

中国十大文化名酒

中国唯一调酒师酿酒师(原基金连锁)

道光廿五

北京道光廿五集团民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

理理日報
THE MANAGER'S DAILY
责编:王萍 编辑:唐勃
版式:张彤 校对:梁英
2011年10月31日 星期一

协办:辽宁道光廿五酒业集团 汾酒集团

C1

上海前三季度乳品进口量前高后低

10月25日,记者从上海海关最新出炉的统计数据中获悉,今年前三季度,上海关区累计进口乳制品149万吨,比去年同期增加25.9%;价值41亿美元,增长49.5%;进口均价为每吨27255美元,上涨18.7%。据了解,前期大量进口以及近期国内企业生产需求放缓,是造成今年前三季度上海关区乳制品进口呈现前高后低走势的主要原因。其中,新西兰仍保持最大进口来源地。

乳品进口量 逐渐高位回落

据悉,今年以来,上海关区乳制品进口量逐渐高位回落。其中,一季度,上海关区乳制品进口量创下历史新高后,2、3季度进口量逐季减少,6月份曾出现去年11月以来的首次同比减少;9月份进口1.3万吨,同比仅增加1.6%,环比减少10.1%,为仅次于6月份的单月进口量年内次低点。据海关方面介绍,今年前三季度,上海关区以一般贸易方式进口乳制品143万吨,增加26.1%,占同期关区乳制品进口总量的95.9%,一般贸易进口占绝对主导。此外,以加工贸易方式进口乳制品0.3万吨,增加32.7%,比同期关区乳制品进口平均增速高6.8个百分点,增速高于总体平均。此外,今年前三季度,上海关区进口奶粉6.1万吨,增加41.4%,占同期关区乳制品进口总量的41.2%,其平均价格为每吨3589美元,上涨12.3%,其中,9月份当月进口0.3万吨,增加8.1%,进口平均价格为每吨3796.4美元,同比上涨7.7%,环比下跌4.3%。数据显示,9月份奶粉进口价格高位小幅回落,前三季度未浓缩未加糖的乳及奶油进口量成倍激增。

外资加剧抢占国内市场

值得一提的是,新西兰仍保持成为我国最大乳制品进口来源地,自欧盟进口快速增长。数据显示,今年前三季度,上海关区自新西兰进口乳制品6.5万吨,增加41.7%,占同期关区乳制品进口总量的43.8%。同期,自美国进口4.6万吨,增加7.8%,占同期关区乳制品进口总量的30.8%;自欧盟进口2.8万吨,增加41.5%,占同期关区乳制品进口总量的18.6%,比重提高两个百分点。

据海关方面介绍,由于国际市场需求不景气,更多的外资品牌加紧抢占我国市场,呈现出产品类型涵盖度高、品牌知名度高、市场占有率高等特点。

此外,记者获悉,自2012年后,更为严峻的形势是:根据中新自由贸易协定,2012年1月1日起新西兰向中国出口的乳制品关税将继续降低,其中婴幼儿配方奶粉和酸奶的关税将为零,将对我国本土乳制品企业产生更大冲击。

“上海版”现榨果汁标准有望年底露面

从10月20日起到10月31日,上海市食药监局就《上海市食品安全地方标准管理办法(征求意见稿)》对外征求意见。上海市食药监局相关负责人透露,近日上海完成一批食品地方标准的制定,下个月将进行审批。“上海版”的现制现售的鲜榨果汁标准、盒饭生产加工标准以及生食水产品标准等有望今年底明年初露面。

即将露面的“上海版”现制现售的鲜榨果汁标准颇为引人注目。目前国家及上海市尚未出台有关现制饮料产品的标准,上海一些相关检查标准,参照浙江、湖北等外省市的地方卫生、技术标准

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

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

2011年中国500最具价值品牌揭晓——郎酒品牌价值175.55亿元,位列白酒第3,全国第51位。

郎酒 为品牌“镀金”

