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

经理日报 THE MANAGER'S DAILY

责编:王萍 编辑:唐勃
版式:张彤 校对:梁英

2011年2月21日 星期一

协办:辽宁道光廿五酒业集团 汾酒集团

▶ 产业报告 | Chanye Baogao

孔府家举行营销实战培训

2月10日—12日，曲阜孔府家酒业有限公司举行2011年市场一线营销人员转观念、提技能销售实战培训，全公司近200多名营销人员接受了这次深度培训。这是该公司放眼人才培养、着力提升全体营销人员素质、强化市场实战技能、进而抢占全国市场迈出的重要一步。

在培训课上，授课专家结合白酒营销环境发生深刻变化的时代背景，和孔府家"做大山东，强化广东、上海，开发布局全国"的2011年营销战略，首先为市场一线营销员量身定制了20余套专业细化的营销系统作业模板，通过标准化、流程化、系统化的营销系统作业模板，着力提升营销一线人员的职业素养、执行力和营销技能。授课专家还就营销人员"如何进行市场运作和招商"进行了详细的讲解和互动，并针对个别区域的实际问题进行了有效的沟通与讲解，解开了大家的疑惑，收到了良好的效果。

(佚名)

枝江酒业喜迎新年开门红

近日，记者从湖北枝江酒业集团获悉，今年元月，枝江酒业销售额一举突破5亿元大关，创下历史同期最好水平，迎来兔年开门红。

谦泰吉、五星枝江、四星枝江、三星枝江、枝江王等拳头产品，继续保持着强劲的增长态势，许多品种相继出现脱销现象。进入产销旺季以来，枝江酒业按照"配置高标准、技术高水平"的要求，最大限度地发挥各类生产设施和成品仓库的利用效率，为了确保全国各地的市场需求，包装仓储一线2000多名职工两班连轴转，最高日发货量超过20万件。

枝江酒业集团2010年实现了销售52亿多元、利税4亿多元的辉煌业绩。枝江酒业总经理张春雷在谈及2011年企业发展战略时说，"枝江"将大力弘扬"中国驰名商标"、"中华老字号"的品牌优势和枝江酒横跨3个世纪的优秀品质，不断创造新纪录，不断挑战新高度，着力构建全国化大市场，努力把"枝江"打造成为中国最大的新名酒品牌。

(郭瑶 黄宏俊 闫友华)

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

▶ 热点追踪 | Redian Zhuizhong

相比于绽放多年的川酒"六朵金花"，豫酒"六朵金花"仍处于成长期——含苞欲放的关键阶段，豫酒一系列相应政府规划的适时出台，像一缕缕春风、一滴滴雨露必将对豫酒发展产生深远影响和有力推动。这可从今年春节期间豫酒在郑州市场的给力表现中初见端倪。

豫酒"金花" 含苞欲放沐"春"风

□钟河

今年春节，豫酒"变脸"领航郑州市场，让喝豫酒成为了一种趋势。据悉，宝丰国色清香、仰韶彩陶坊、宋河国字系列等产品，都受到了消费者的追捧。豫酒热卖已经成为2011年郑州春节市场的新风尚。据了解，近年来，随着河南白酒的复兴进程逐步推进，其综合实力及品牌形象日渐提升、深入人心。

究其原因，与豫酒企业大力运作郑州市场有很大关系。过去豫酒企业在郑州的销售尚可，但以中低端产品为主，例如鹿邑大曲、小赊店、宝丰大曲等产品，多是大众消费，难以树立起豫酒的品牌形象。通过近几年的运作和积淀，豫酒在产品结构调整方面取得成功，相继开发出能够满足市场需求的产品。有了中高端上量产品作为支撑，也使豫酒能够真正实现复兴，在省会郑州市场取得了实效。

豫酒凸显"定位"优势

"河南是个农业大省，同时也是食品工业大省，酒是河南食品工业重要的组成部分，并且是其未来增长的重要力量。"河南省工业和信息化厅厅长杨盛道向《华夏酒报》记者表示，振兴白酒产业是河南省工信厅在"十二五"期间的重要工作之一。以"六朵金花"的集体亮相为标志，豫酒的未来发展已经凸显出"定位"优势。

近年来，白酒企业对于竞争力体系的打造越来越精细，从品牌到文化，从产品到营销，从团队建设到流程管理，战术层面的比拼已趋于白热化，同时，也成就了传统名酒的强势复苏和区域性品牌的快速崛起。但若从白酒产业集群的长远战略发展来看，其最根本的发展动力还是来自"定位"，即地方政府的产业规划、政策支持，由此加强对区域白酒产业的管理和服务，使之树立信心、凝心聚力。

