



劲酒亮相波兰展 开启中国酒的破冰之旅

■ 沈莉

为了有效推动中国酒业的国际化,向世界传播中国酒的文化底蕴和消费方式,使中国酒成功进入国际市场,积极参与国际竞争。中国酒业协会邀请国内十家知名酒类企业组团出海东欧行。这是酒协组织的第一次中国酒企抱团出海,破冰之旅。中国劲酒作为保健酒的领军企业受中国酒业协会热情邀请,携 125ml 小劲酒、520ml 光瓶和盒装劲酒及 500ml 金标劲酒等系列产品,亮相波兰波兹南食品展。

波兰波兹南食品展由波兰农业部支持,是中东欧地区最大和 最为重要的专业展会,参展商为来自世界各地食品生产商和贸易商。是中国酒企开拓波兰以及中、东欧市场的重要平台。展会开幕当天,“中国酒”展位荣获 2018 波兹南国际食品展最佳展位设计奖。此次展位的设计运用了古代宝船造型,船身绘有飞天的神仙图案,寓意着中国酒企抱团出海,乘风破浪一往无前,向世界传播中国传统酒文化。

作为保健酒的领军企业,劲酒与茅台、五粮液、洋河、泸州老窖、汾酒、古井贡、红星及牛栏山等国内知名酒企,共同推动中国酒类国际化的战略步伐。

到访的参观者对劲酒的口感较为认可,表示劲酒纯饮口感顺滑,甜度合适,香气较好;现场用劲酒做为基酒调制的鸡尾酒也深深吸引了来访的参观者,他们表示第一见识到将传统的东方草本酒与西方消费者习惯的混饮方式相结合的鸡尾酒,品尝过后都觉得味道非常独特,还专程邀请朋友前来展位品鉴劲酒。

展会第二天,中国酒协将会在现场召开媒体推介会,向当地的媒体推荐此次参与的中国酒企,届时会有更多的媒体来到劲酒的展台,品尝劲酒,劲酒的参展不仅是将中国的美酒介绍给波兰和东欧友人,更是将中华传统养生智慧分享给国际友人。



■ 苗倩

在第 79 届山东春季糖酒会上,除了国井、兰陵、花冠、孔府家等山东知名白酒企业参展外,张裕公司、东方龙酒业以及来自深圳的天富酒业等携进口酒参展,花冠酒业的国花庄系列产品以及澳大利亚紫晶西拉干红等系列产品均在抢眼位置亮相。可以说,此次糖酒会,进口酒呈现“风景这边独好”的态势,厂商普遍采取聚集策略,聚焦优质、优势资源,聚焦大单品,聚焦消费升级,尊重消费主权。

聚焦大单品

与往年遍地开花的现象不同,在今年的山东糖酒会上,参展的葡萄酒厂商注重实效,展出的都是具有市场爆破力的“拳头”产品。此次,张裕公司主要携西班牙爱欧公爵、智利魔狮酒庄、澳大利亚歌浓酒庄等旗下的系列产品

■ 王惟强 卞川泽

细雨如弦微风柔,五月景色醉嘉兴。

近日,伴随着淅淅沥沥的小雨,“弘扬‘红船精神’研讨会暨大森酒业嘉兴办事处成立文艺晚会”在浙江嘉兴大剧院隆重举行。

全国政协常委、中国文联副主席、党组副书记覃志刚、原解放军某部李运之、余爱水、刘子贤、孙临平、杨廷欣、孔令义、贾龙武、吴辉建、王津、贾建伟、裴美成、官波、李建桢、张强、陈国需等将军、中国合作经济学会会长孙中华以及来自政界、文艺界、企业界、社会团体、经销商、观众等 1600 多人出席并兴致勃勃的观看了演出。

大森在“红船精神”感召下发展

“成立 18 年之久的大森酒业一直紧跟党的脚步,坚守自己的理想,在‘红船精神’的感召下,克服重重困难,力争做中国最好的葡萄酒。目前已经做到了国内有知名度,国际有销售的良好业绩。多年来,我们非常重视革命老区的市场,先后在江西南昌、福建龙岩、重庆等革命圣地建立了自己的公司、基地、办事机构。今天我们在嘉兴成立办事处,会继续延续‘红船精神’航道,把大森事业奋斗到底。”大森酒业集团董事长张德森在致辞中表示。

