

中国十大文化名酒

中国唯一调酒传统酿酒工艺(国家金奖)

道光廿五

辽宁道光廿五集团清溪酿酒有限公司

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

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:阳红

2011年5月23日 星期一

协办:辽宁道光廿五酒业集团 汾酒集团

湖南百家食品企业
签署质量诚信宣言

民以食为天,食以安为先。范、系统的管理制度,坚持做到据湖南日报报道,在5月18日举行的湖南省食品工业企业诚信体系建设启动仪式上,亚华乳业、旺旺食品等100家企业在长沙签署“质量诚信宣言”,向社会庄严承诺“做诚信企业、让消费者放心”。自去年开始,湖南省在食品生产企业开展产品质量诚信体系建设,首批有25家企业参与,取得了较好成效。今年湖南省新增100家食品工业企业参与质量诚信体系建设,涉及乳制品、肉类食品、调味品、葡萄酒、罐头、饮料等多个领域。参与诚信建设的100家企业在宣言中表示,在原料收购、辅料添加、运输仓储、生产加工、检验检测等环节,建立规范、系统的管理制度,坚持做到不合格原料不进厂、不合格产品不出厂、不生产假冒伪劣食品、不掺杂使假、不以假充真、不以次充好;诚实发布经营信息,真实宣传产品品质和质量;开展经常性自查自纠,及时实行不合格产品追溯、召回和申诉处理,自觉接受社会监督。为促进食品产业健康发展,湖南省经济和信息化委员会等11个部门联合制定了湖南省食品工业企业诚信体系建设试点方案,并在粮食、畜禽肉类、食用植物油、水产类等10个行业中选定一批企业开展诚信体系建设试点。力争用3年左右时间,初步建立比较完善的食品工业企业诚信管理体系。(李伟锋)

69个国家葡萄酒企
“奔赴”广州国际名酒展

近日,记者从中国酒类流通协会获悉,为促进红酒投资产业发展,增进红酒文化传播,由中国酒类流通协会和广州科通展览有限公司共同主办,第六届广州国际名酒展将于5月25日至27日在广州市中国进出口商品交易会展馆举行。据了解,广州国际名酒展是大陆最早举办的专业国际酒展,前五届的成功举办被业界誉为“国内第一进口酒展”。而作为国内规模最大、国际化程度最高的专业进口葡萄酒烈酒展,此次广州国际名酒展展会面积达3万平方米以上,截至目前,已经有法国、意大利、西班牙、希腊、澳大利亚、新西兰、智利等69个葡萄酒企业报名参加,其中,包括西班牙第三大葡萄酒商维西瓦酒业、澳洲瑞森国际酒业集团等都将在此次展会亮相。据这次主办单位之一的广州科通展览有限公司总经理贾燕萍介绍,此次酒展除王朝等国产葡萄酒品牌外,所有的产品均属原瓶原装进口,主办单位将秉承一贯认真负责的态度,再次举办一场名副其实的国际性名酒展,使广州国际名酒展真正成为进口酒行业的风向标。(任民)

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

得益绿色

DEYIGREEN

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

高炉家·和谐年份酒

好酒的年份酒

品质十年

高炉家

要成为“东北老大”的白酒企业,必须集安全性、功能性、时尚性、服务性于一体,并在做透东北市场的情况下能把触角伸向周边市场。由此看来,谁能成为东北白酒“老大”?是辽宁的三沟酒业,还是黑龙江的玉泉酒业、富裕老窖酒业,吉粮集团酒业、大泉源酒业,抑或能够亮丽转身的“东北游击队”代表黑土地、老村长、三得利酒业,就目前来说,谁都有机会,一切皆有可能!

不破不立

“十二五”东北白酒业期待“群龙有首”

□何冰

“群龙无首”东北白酒最大的“软肋”

2011年,是“十二五”规划的开局之年。专家断言,白酒企业又将迎来高速发展的5年,不少已经上市和谋划上市的白酒企业,又把目光瞄准了500亿、1000亿元大关。与“十一五”诞生的10亿、30亿、50亿白酒企业和“十二五”将催生的100亿元甚至1000亿的白酒企业相比,东北白酒纵向比发展速度与全国一致,但横向比与全国的差距却越来越大。在“十一五”期间,官方统计的东北白酒企业销售过5亿元的为零,民间权威发布的过5亿元和10亿元的“东北白酒游击队”仅1至2家,而销售过5亿元的区域品牌白酒生产企业仅3家—5家。除了国名酒外,东北之外的白酒新贵,分为两种情况,要么是老名酒在崛起,要么是新名酒在提速。在市场准入门槛原来越高,市场销售成本越来越大的情况下,名酒涨价和二线名酒跟价,表面上看是给东北板块区域白酒品牌提供了溢价空间,但随着名酒与二名酒,二名酒与区域名酒之间的短兵相接,其溢价成本也越来越高。“十二五”开局 一线品牌引智成风

5月中旬,吉粮集团酿酒有限公司经过与国内一家知名酒水行业咨询公司近半年的接触洽商,最终签订了全方位咨询服务协议,咨询师队伍已进驻开始服务。此前,黑龙江北大仓集团有限公司也在政府相关部门的穿针引线下,与国内一流的咨询公司进行了紧锣密鼓的洽谈,并达成了初步的合作意向。据了解,“十二五”开局之年,包括北京、上海和深圳的多家咨询公司纷纷派员穿梭于东北白酒企业间游说。辽宁朝阳凌塔酒业销售总经理魏兴奇说,他在半年间就接待了3家实力派咨询公司。类似像他这样的接待,东北白酒骨干企业还有10家左右。对于这样高密度的拜访,魏兴奇表示,企业做到一定程度确实需要外脑介入,或者规避战略风险,或者导入营销模式,或者提升竞争能力,也不排除咨询行业的竞争加剧。东北骨干白酒企业引智成风,服务商也开始通过骨干白酒企业引智带来的服务提升团队营销水平。像“十一五”收尾年导入全面咨询服务的黑龙江富裕老窖酒业和辽宁三沟酒业,就单独有项目组对经销商进行保姆式贴身服务。富裕老窖酒业销售副总经理陈凤阁说,双方有合作意向,就上船风雨同舟;否则就是,道不同不相为谋,这也是营销规律使然。

