

中国十大文化名酒

中国唯一调为传统酿酒工艺(黄金发酵)

道光廿五

辽宁道光廿五集团满族酿酒有限责任公司

诚招地市级以上区域营销专员

网址: WWW.daoguang.com.cn 销售热线: 0416-3883835

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

經理日報

THE MANAGER'S DAILY

责编:王萍 编辑:唐勃

版式:张彤 校对:梁英

2011年3月14日 星期一

协办:辽宁道光廿五酒业集团

汾酒集团

►行业讯风 | Hangye Xunfeng

五粮液 2010 年净利润达 43.45 亿

近日,五粮液发布业绩快报显示,公司 2010 年经营收入为 155 亿元;实现营业利润 60.47 亿元;实现净利润 43.45 亿元,同比增长 33.91%。业绩快报显示,五粮液业绩增长是由于报告期内公司酒类产品销量增加和白酒价格上涨。此外,五粮液董事会

决定,给“五粮液酒包装生产流水线年新增 2 万吨包装能力技改项目”增加 41786 万元预算。另外,公司拟实施“五粮液酿酒工艺技术装备机械化、自动化的研究与应用立项”,研发和应用的资金投入不高于营业收入的 4%。

(平资)

首届葡萄酒博览会 5 月青岛激情上演

记者 3 月 9 日获悉,2011 年青岛葡萄酒美食节将于 5 月 27 日到 5 月 29 日在青岛奥帆中心举行,历时 3 天,活动分为文化、会展、美食、旅游四大板块,节日期间将举办一系列主题活动:举办音乐焰火晚会、国际葡萄酒博览会、品牌葡萄酒品鉴会、葡萄酒知识竞赛、帆船邀请赛等活动。

据悉,该活动将在今后每年举办一届,争取用五到十年将青岛葡萄酒美食节打造成世界知名的节会。在葡萄酒博览会期间,5 月 28 日到 29 日,在奥帆中心长 534 米的情人坝搭建大棚,邀请国内外知名葡萄酒品牌参加葡萄酒节。

(李敏)

泸州 16 家白酒企业 抱团征战春糖会

素有“天下第一会”之称的糖酒会即将在成都召开,各大白酒企业的会期筹备工作正紧锣密鼓地展开。近日获悉,泸州 16 家白酒企业将统一筹划、统一宣传、统一参展,抱团出击本届春季糖酒会。记者日前从泸州市酒类行业协会获悉,泸州市商务局、酒发局、酒类行业协会认真贯彻落实省政府打造“中国白酒金三角”、培育千亿白酒产业的战略部署,为泸州酒类企业搭建一个厂商直接“对接”的交流平台,抓住良好商机、拓展更广阔的市场,集中展示泸

酒的美誉度、知名度和整体竞争力,特组织了 16 家自愿参加的企业,抱团出击,在成都新会展中心参加 2011 年成都春季糖酒会。

据悉,本次泸州酒业抱团出击,均是统一参展、统一筹划、统一宣传、统一搭建、统一参展。会前,还将组织在泸州的 16 家白酒企业和评委会,对 16 家参展企业提供的 47 个酒样进行鉴评、指导,把关质量,开展技术咨询,为 16 家企业征战糖酒会把好质量关。

(九九)

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。

傅潭

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

真酿年份 真酿之作

品质+年份

高炉家

30

高炉家

► 产业前瞻 | Chanye QianZhan

郎酒“打出”浓香战略牌——汪俊林董事长首谈新开发的郎牌特曲

早在去年岁末郎酒年终会上,郎酒集团董事长汪俊林就曾表示“将进行品牌清理与整合”,然而随后却又推出郎牌特曲,这究竟是自相矛盾还是另有图谋呢?

郎酒以 126 亿元冠名 2011 年央视春晚,加之今年春晚清除植入广告,郎酒的品牌传播“包场”带来了近期红花郎的断货。在此背景下,郎酒开始“给力”浓香型白酒市场,推出了郎牌特曲。早在去年岁末郎酒年终会上,郎酒集团董事长汪俊林就曾表示“将进行品牌清理与整合”,然而随后却又推出郎牌特曲,这究竟是自相矛盾还是另有图谋呢?与他的谈话便围绕着这些疑问徐徐展开。

为什么推出郎牌特曲

《中国酒业报导》:我们了解到,汪董事长曾表示“预计在最近两年内对产品进行大规模的整合”,整合意味着削减,在削减的情况下为何还要推出新产品郎牌特曲呢?