97 年前,中共“一大”在南湖的一艘游船上举行,标志着中国革命的航船正式从这里扬帆起航。嘉兴南湖红船,用它深沉辽远的气息、创新不息的斗志,带领中华民族走在了世界前列。中国共产党也从小到大、从一大时期的 51 万党员发展到现在拥有近 9000 万党员的全世界第一大政党。近日来嘉兴南湖缅怀先烈、参观学习的各地党员干部络绎不绝,他们站在中共一大会议原址,鲜红的党旗下重温入党誓词,不忘初心,与时俱进,砥砺前行。

原《解放军报》副总编辑、著名军事理论家孙临平将军在致辞中说,红船是红色的,五月是红色的,因为刚刚过去的 5 月 5 日是共产主义伟大的导师马克思诞辰 200 周年的日子。红色是我们军队、党和国家乃至民族的颜色。大森酒业的葡萄酒是红色的,酿造大森酒

弘扬“红船精神” 大森酒业稳步进军嘉兴市场



的人心是红色的,他相信未来大森的事业也一定是红红火火的。

“来到嘉兴就会有一种神圣的感觉,我们来嘉兴就是来学习红船精神的。”余爱水将军强调。他说嘉兴为党和国家做出的贡献是巨大的,今天的国家已经强大了,共产党带领全国人民走进了新时代,已经从建国初的愿望“站起来,富起来”转变为“强大起来”。在他看来,“万般皆下品,唯有食品高”,因为食品关系到人的生命,他希望大森继续发扬红船精神,为人民奉献更加健康的优质葡萄酒。

杨廷欣将军形象的用十六个字把大森酒业和

红船精神结合到了一起,那就是“雄心壮志,绿色天然,德业双修,广结善缘”,得到了与会者的一致认可。随后他送给大森酒业一副藏头诗“大业凌云志,森园葡萄香;酒真德为贵,好运送八方”,表达了他对大森酒业产品的认可与肯定。

江、浙、沪、广、深,交通便利,经济发达,人口密集市场容量大,是我国的葡萄酒样板市场。在葡萄酒界有得此市场得天下的称谓。面对一千多位来宾,大森酒业嘉兴办事处主任王振江承诺:“大森酒业给我带来了信心和正能量,身为大森人,我们一定按照张德森董

进口酒培育新生力量 聚焦消费升级

措。

毫无疑问,信息化的管理与强大的品牌背书,都是吸引不少观展商选择与张裕公司合作的原因。据悉,张裕公司通过推行订单模式,来推动生产、销售计划的信息化系统建设。通过信息化管理,推行订单驱动模式,打造成智慧工厂,解决产销脱节的问题。

来自淄博的一位经销商表示,“前期会选择与张裕合作,利用在白葡萄酒领域已有的销售渠道,打开进口酒销售的空间。毕竟,进口酒在年轻人中大有潜力。”

从 2012 年涉足葡萄酒领域,东方龙酒业公司总经理曲云龙一直坚持长线、精品战略,发力全国市场。“现在,除了大本营烟台市场,我们奉行走出去的战略,公司的进口酒还在东北、江浙及西藏地区销售,尤其是西藏的旅游产业发展快,去西藏旅游的人群‘不差钱’,他们有能力、有意愿消费价位高点的酒。如今,公司将之前的 100 多款产品系列砍到 60 多款。我们力争做好大单品,不做泛泛的品牌涉猎。现在经营的品牌系列,都是经过市场检验,与消费者磨合后留下的,可以说,遵循的是优胜劣汰的自然法则。”曲云龙向记者表示。

消费升级下的战略选择

花冠集团继成都春糖会之后,在家门口市场展出了国花庄系列。早在 2016 年,花冠将葡萄酒事业作为集团发展的未来战略后,并购了贝尔维德尔(Belvidere)酒庄并着力打造国花庄的高端品牌形象。据悉,国花庄系列覆盖百元至千元的产品,每个价位段都有主打产品,大单品的战略走向明确无疑。