在过去的2010年，四川省委省政府提出了打造"中国白酒金三角"的产业发展规划，川酒由此成为业内焦点所在，实现了迅猛增长：产能、产值同步提升，主营业务收入突破千亿大关，尤为引人关注的是，通过原酒质押贷款等一系列政策创新服务，传统"六朵金花"之外的众多四川中小酒厂迎来了空前的发展机遇，在生产建设、品牌营销、市场拓展等方面成绩斐然，四川白酒产业已经呈现出集群式发展的明显趋势。

今天，豫酒"六朵金花"含苞欲放，诚如河南省工业和信息化厅厅长杨盛道所言："白酒产业是河南省重要的农副产品精深加工行业，打造与河南作为全国食品大省地位相符合的白酒产业，振兴白酒，使白酒产业为河南经济发展做出更大的贡献。"豫酒"定位"优势已然凸显，其绽放前景令人期待。

豫酒打造"品牌"战略

如何振兴白酒业已引起政府的关注，并纳入省委省政府的议事日程。杜康历史文化名酒，是河南最有可能进军中国一类白酒生产企业的品牌之一，也是10年之后有可能和茅台、五粮液比肩的豫酒。

宝丰酒历史源远流长。河南宝丰酒业有限公司的总经理卢振营告诉记者，这3年来，宝丰酒业的大本营平顶山市场挖潜效果明显，次根据地许昌和漯河、战略制高点郑州三个市场也实现了快速上量。

2010年，宝丰酒业在巩固发展这四个市场的基础上，根据地市场将逐步扩展，将在大豫北继续倾斜各类营销资源，重点投入，实现全面增长。而仰韶酒业则依托中原文化的底蕴和优良的品质，凭借仰韶彩陶坊系列产品迅速崛起，市场占有率节节上升。由此看来，豫酒将迎来新一轮发展的春天。

"金花"绽放需"四方"呵护

当豫酒在河南省的经济发展和产业布局中已经占据了较为明显的"定位"优势之后，其具体发展途径和增长方式仍需探讨，一言以概之，豫酒"金花"仍显娇嫩，尚未到绽放之际，需要相关政府部门、企业决策者、经销商乃至消费者——如"园丁"般予以呵护培育，用付出和心血来共同守望豫酒的未来绽放。

在具体措施上，河南省工业和信息化厅厅长、党组副书记杨盛道提出了4点意见：一是拓宽视野。"任何一个产业要想加快发展，必须要有战略眼光，"他说道，对于豫酒，应该立足本地，面向全国，放眼全球，遵循经济规律，找准优势，发挥优势，实施重点突破。"我们要认真学习研究川、鲁、苏、鄂、皖等省促进白酒产业的优秀经验和做法，扬长避短，以行业发展和市场消费的趋势为导向，实现白酒产业跨越发展。"

其次，要认清形势。"当前，国内白酒市场消费趋势表明，白酒业正面临着难得的发展机遇，食品是永不衰落的朝阳产业，而白酒则是其中的重要组成部分，具有文化底蕴深、消费群体广、市场生命力强、与群众生活密切相关等特点。"杨盛道分析说，2010年全国白酒产业主营业务收入约2650亿元，增长31%左右，"在传统行业中的表现十分突出，确定了白酒行业的高位运行走势。"随着市场消费持续升级，消费者"少喝酒，喝好酒"的意识不断增强，白酒消费将进一步呈现中高端化的趋势，"抓住这个机遇，靠品质和品位赢得人心，豫酒振兴与转型升级将大大提速。"

第三，要突出优势。"从豫酒产业基础看，河南是全国白酒生产大省，从豫酒市场情况看，河南省位居全国白酒消费中心地带，而且周边省份也有消费饮用白酒的浓厚氛围，发展白酒产业的区位优势明显，提高省内外市场占有率的潜力巨大。"他表示，特别是以"六朵金花"为代表的骨干企业及其明星产品，应聚焦市场目标，充分挖掘核心竞争力，为河南省白酒消费增添活力。"在这方面，我们要积极做好保驾护航的工作，从完善政策、保护生态和市场引导等方面着手，为企业创造良好的生存发展环境。"

最后，杨盛道提出，河南白酒企业应"奋发有为"，"六朵金花"充分发挥中流砥柱的作用，把握机遇，迎接挑战。"作为河南省工业行业的主管部门，我们将进一步加强白酒行业的管理和服务，做好规划、政策和标准，大力支持白酒龙头企业的发展，支持特色主导产品的开发，支持技术改造和升级，支持白酒产业的集聚发展，总之，只要有利于豫酒的事，政府就会干多、干好。"他表示，未来将成立专门的组织，对口服务白酒行业，并尽快出台振兴河南白酒的系统产业规划。

