酒视为水中诗,把诗视为文中酒。我们着重挖掘李白在诗酒方面的身心体验和感悟,‘通感’运用到当代人身上。”

### “诗仙”剑指全国市场

诗仙太白酒业经过多年发展已练就剑指全国市场的“武功”,选择赴上海国际酒业交易中心上市发行“诗仙太白·95 金樽”珍藏品是其由区域市场走向全国市场迈出的实质性一步。

有专家指出:“茅五剑”等一线白酒品牌在全国有无可撼动的品牌号召力,蚕食着区域品牌的生存空间,区域品牌即使想偏安一角也难。白酒具有双重属性,既是日常居家的物质消费品,又是精神文化消费品,由于消费者越来越追求个性化、差异化,这就给具有独特个性的区域品牌提供了足够的发展空间。

重庆直辖,川渝分家以后,诗仙太白就是渝酒老大。虽然诗仙酒业得到了重庆市政府的扶持。但长期以来,由于渝酒产业集中度不高,占重庆 GDP 份额很小,在众多产业中也不起眼,市政府并没有将白酒产业列入支柱产业,所以与四川相比较,渝酒企业所得到的政策支持远逊于四川酒企。但诗仙太白在陈红兵的带领下,多年“韬光养晦”,羽翼渐丰,而今终于“亮剑”,剑指全国市场。

## 五粮液百鸟朝凤加快实现全国渠道建设目标

■ 本报记者 张建忠

新年伊始,五粮液百鸟朝凤不断开拓,砥砺前行,加快了拓展销售市场的步伐。

日前,五粮液股份公司核心品牌“百鸟朝凤”的全国总经销商成都影响力酒业有限公司董事长王英海告诉记者:“公司秉承‘以人为本,创新求进’的理念,遵照最先进的营销管理理念,全面拓展全国市场,今年 1 月 18 日,在四川宜宾的招商活动再创佳绩。”

据王英海介绍,五粮液百鸟朝凤是五粮液集团出品的高品质浓香型白酒,是六届人大、政协指定用酒,其口感绵柔醇香,让喝过百鸟朝凤的消费者无不沉醉其中。其招商帮扶政策包含十个方面:

- 一是培训支持。开业前的指导、开业后的持续服务指导,由五粮液百鸟朝凤运营公司特邀著名白酒咨询专家进行集中培训。
- 二是市场启动指导支持。给予市场开拓方案、品鉴会运用方案及专业知识培训。
- 三是广告支持。独家经销商当地广告支持,最高给予年度进货额 20%作为当地广告支持。

每年在成都举办的春季糖酒会盛况空前,大约一周前,各大酒企和全国各地的经销商就纷纷入驻各大宾馆饭店,酒界大佬更是包下整个五星级宾馆礼迎各地经销商。糖酒会热身就此开始,场外交易也就此进行,花样百出宣传攻势此起彼伏。各种促销的吆喝声不绝于耳。

第 88 届全国糖酒商品交易会将于 3 月 28 日至 31 日在成都市世纪城国际会展中心隆重举行,目前,各项筹备工作正在紧锣密鼓地进行之中。和往年相比,今年糖酒会,有什么样的创意和特色?

### 时尚与传统并存 混搭展位特色各异

各地参展商已纷纷入驻各大酒店迎接



●成都影响力酒业有限公司董事长王英海

四是终端品牌推广支持。统一的宣传资料、促销品(POP 宣传单、促销小礼品、产品形象画册等支持)。

五是品鉴会样酒支持。专业营销团队协助推广品牌,举办品鉴会并给子品鉴酒水支持。

六是主题及促销活动支持。提供可以克

隆操作的样板市场方案(向客户提供针对性的样板市场操作方案,用于各地客户开发当地市场借鉴)。

七是人员支持。公司负责区域市场规划及营销方案制定建议,免费为经销商团队进行销售知识培训和指导。不定期对各区市场进行调查,并做强有力的活动推广支持和

## 2013 年成都糖酒会亮点打探

各方客商。记者打探发现,本届糖酒会,各种各样的展位设计花样百出让人眼花缭乱。有的在展厅修建的是富于时尚元素的现代欧式风格,而有的则直接将酒厂缩影版“搬”到了展会现场,一些打传统文化牌的企业,更是把中国古典建筑也修建在了展馆内,试图以此来吸引客商的眼球。