根据 BCG 报告预测,未来 5 年,国内消费增长将主要由快速扩大的上层中产阶层和富

裕阶层所拉动。2020 年,上层中产阶层和富裕家庭数量占中国家庭总数的比例将从 18% 提升到 29%,购买力的增加有望进一步驱动消费升级。从近期减税、扩大进口等一系列政策来看,国家正在加大力度扩大内需。中国商务部新闻发言人高峰回应,扩大内需一个很重要的方面就是促进消费升级,随着对外开放的大门进一步打开,无疑,进口酒消费的潮流将很快从沿海传导到内地城市。

定位于“让生活更有品味”的南澳紫晶葡萄酒系列,紧挨着洛北春的白酒展位,据其品牌负责人介绍,“携紫晶系列在展会上露脸,就是想吸引更多的参展商关注南澳紫晶系列,树立品牌形象。在品牌推广中,我们会与企业家协会、商会等合作,向济南等周边市场渗透。”

对不同年龄段消费者“区别对待”

来自深圳乐勤的贺奎说,“这次集中跑了 15 个地级市市场,山东葡萄酒市场整体出现向好的趋势,尤其是济南、青岛、烟台等地市场,葡萄酒消费市场越来越好。而淄博等地的葡萄酒市场现在还处于发展阶段,需要一个过渡时期。在这些白酒消费氛围较为浓厚的市场,葡萄酒市场还处于酝酿和发力阶段,而青岛、烟台等地的消费者已经有主动喝葡萄酒的意识了。从整体上看,喝进口酒的消费者越来越多。”

“淄博紧挨济南,文化底蕴深厚、区位优势显著,城镇化建设的深入、新生代消费主力的崛起、葡萄酒承载着文化属性和时尚标签,以及消费者对葡萄酒知识储备的增加和逐渐成熟的品质、品牌认同感等因素,会推动淄博等地的葡萄酒市场提价扩容。贺奎说,在消费者主权时代,对不同年龄段的消费群体要“区别

事长“做酒先做人,酒品如人品”的要求,为广大消费者提供信得过的大森美酒。”在大家共同期待的目光中,张德森、李运之、裴美成、贾伟建、官波、王津、孙中华等领导上台开启了大森酒业嘉兴办事处启动仪式。

红色文艺唱响“红船精神”

当天的晚会以红色为主调,从宣传册、指引牌、背景、舞台、文艺节目等都以鲜红的颜色呈现。

伴随着苍劲有力的音乐,姑娘们用红色的大鼓演绎着《水鼓舞》拉开文艺汇演的序幕。随后顾莉雅的女声独唱《我在飞》、《这片海》赢得了观众的阵阵掌声。

小品是每一台演出最受大家欢迎和喜爱的作品,双胞胎小品演员刘全和、刘全利表演的幽默小品《小鸟与蜜蜂》惹得全场笑声迭起。特型演员周恩来的扮演者郭伟华现场表演的《伟人再现》,让观众真切地感受到了伟人的魅力;著名丑星杜旭东、李薇表演的小品回民支队片段《劝降》让大家又爱又恨,心潮澎湃,仿佛回到了那个受压迫和剥削的旧社会。

王洁女声独唱《乘梦飞翔》、《因为有你》;京剧演唱者于兰演唱的京剧《霸王别姬》、《杜鹃山选段》;女高音歌唱家韩延文演唱的《那就是我》、《我的祖国》;让大家领略到了歌唱家的美妙嗓音。

苗博朗诵的诗歌《干杯,祝福辉煌的大森》仿佛带领大家走进了美丽的葡萄酒园,品味着美妙的葡萄酒,享受着幸福的时代生活;

霍勇男声独唱《四渡赤水出奇兵》《当那一天来临》,著名歌唱家万山红演唱的《红梅赞》《山丹丹花开红艳艳》等不仅唱响了当晚的会场,更唱响了我們这个时代强音。最后汇演在全体人员大合唱《难忘今宵》中闭幕。

“大森葡萄酒为我们奉献了一场丰盛的文化盛宴,也让我们了解到大森葡萄酒的优质,我们相信在‘红船精神’的感召下,大森酒业会越来越好,我们嘉兴人也会越来越喜欢大森葡萄酒。”嘉兴观众秦海涛表示。

对待”。例如,成长于互联网时代的“新生代”消费者,他们的品牌意识显著、个性化特征明显,对品牌的选择偏重于国际化的视野,更容易接受多元化口味的进口酒。当然,随着国产葡萄酒产区概念的明晰,酒庄完全可以发挥地缘优势,抓住“游、养、学”当下经济发展的热点,牵手当地的商学院等机构,成为中青年消费者“游学”的一方“热土”,将体验式营销做到个性化、场景化。

