

中国十大文化名酒 中国惟一调酒传统酿酒工艺(黄金发酵)



**道光廿五**

北京道光廿五集团酒业有限公司

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

# 中国糖酒周刊

**经理日报**  
THE MANAGER'S DAILY  
责编:王萍 编辑:唐勃  
版式:张彤 校对:刘晓燕  
2011年3月28日 星期一

协办:辽宁道光廿五酒业集团 汾酒集团

## 编者按

三月的蓉城,乍暖还寒。2011年全国春季糖酒商品交易会于3月25日至28日如期在成都世纪城新国际会展中心举行,本届糖酒会既是全国糖酒会第22次在蓉举办,也是春季全国糖酒会永久落户成都之后的首次盛会,超过13万各地客商云集成都。在本届糖酒会上,热情似火的国际化元素赶走了料峭春寒,“点燃”蓉城的春日天空。

## 亮点 主会场内外热火朝天

据主办方介绍,本届糖酒会为期四天,仅设成都世纪城新国际会展中心一个展区。展区分为展馆室内展区、室外广场展区和会议中心展区。1号馆为葡萄酒及国际烈酒馆,2号馆为葡萄酒、国际烈酒馆、进口食品馆,3、4号馆为酒类馆,5号馆为精装馆,6、7号馆为食品馆,8号馆为调味品馆,9号馆为食品机械馆。广场还设置了包装展区和室外专区。

此次糖酒会国际化程度更高。国际红酒和烈酒相关馆区从去年的1个增加到2个,美国、澳大利亚、法国、意

## 热点聚焦 | Redian Jijiao

# 糖酒“溢香” 国际化盛宴蓉城火爆“开席”

大利等10余个国家及成都的友好城市积极参展;展区规划更加合理,分为室内展区、室外广场展区和会议中心展区三大部分,除传统的糖酒商品外,众多食品行业的新产品、新技术也将在本届展会上亮相。除展会外,还将举行一系列论坛、峰会等。

此前在布展时记者看到,布展现场热火朝天,许多参展企业现场搭建已成雏形。据现场建筑工人告诉记者,在糖酒会现场布展的第一天,已经开始加班加点的搭建工作,开幕前就可以按期完工。记者在会场外的假日酒店了解到,酒店房间早已订满,同时会场外酒楼餐厅的生意也出奇地好,为外地客人推出的旅游线路也受到热捧,广告设计制作、租车、会议组织等也因糖酒会的到来而大热。

## 宣传 亮点多多夺人眼目

记者发现,糖酒会还未开幕,宣传大战一触即发。参展商们唯恐宣传不及,不惜花大价钱,也要打响产品的旗号。有意思的是像“给力”这样的网络词语也出现在宣传标语上面。据现场一位企业负责人介绍,因为糖酒会对企业来说是一次大的展示,每年这个时候,他们都要占据好的广告位置,加大宣传。记者现场观察发现,广告形式也是多样化,包括跨街

门楼、造型广告、坐地路牌、灯杆竖幅、围栏广告、大型广告牌、喷绘广告、充气模型、升空气球等新老方式,给人以强烈的视觉冲击。

在宣传策略上,本届糖酒会也不乏亮点,会场内外美女如云,有穿旗袍的;有着晚礼服,拥挤而狭小的过道挤满了众多宣传员,人们手里面提着形形色色的产品宣传袋、宣传页。会场内外是忙得不亦乐乎。

本届糖酒会上,各参展商更是使出浑身解数,各种创意也是层出不穷。古色古香的亭台楼阁,使多家白酒生产厂家彰显历史厚重;恢宏大气的楼宇殿堂是红酒厂家的钟爱;小桥流水的乡村古镇是黄酒和腌制类食品的最爱。总之,充分利用各自不同的位置,利用可以利用的一切手段,最大限度突出自己的与众不同,吸引客商的眼球。

## 开席 国际化红酒“盛宴”创意无限

进入1号展馆,就像走进了世界各地的葡萄酒庄园,不仅可以看到双层设计的欧式法国古堡、还有地中海风格的豪华游轮、从澳洲远道而来的悉尼歌剧院、还有加拿大国旗的枫叶造型……今年的糖酒会,迎来更多红酒巨头同台竞技,在开幕式前就提前打响了创意争夺战。