糖酒快讯记者了解到,本届糖酒会各酒店的展区分工明细布局合理,对场馆做到了最大化利用,同时在展区规划上做到了更加合理和专业。据了解,本次白酒企业入驻主要分布在锦江宾馆、岷山大饭店、大成宾馆、

皇冠酒店、梨园祥酒店等酒店。除设置往年已有的知名白酒品牌及二线品牌以外,今年推出了很多酒业新面孔。这些新面孔或许会有不俗表现,其中跑出几匹业界“黑马”也并非不可能。

### 苍井 25 号将亮相成都糖酒会

3 月 18 日,日本人气女星苍井空罕见地发微博介绍补酶饮品,知名博主“长春国贸”爆料称苍井空此举其实是为她将代言的补酶产品做宣传,代言费用达到千万人民币级,比一线女星的代言费还要高。

宣传。重点区域派驻人员长期协助客户的团队进行拓展、营运。

八是调换货、物流支持。100%调换货(不影响二次销售,物流费用由代理商承担),首单进货由企业承担运费,后期补货 5 万以上企业承担,5 万以下企业和经销商共同承担运费,各 50%。

九是名酒支持。至少 10 多款名酒系列产品可做资源分享(茅台,五粮液,剑南春珍藏级,碧富酒庄,法国原装进口卡斯特系列等)。

十是年终返利支持。根据全年任务指标完成率,给予不同的全年进货额返利。帮扶政策使经销商对五粮液百鸟朝凤项目充满了信心和决心。

记者了解到,五粮液百鸟朝凤连续荣获五粮液模范运营商和终端网络拓展奖。同时,母公司浙江国鼎酒业销售有限公司是浙江金华地区、义乌市最大的酒水经销商,也是五粮液、茅台技术开发公司最大的经销商之一。

我们深信:五粮液百鸟朝凤团队一定可以快速拓展销售市场,实现全国渠道建设的宏伟目标。

3 月 18 日,苍井空发布微博:“太高兴啦,经纪人以后可以不喝酒,这个不用身体受伤的奇魅植物酶 3 月 25 日成都又来啦我!在有糖和酒的大会,你会来么?哈哈!”苍井空更是用双手比出“25”造型,与粉丝相约 3 月 25 日在成都举行的第 88 届中国糖酒会上相见。

与往年一样,本届糖酒会也会让成都的服务企业赚得盆满钵满,商家的各项优惠、服务承诺也已经纷纷推出。在经济增长放缓的情况下,本届糖酒会“成绩单”怎样?糖酒会落幕即可知晓。(编者据糖酒快讯整理)

### 卫生部

#### 拟修订食品添加剂标准

卫生部 3 月 15 日起就《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》修订稿公开征求社会意见。新标准拟进一步限制含铝食品添加剂的使用,以降低我国居民膳食铝摄入量可能带来的健康风险。

国家食品安全风险评估中心评估结果显示,我国低年龄组和高食物消费量人群膳食铝摄入量均已超过联合国粮农组织和世界卫生组织食品添加剂专家联合委员会(JECFA)确定的每周耐受摄入量(2mg/kg 体重周)。为降低我国居民膳食铝摄入量,新修订的食品添加剂使用标准拟修订 9 种含铝食品添加剂的使用规定,撤销 3 种含铝食品添加剂品种及其使用规定。我国居民膳食铝暴露风险评估结果显示,7 岁至 14 岁儿童通过膨化食品摄入的铝相对较高,并且随着年龄降低,铝摄入量有增高的趋势,膨化食品是该类人群铝摄入量主要来源之一。