汪俊林:此话的确不假,但我在讲此话后,又提出了调整事业部,组织调整与品牌结构是密切相关的,况且,我强调的是对贴牌产品进行清零,当然伴随而来的还有对郎酒自有品牌的进一步收缩整编,意思是从过去的伸开五指向握成拳头,即向集约式品牌路线发展。

我们推出郎牌特曲,如果从原因上分析大致有以下几点:

一是恢复郎酒在浓香型白酒历史上的特曲位置。郎酒的“根”是酱香,拔出“根”来带出“须”,“须”是浓香,这是有别于国内其他老名酒品牌最具优势的两大基础。历史上,郎酒的古蔺特曲是浓香型白酒,在全国市场都有基础。从古蔺特曲到现在的郎牌特曲,我们一直致力于提升品质并适时推出产品,所以,推出郎牌特曲是恢复郎酒在浓香阵营里的基础性工作。

二是品牌战略的结构需要。在茅台持续提价的带领下,红花郎也于去年底作了提升,年关出现的脱销使红花郎出现了产能瓶颈,未来的持续增长除了靠兼香新郎酒外,浓香型郎酒自然是核心



汪俊林董事长

了。郎酒的现状是“酱有限、兼有时、浓正浓”,如何激活浓香型郎酒的活力?谁是在高端有红花郎、中高端有新郎酒之后的“中场”核心呢?在浓香型白酒市场氛围浓郁之际,郎牌特曲自然成为郎酒浓香型阵营的灵魂品牌。

三是产区属性的自然选择。在国酒金三角产区不断强化之际,作为位于五粮液、泸州老窖与茅台之间的郎酒,在做好酱酒之时,浓香型白酒成为郎酒增长的又一极,产区属性决定了郎酒的必然选择。同时,郎牌特曲与新郎酒、红花郎形成了既有联系、又有区隔的三大独立品牌,成为郎酒“一树三花”的三大命门,自然担当起浓香型郎酒的品牌领袖角色。

郎牌特曲“特”在哪里

《中国酒业报导》:在业内,特曲就是好酒的代名词,推出郎牌特曲是跟“特曲”的流行风么?

汪俊林:首先可以肯定地说,郎牌特曲的推出绝对不是跟风,而是郎酒产区属性使然,是由消费市场的需求决定的。而且,郎牌特曲与市场上现有的其他特曲产品是完全不同的路数,有着很大的差异性。

《中国酒业报导》:这种差异性是否就是郎牌特曲的特殊性呢?有什么特殊价



值与竞争力呢?

汪俊林:首先说特曲。特曲已经成为消费市场上一个相对成熟的消费品类,在浓香型白酒阵营中,特曲代表着最好的酒品。在传统的白酒领域里,大曲较为普遍,特曲相对少些,现在市场上表现不错的有泸州老窖特曲、丰谷特曲等。作为浓香型白酒品质的综合代表,老名酒郎酒应该担当起恢复、提升特曲的品类价值与市场占有率的责任。郎酒推出郎牌特曲,不是与其他特曲分食,而是共同做大做强特曲市场,同时,主流企业的参与,某种程度上屏蔽了小企业、小品牌的介入,有利于纯净特曲的市场氛围,提升品类的高度成熟化。

其次,郎牌特曲有着独特的品牌差

异化价值。在定位方面,我们现在推出的特曲集中在 100-300 元,而现行市场上的其他品牌特曲产品均在 200 元以下,郎牌特曲既丰富了市场上特曲的单一定位,又提升了特曲的价值空间,足足高出了 100 多元。在度数方面,郎牌特曲主推的是 38 度、42 度、50 度,与传统的 39 度、52 度形成了差异,同时以中度酒来吸引年轻的消费群体,与品牌主张的时尚化相吻合。在产品结构方面,郎牌特曲采用的是组合,在商务用酒市场上选择了最大规模的、有消费能力的年轻型消费群体。总之,郎牌特曲就是老品类的新文化体现。

郎牌特曲何以立足特曲阵营

《中国酒业报导》:如果说浓香型白酒内部生变,2011 年可能是特曲品类的异变。郎牌特曲将何去何从?