针对近年我国葡萄酒行业快速增长、原装进口葡萄酒市场急速升温、中国成为世界主要葡萄酒出口国全球布局的重要组成部分等形势,本届糖酒会在继续开设“葡萄酒与国际烈酒馆”



的基础上,将展馆面积扩大到了1号、2号展馆两个馆,展位比去年同期增加50%。来自20多个国家和地区的知名葡萄酒厂商进驻联展。

“今年共有三四百家葡萄酒商来参展,比去年继续有较大增长。”糖酒会组委会透露,法国五大顶级名庄也争相亮相。本届展会中,国际馆的活动热闹又独特,从23日开始,连续三天安排了十余场大大小小的专场活动,品鉴会则接近百场。

“相对于国内糖酒企业把中国传统古典建筑搬进会场,喜爱时尚的国外酒商更‘辛苦’,有两家布置‘酒庄’就花了好几十万,都说想达到在原产地品酒的效果。”现场布展的工程人员

说。国内知名经销商醒醒酒业副总吴娟称,面对愈演愈烈的全球品牌竞争,开拓以成都为中心的西南市场作为参会首要目的,已是国内大部分红酒营销商达成的共识。

(钟河)

## 专家评说

### 何继红: 糖酒会国际化趋势越来越明显

近日,中糖集团总经济师何继红应邀做客新华社采访时表示,糖酒会在纯本土产品的基础上,国际化趋势越来越强、越来越明显。

何继红说:“我们的糖酒会得到了很多国内外厂商的关注,下一步要关心和关注国际化趋势的发展,打造新型的国际化的糖酒会的平台。最近几年糖酒会的国际化成分也已经越来越强、越来越明显。在糖酒会纯本土产品的基础上,我们逐步开辟了国际化的空间。从一个很好的范围,到今天已经达到了将近20%的国际化区域的展位面积规模,这种国际化成分在逐步加大。我想这不仅仅是对国外客商的吸引力,国外客商进入了中国之后,使他们的产品很快能和国内的营销商有机结合,我们现在葡萄酒的进口量有这么大,可能与这个平台的搭建有着直接的关系。”

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



**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

**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

**高炉家 和谐年份酒**

**好酒的年份酒**

品质+年份




## “中国郎”的神采和期待

——四川郎酒集团全国经销商大会侧记

讲话。在各级经销商的共同努力下,郎酒2010年继续保持着高速发展的良好态势,超额完成既定目标,实现销售收入58亿元,同比增长67%,从而圆满完成了2009年实现30亿元销量、2012年实现100亿元销量的郎酒“351工程”的第二步目标。并制定了下一个十年的“123工程”,即在2012年、2015年、2020年分别实现年销售收入100亿元、200亿元、300亿元。致力于将郎酒打造成行业领域中具有巨大影响力的不可或缺的企业。

了解历史发展,可以增强人们对郎酒成就和目标的认知——四川郎酒集团,是一个以生产销售中国名酒郎酒为主业,兼营房地产、能源开发的大型现代化企业集团。集团下设四川郎酒股份有限公司、成都万华房屋开发有限公司、成都万华投资有限公司、四川郎信投资有限责任公司、泸州宝光房地产开发有限公司、贵州宝光能源有限责任公司、成都数码科技有限公司等多家企业。其中最具有代表性的成都麓山国际社区,是郎酒集团主导的标杆建筑作品之一,完美地展现了郎酒集团跨界发展的独到眼光和雄厚实力。

至于郎酒集团主业,位于古蔺县二郎镇的郎酒工厂,其产地为国家原产地保护区,这里的高山深谷中一泓清冽甘甜的泉水流出,名曰“郎泉”,“郎酒”因取其清泉酿酒并位于二郎镇而得名。而储存郎酒的两个宝洞——天宝洞、地宝洞,为世界上储藏白酒的最大天然洞穴,其外围云雾缭绕,巨石摩天,阔达14000多平方米的洞室冬暖夏凉,常年恒温,使郎酒在内完成洞藏、老化、生香,能为郎酒催生出110多种香气成分,让郎酒获得鬼斧神工的酱香,成为中国酒厂中一种独一无二之瑰宝。难怪有诗人云:“佳酿三千,独爱郎酒;山魂水魄,尽在其中。”此