福

小東北

一壺小酒 百年幸福

福

小東北

【中国白酒】

“十二五”破局 国有企业跑得更欢

“十五”和“十一五”期间,名酒和区域白酒走了完全不同的增长模式。以茅台、五粮液为代表的全国名酒最重要的成功之处在于战略性的“持续提价”,而地产白酒通过“区域为王”的战略,聚焦中高档市场,培育做终端的市场推广能力,利用渠道拦截和人海战术也获得了高速的成长,在很多地产白酒身上演绎了“1、3、5、7、10、15、20(亿)”的井喷增长法则。这一法则,同样适合于东北。东北白酒企业多,但1亿人口基数和人均GDP在全国排后,尽管东北人均白酒销量居全国前列,整体产酒量保守估计也居前列,但基于政府对白酒行业的战略认识和市场管理水平等诸多因素,东北白酒板块实际上很难做到一枝独大。从“十五”和“十一五”白酒发展本

质看,白酒行业最稀缺的是“基于历史和文化沉淀的品牌”,这一不可复制的稀缺资源,东北白酒企业丝毫不逊于其他板块甚至略高于其他板块。但这一稀缺文化并没有像其他板块一样迅速转化为效率和效益,反而是“带着镣铐跳舞的国营企业”跑得更欢,这一白酒行业的特性,让东北白酒企业虽然看到了白酒品牌市场成败的关键要素是以政务和商务为核心的意见消费领袖决定,但在市场运作上却常常缩手缩脚。一方面是羡慕别人“带着脚铐跳舞”,另一方面是“自己戴上手铐”纠结,这一心态也反映了作为高利税的白酒行业中民营企业发展到今天的复杂心理。今年初,北大荒在酒业实行民营化改制后,开始出现国企注资民企酒业甚至收购民企酒业的苗头和尝试。像黑

龙江北大荒酿酒(集团)有限责任公司,国企时曾位列首届大众名白酒评比第一名,销售曾进入全国白酒五十强。但改制以后,销售却大相径庭。北京和君咨询酒水营销总经理林枫说,“十二五”的东北白酒,北大荒是最大的亮点之一,其世界三大黑土之一的环境优势和中华大粮仓的原粮优势如果一旦被砸掉“手铐”带上“脚镣”,政务消费意见领袖就马上占绝对的引领地位,而白酒企业“优质的税源”和“地方的名片”两个优势,必让北大荒竭尽全力扶持酒厂的发展。虽然这是一个个案,但可以给东北各级政府以战略借鉴,注资民企酒业,搞国有参股或国有控股,或许是一个双赢的最佳选择。

“十二五”定局 东北白酒需稳步外拓

“十一五”期间,中国白酒进入并购期。白酒行业并购之所以风起云涌,是因为中国白酒行业存在着巨大的利润空间。从财务投资的角度看来,只有具有高成熟度、高盈利性、高成长性的行业,才能够满足投资者“规避风险并赢得投资回报”的需求,在金融危机引起的宏观经济跌宕起伏形势下,稳定增长、现金流充裕的白酒企业势必成这一阶段的并购热点。有专家预测,“十二五”的白酒并购或从东北试水,因为东北白酒企业皆民有,对于年销售达1亿—5亿元的东北白酒企业,很少有拒绝并购诱惑的能力。从已经并购的企业看,专业的并购和运营让原来的企业品牌背书效果明显,很快在东北板块中脱颖而出,像黑龙江玉泉酒业被华泽并购。但白酒“不可复制的品牌”属性意味着在财富蛋糕持续放大的过程中,可以分享财富蛋糕的白酒品牌数量只会减少不会增加,外来“想动白酒奶酪者”成本极高、风险极大。或许,“十二五”是东北白酒并购的最佳时期,不管对购者还是售者。而对于不愿意走此路径的东北白酒企业,就像前文所说纷纷引智增力的白酒品牌,不管怎样的差异化营销,其人口基数和人均GDP等市场销售指数,决定了即使在本省内做透市场,也只能保证有5亿元的份额,即使东北三省做透市场,也只有10亿—15亿的市场份额。【专家观点】

当东北白酒“老大”不易

著名白酒专家高月明说,能成为东北老大的白酒企业,必须集安全性、功能性、时尚性、服务性于一体,并在做透东北市场的情况下至少能把30%的触角伸向周边白酒板块市场。

2011 洛阳杜康控股全国经销商峰会召开

5月18日,2011洛阳杜康控股全国经销商峰会在河南省郑州市召开,来自全国各地的1400多名经销商代表济济一堂参加了会议。洛阳杜康控股有限公司是一家以酒业为主导产业,集研发、生产、经营、销售、管理于一体的综合性控股公司。旗下拥有汝阳杜康酒业有限公司和河南杜康酒业股份有限公司(原伊川杜康)两家公司、控股子公司。目前,洛阳杜康控股有限公司不仅是“汝阳杜康”商标的唯一持有人,而且还拥有“杜康”商标的独家专用权。洛阳杜康控股有限公司以“振兴杜康、为国争光”为企业使命。力争在3年内成为河南省内白酒行业的排头兵;再用5年至8年时间,跨入全国白酒行业第一方阵。图为峰会会场入口。本报记者 李代广 通讯员 马胜利 陈东升 摄影报道