汪俊林:不敢说郎牌特曲是冲进浓香阵营的最大力量,但我对郎牌特曲深有信心。

从战略层面来看,郎牌特曲计划在未来 3-5 年做到 20 亿元,成为一般性商务用酒的主导品牌。2011 年,也就是郎牌特曲上市的第一年,我们并不想短炒速成。郎酒在持续的高空拉动下,品牌力已经彰显,郎牌特曲作为浓香型郎酒的旗舰型主导品牌,我们将通过独立的事业部来运作,第一年的规划只有 28 亿元目标,刻意不求量的考核,而是将在全国市场的布点与建网作为主要考核指标,以期更长远的发展,使之真正成为浓香型郎酒的“中场核心”。

从市场格局来看,郎酒提出了落地生根、开创大未来的战术转变,在央视集传播红花郎、新郎酒、老郎酒与郎牌特曲,在地面以新郎酒、郎牌特曲为形象进行氛围营造。我们计划郎牌特曲每年以 3-5 亿元的速度增长。除了高空优势之外,我们的地面优势并不逊色于区域品牌,加之特曲品类价值的自然放量,郎牌特曲 3-5 亿元的增长速度应该没有问题。

从营销战术来看,有了郎牌特曲的带动,我们将相应地调整如意郎、嘉宾郎等郎酒所有浓香型系列品牌。原来的如意郎与嘉宾郎均是同一个区域市场共同成长的,形成了内部恶性竞争,今年这两大系列产品将进行区隔化运作,对郎牌特曲形成掩护。所以,郎牌特曲一定会成为一般性商务用酒的主导品牌。

(据新食品)

金种子酒锁炳勋:“十二五”区域白酒大有机会

主业连续五年实现高速增长,公司股票连续两年涨幅位居食品饮料板块第一的金种子酒,能否在“十二五”期间继续保持业绩的快速增长?面对一线名酒的超常规提价,对于坐拥皖江崛起以及皖北振兴区域优势的金种子酒来说,到底是机会还是挑战呢?近日,全国人大代

表、安徽金种子集团董事长锁炳勋接受了记者专访。

“十二五”区域白酒机会多多

“今年是‘十二五’规划的开局之年,您对于‘十二五’期间白酒行业发展有什么期待?还会像‘十一五’期间那样超预期快速发展吗?”

对于记者的提问,锁炳勋表示:“近五年白酒行业的快速发展,是在我国宏观经济高速增长带动消费升级的大背景下实现的。国家‘十二五’转变经济增长方式、全面扩大内需的政策,将持续拉动白酒消费结构的

升级,推动白酒产业新一轮的发展。”锁炳勋进一步分析认为,尤其是皖江崛起和皖北振兴互动发展,将会带动安徽主流白酒企业的加速崛起,这对金种子酒进一步做强做大省内市场,稳健拓展全国市场,是一个千载难逢的大好机遇。

同时,锁炳勋也敏锐地感觉到白酒行业的生态环境和竞争态势正在发生深刻变化。他告诉记者:“资本的介入让白酒产业的竞争格局日益趋向集中,行业整合已势不可挡。金种子要率先抢抓这一历史机遇,将资本运作的竞争优势转化为金种子酒产品经营的强势。”对于饱受争议的一线名酒的超常规涨价,锁炳勋有自己的理解,他认为,这将为中高端白酒的生存和发展创造更多的商业机会和市场空间,有助于金种子酒的快速成长。

五年销售要翻两番

“十二五”开局之年,金种子酒亮出

了自己的奋斗目标:在 2010 年基础上,到 2015 年底实现销售收入、净利润翻两番。

对于完成公司“十二五”的目标,锁炳勋有自己系统的“作战”方案,他表示,公司将加快产业升级,高标准建设金种子生态产业园。“十二五”期间,公司将围绕主业白酒打造“曲酒酿造、储存两个基地”,“白酒灌装、研发品控、营销与物流三个中心”,新上万吨曲酒扩建项目,达到曲酒生产能力 2 万吨/年的生产规模,形成集白酒生产、酒文化博物馆等人文景观为一体的金种子生态产业园。同时,公司将加快营销升级,高效率推进市场全国化,推进资本运作,高水平谋划再融资。

记者注意到,刚刚推出中高端“徽蕴”品牌的金种子酒已经拉开了抢占白酒高端市场的战役。公司透露,“徽蕴”金种子酒将由安徽向江苏、天津等市场稳步推进。

(钟证)

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

产品通过美国 FDA 认证 澳大利亚 AQIS 认证

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

四川得益绿色食品集团有限公司 电话:028-85335818 网址:www.scdeyi.com