惟妙惟肖的神来之笔,形象地表现了郎酒集美好环境、独特地理、珍稀资源、巧妙工艺为一体的“天人合一”“道法自然”原理,堪称中国传统佳酿及酒文化之集大成者。

市场经济,大浪淘沙,穷者愈穷富者愈富的马太效应将优胜劣汰的残酷竞争演绎到了极致。有着辉煌历史也经历过市场曲折的郎酒,从2002年的3亿元、2005年的5亿元、2007年的13亿元再到如今继续猛增的销售额,迅猛发展的郎酒书写了重振雄风、更上一层楼的传奇。在卓越品质的基础上,郎酒的品牌价值也从2009年的87.79亿元,大幅攀升到2010年的122.39亿元,名列《中国500最具价值品牌》第59位,再度蝉联中国白酒行业第三价值品牌。与此同时,中国酿酒工业协会于2010年认定郎酒红花郎酒为“中国白酒酱香型代表”,这不仅是对消费者品质承诺和信心保证,更是行业翘楚对郎酒品质的认可和肯定。

当代中国正在民族复兴的伟大征程上大踏步地前进,异峰突起稳健发展的郎酒也在继续演绎着从成功走向卓越的新一轮传奇。2011年,郎酒再度冠名央视春晚,继续引发轰动效应,进一步弘扬了“神采飞扬·中国郎”的企业和品牌形象。目前,郎酒集团正倾力打造郎酒藏品公司,以奢侈专卖店形式直营30年红运郎酒、50年青云郎酒及100周年纪念郎酒。郎酒高层表示,郎酒将始终贯彻落实“三个坚持不动摇”——坚持品质第一不动摇,坚持管理不动摇,坚持品牌升空、营销落地不动摇,为郎酒实现稳健增长、健康有序发展保驾护航。郎酒集团也将在大思路、大品牌、大手笔、大执行的运作中,全面坚决执行公司战略及制度,不断优化结构,夯实基础,为实现郎酒及郎酒集团更加广阔的发展前景而奋力前行!

## 2010年度中国糖酒食品业年度人物揭晓 山西汾酒集团董事长李秋喜荣登金榜

本报讯(记者 赵占岭)3月24日,中国副食品流通协会、全国糖酒商品交易委员会办公室在成都发布了2010年度中国糖酒食品业年度人物,山西汾酒集团有限责任公司董事长李秋喜登上金榜。

其他9位入选人物分别是:四川剑南春集团有限公司董事长乔天明、宋河酒业股份有限公司总裁刘明志、四特酒有限责任公司董事长廖祖、稻花香集团总经理蔡开云、海南椰岛(集团)股份有限公司董事长张春昌、北京德龙保真国际酒业有限公司董事长潘志群、天一食品股份有限公司董事长陈志名、阜丰集团总经理王龙祥、青海宁食(集团)有限公司董事长王学刚。

□本报记者 王剑兰 王道海

从古老的“中国美酒河”——赤水河畔走来的郎酒,似乎注定一直要被社会所关注。3月23日,四川郎酒集团2011年全国经销商大会在成都锦江大礼堂隆重召开,来自全国各地的2000多名经销商和闻讯赶来的媒体记者们,共同品味了郎酒走过的辉煌历程、风格特色,更共同见证了郎酒规划的未来十年发展蓝图。

人们称郎酒的全国经销商大会乃畅享“中国郎”的“鸿运当头三十年,青云直上五十年,红红火火一百年”丰硕人生。其实从源头上看,秉承数千年酿酒史,始建于1903年,产自川黔交界“美酒河”畔、中国白酒“金三角”、与茅台相邻的郎酒,由于是目前中国唯一一家仍坚持采用山泉水酿造的白酒企业,加之拥有独特的地理景观、独有的自然环境,以及郎泉、储酒宝洞和精巧工艺等极为罕见的“硬件”和“软件”资源,无不衬托出这家白酒“金花”一个令人瞩目的亮点。

郎酒集团董事长汪俊林在大会上向与会的经销商代表们表示衷心的感谢,并就郎酒未来十年发展规划发表了重要