在展会现场,东方龙酒业通过人体彩绘这一艺术形式吸引客商。作为中国进口葡萄酒联盟的会员单位,曲云龙一直坚持做真酒,“虽然进口酒市场迎来了可期的美好时代,但招商依然是我们的重心,有潜力的消费市场,我们就要掘地三尺。”在曲云龙看来,消费者教育是发力潜在市场的根本,在营销策略上,还是会迎合健康与时尚的消费诉求,不遗余力地加大对鲁西市场的培育和相对消费者的“渗透”。

到有潜力的市场去

2017 年全球葡萄酒消费量提升 1.8%,达 243 亿升,中国 2017 年消费量连续三年增长,达 17.9 亿升,而排名第一的美国市场达 32.6 亿升,法国达 27 亿升。由此可见,全球葡萄酒市场依然呈现上升的趋势,中国葡萄酒市场还有扩容的空间。

著名葡萄酒营销专家王德惠用“进口酒还有非常美好的增长空间”来形容进口酒。在他看来,预计未来 10 年,中国葡萄酒市场将突破 2500 亿元的市场容量,至少 5 年内,进口葡萄酒依然是市场的一个风口。

在进口酒市场鏖战的当下,到有潜力的市场去,到二三线市场去掘金,培育消费新生力量,或是进口酒厂商强力的“下一站”。

酒品如人品

我公司是一家专业以五种粮食酿造的优质浓香型原酒、多种风格调味酒、陈年老酒以及酱香型大曲酒的生产企业,拥有合义坊、川辉两类商标品牌,欢迎贴牌加工,愿与全国各大厂家共谋发展。

公司名称:四川省邛崃市正方酒业有限公司
成都市合义坊酒业有限公司
公司地址:四川省邛崃市卧龙镇中国名酒工业园
董 事 长:宋一明
电 话:028-8878439(传真)
手 机:13908225762
13548108555
邮 编:611530
网 址:http://www.sczfjy.cn/
http://www.cdhyf.cn/

四川百年苏公老酒坊 全国招商

提供:

原生态清香、浓香、酱香白酒和养生酒、水果酒及贴牌代加工业务。



财富热线:4008842899
加盟专线:15881033359

济南瑞丰生物工程有限公司

本公司与齐鲁工业大学等高校密切合作,研究开发了增强固态白酒发酵的系列高效微生态产品,提高白酒质量,降低生产成本,减少劳动强度。

主要产品如下:
●白酒发酵微生态菌剂
●脱水活性窖泥功能菌
●根霉曲
●优质成品窖泥
●浓缩液体己酸菌
●浓缩液体产酒产香酵母菌
●芝麻香型白酒高效微生物菌剂
●酯化红曲
企业宗旨:优质产品 优质服务 合作共赢

总经理:陆泰勇
联系电话:13905416779
0531-87483989
邮编:250308
地址:山东省长清区张夏工业园区
E-mail:ruifengshengwu@163.com

您发财 我发展

华西酒曲厂是在其前身——成都市成华区高科技生产化技术研究所彭州实验厂的基础上,经 25 年发展和积累而成立的专业从事生物制品科研和生产加工企业。

研究和开发的微生物系列产品有:
◆根霉酒曲
◆生料酒曲
◆纯根霉甜酒曲
◆固体麸皮活性生香干酵母
◆工业级纤维素酶
◆食品添加剂红曲米
◆酱油曲精
厂 址:四川成都彭州经济开发区
联系人:罗 忠
手 机:13679061105
电 话:028-837028146(办)
传 真:028-83708978
邮 编:611930
网 址:www.mainone.com
E-mail:cdservice@main one.com

彭州市华蓉陶瓷有限公司

专业设计生产:陶瓷酒瓶、酒具及各种工艺品等,公司倾力于中国陶瓷酒瓶及摆件的设计与制造。

公司生产的会呼吸的陶瓷酒瓶,会交流传神的陶瓷摆件,使华蓉更有魅力。
厂长:刘德银
手机:13088090770
13281090770
电话:028-83833818
83833828
QQ 号码:814439265
1512026857
地址:四川省彭州市桂花镇