### 黄浦江已打捞死猪近万头

自 3 月 8 日上海松江黄浦江水域开始出现漂浮死猪起,截至 18 日下午 3 时,上海市累计打捞的死猪共达到 9795 头,而根据上海方面提供的 17 个耳标指向,死猪来源为浙江嘉兴。

记者了解到,黄浦江死猪事件发生之后,嘉兴市立即成立了由公安、畜牧、环保等单位组成的专项调查组,截至 3 月 17 日嘉兴市对上海方面提供的 17 样耳标及时进行了协查追溯,除了 4 个由于耳标信息缺失还有待进一步查证之外,8 个已查处到位。嘉兴市副市长赵树梅表示,已按照相关条例,对 8 个耳标案的养殖户给予 3000 元以下的处罚。这 8 名养殖户分别来自嘉兴市的平湖、海宁、嘉善 3 个县。

### 食品安全风险评估中心: 反式脂肪酸危害被夸大

国家食品安全风险评估中心 3 月 18 日发布消息称,被誉为“餐桌上的定时炸弹”的反式脂肪酸,危害被夸大。北京、广州等大城市居民日常饮食中对反式脂肪酸的摄入量,仅为 0.34%,远低于世界卫生组织建议的 1%限值。

2010 年,媒体报道反式脂肪酸存在引发心血管疾病、糖尿病、癌症等极大健康风险,引起恐慌。为科学的回应公众疑问,国家食品安全风险评估专家委员开展“我国居民反式脂肪酸摄入量及其风险评估”项目,为期两年。评估结果显示,中国人通过膳食摄入的反式脂肪酸所提供的能量占膳食总能量的百分比仅为 0.16%,北京、广州这样的大城市居民也仅为 0.34%,远低于 WHO 建议的 1%的限值,也显著低于西方发达国家居民的摄入量。

### 约束三公消费 引酿酒板块大跌

新一任政府的改革决心在 A 股市场得到快速反馈。国务院总理李克强上周日在新闻发布会上表态要约束三公消费,发布会后的首个交易日,投资者纷纷倾向于抛售白酒股等公务消费集中的股票,白酒股等板块出现大幅下跌。沪指也大幅下跌 1.68%,创出最近三个月新低。

从去年年底以来,白酒股已经不止一次受到公务消费收紧消息的打击。白酒股近日已经刷新了 2012 年下半年下跌以来的新低。与白酒股价一同下跌的还有市场销量及售价。从个股看,古井贡酒跌 7.88%,成为跌幅最大的酿酒类个股,行业龙头五粮液跌 4.54%,贵州茅台跌 4.25%。部分投资者认为,调研显示白酒股对公务消费很依赖,仍有看跌的空间;但国泰君安认为,由于预计今年一季度白酒业绩仍然高增长,且短期利空释放殆尽,可能会有反弹行情。

### 十三部门 部署虚假违法广告 专项整治工作

国家工商总局、中宣部等十三部门日前联合印发《2013 年虚假违法广告专项整治工作实施意见》。

《意见》要求,各地各有关部门将从深入治理突出问题、加大监管执法力度和发挥合力狠抓落实三个方面,认真开展虚假违法广告专项整治工作。

在深入治理突出问题方面,《意见》要求聚焦重点,做到“三加强”,即加强重点类别广告整治,加强重点地区广告治理,加强重点广告媒介监管。在加大监管执法力度方面,《意见》要求充分发挥各部门职能作用,共同整治虚假违法广告。其中,工商部门要做好强化对广告发布媒体自律审查工作的监督检查,进一步完善广告监测体系,加大虚假广告案件查办力度,着力提高监管效能,同时加强广告法制建设,不断提高广告监管工作法治化水平。

(编者整理)