【相关链接】

豫酒"六朵金花"花落谁家

前不久，由河南省工业和信息化厅主办的2011振兴豫酒"六朵金花"名优产品发布会在郑州召开，会上，首次命名仰韶、宋河、杜康、宝丰、张弓、赊店为豫酒"六朵金花"。

啤酒业 新一轮涨价潮来袭

地方啤酒开始酝酿涨价

继三大品牌燕京啤酒、华润雪花啤酒及青岛啤酒先后涨价后，如今，一些区域性的中小品牌也开始效仿，这股涨价潮正在蔓延。2月16日笔者获悉，新疆品牌伊犁雪正在酝酿今年4月份的提价，提价之后，每包9瓶装的啤酒大概上涨2元至3元，提价幅度为10%至20%。此外，一些媒体的报道也指出，很多地方啤酒也开始酝酿涨价，有些还采取了为啤酒"瘦身"的变相涨价方式。而2011年1月，燕京啤酒、华润雪花及青岛啤酒三大品牌已经纷纷对旗下部分产品进行了提价，如1月18日燕京啤酒全线上调价格，从总厂到分厂，每箱啤酒根据品类不同，上涨5元至8元，平均涨幅在10%至15%。

有分析人士指出，由于竞争激烈，各大啤酒企业不敢提价，尤其是在当前的消费淡季，因为国内啤酒企业多集中在中低档啤酒市场，消费者忠诚度不高，且对价格较为敏感，一旦涨价，容易造成消费群的流失进而影响企业业绩。

"此轮啤酒企业提价主要由两方面原因造成。"正略钧策管理咨询合伙人周定告诉《国际金融报》记者，"一方面是成本推动型上涨，原材料、人力、物流成本一直都在上涨；另一方面，基于通胀的预期，大家对通胀的担忧，使得企业也有提升价格的冲动和行动。"

之前，华润雪花董事总经理王群表示，目前世界主要产麦区因美元贬值，造成大麦价格上涨，另加上国际航运价格及燃油上涨，麦芽价格上涨的紧张局面将不断加剧及持续下去。由于成本压力上升，他预计2011年整个啤酒业会有一轮涨价，幅度约一成，具体则针对不同区域、市场竞争激烈程度来确定。

有数据显示，2009年进口大麦210美元/吨，而到了2010年，进口大麦价格在370美元/吨，上涨幅度超过50%。去年12月初，申银万国分析报告中也指出，大米价格上涨了10%左右，包装物也有不同程度的上涨，大约在5%至6%，包装物的成本占比为51%。此外，也有分析指出，此轮原材料涨价给啤酒企业带来的压力比2008年小很多。此轮涨价是啤酒企业借着通胀之机提升利润空间，保证企业的盈利，抵消原料上涨的压力，从而将成本压力转嫁给消费者。

(惠聪)

中粮集团收购法国波尔多雷沃堡酒庄

中粮集团旗下中粮酒业有限公司2月16日与法国雷沃堡酒庄在法国波尔多正式签署收购协议，成为收购法国波尔多酒庄的首家中国葡萄酒企业，也宣告其旗下"长城"葡萄酒全球化战略迈入新阶段。

中粮集团副总裁迟京涛在签约仪式上说，法国是葡萄酒文化发源地，拥有独特的葡萄酒酒庄文化、优质的葡萄产区和透明的管理体系，在全球享有良好声誉。中粮收购雷沃堡酒庄是深化产业链原产地布局的重要举措，将有助于促进中粮酒业国际化进程。中粮将以这次收购为契机，继续加强与法国葡萄酒行业的合作，促进双方共同发展。

雷沃堡酒庄产权人菲利普·拉乌说，他非常高兴雷沃堡酒庄与中粮集团达成交易。他相信，中粮集团有能力继续经营发展好该酒庄。他还认为，中国葡萄酒市场潜力巨大。雷沃堡酒庄地处波尔多拉朗德·波慕罗产区，创立于15世纪中期，目前主要生产雷沃堡干红葡萄酒及副牌酒。

中粮集团是中国农产品和食品加工业龙头企业。经过多年整合和扩张，中粮在中国建立起最大葡萄种植基地和酿酒基地，旗下拥有知名葡萄酒品牌"长城"，占有中国葡萄酒市场30%的份额。

近年来，中国葡萄酒消费量呈快速增长趋势。有关数据显示，2010年，中国成为法国波尔多葡萄酒最大的出口市场。英国行业研究机构国际葡萄酒与烈性酒信息公司的调查显示，中国已成为世界第七大葡萄酒生产国。

(李明 唐霁)