在近日闭幕的沈阳秋季糖酒会上,郎酒以强大的号召力以及已有样板市场的示范作用,受到了参会商家的热情关注与青睐。其展台前人头攒动,热闹非凡,客商争相询问招商政策,产品人气爆棚,成为万众瞩目焦点。这再次为郎酒的品牌增光添彩。

□ 本报记者 王剑兰

品牌力爆发 糖酒秋交会上吸引“眼球”

据了解,本次秋交会期间,全国各地很多经销商都看重郎酒品牌,其产品受到了经销商的高度认可。红花郎、新郎酒等产品广告画面耀眼夺目。在“神采飞扬中国郎”的品牌形象明确之后,随着“酱香典范红花郎”、“浓头酱尾兼香共享新郎酒”等品牌形象的不断传播和深入,郎酒产品得到了市场越来越多的认可。

而就在此前,2011年第8届世界品牌大会暨中国500最具价值品牌发布会在吉隆隆重举行。世界品牌实验室主席、1999年诺贝尔经济学奖得主罗伯特·蒙代尔教授出席大会,凤凰卫视著名主持人许戈辉担纲主持。凭借在白酒行业做出的积极贡献,郎酒品牌价值大幅跃升,以175.55亿元品牌价值居中国500最具价值品牌排行榜第51位,食品饮料行业第5位,白酒行业第3位。

可以毫不夸张地说,此次秋交会让郎酒品牌更为光彩照人,熠熠生辉,品牌价值不断凸显。同时郎酒将在品牌建设上推出实实在在的行动,不断夯实并提升品牌竞争力,从而赋予郎酒品牌更加强大的动力,展示其特有的魅力与风采。10月19日,四川郎酒集团有限公司再投96亿元,在泸州市龙马潭区建郎酒的浓香型白酒基地和包装材料生产基地,逐步完善酒类品牌全产业链布局。

和规划。与此同时,沪上不少饭店里经常露面的三文鱼、北极贝、象鼻蚌、金枪鱼等生食水产品规范制作将会有统一标准。

上海市食药监局相关负责人顾振华对《征求意见稿》解释说,一些食品没有食品安全国家标准,需要在全市范围内统一实施,而且涉及的食品在该市或该市部分地区有食用习惯并生产经营的,将考虑制定该市食品安全地方标准。不过,按照相关规定,食品添加剂、食品相关产品、新资源食品、保健食品不得制定食品安全地方标准。

(陈里予)

自驾游组成的考察车队驶上213国道,从成都经都江堰、汶川、若尔盖大草原,前往甘南州夏河县。当晚,车队到了九寨沟住宿“九寨天堂”,大家在甲蕃古城九寨天堂大剧院兴致勃勃观看了“天堂梦幻之旅”歌舞演出。第二天,车队在高原的蓝天白云下、在充满秋色诗意的若尔盖和甘南大草原奔驰,来到了夏河县城,受到夏河县委书记唐志峰、县长张志红和安多集团董事长王志荣、安多食品公司马雪莲等当地政商界领导的热情欢迎和接待。

据介绍,甘南州夏河县因藏传佛教文化独特,风情浓郁而有“小西藏”之称。古朴神秘的藏传佛教文化、景色绮丽的自然风光、异彩纷呈的民俗风情、历史悠久的古代遗址,构成了“拉卜楞文化”深厚的底蕴,形成了独具魅力的文化特色。

拉卜楞艺术团精湛的演出,是把拉卜楞地域特色的文化艺术在充分挖掘的基础

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

全国人大代表、郎酒集团董事长汪俊林

品牌价值跨越式提升 同比增长逾50亿

据世界品牌实验室相关负责人介绍,该实验室由诺贝尔经济学奖得主罗伯特·蒙代尔教授(Robert Mundell)担任主席,在这份基于财务分析、消费者行为分析和品牌强度分析而获得的中国500最具价值品牌榜,郎酒已经连续8次跻身最具价值品牌,并且连续三年品牌价值位居白酒行业第3位。

对此,郎酒集团董事长汪俊林表示,郎酒集团在品牌建设上付出了巨大努力,也收获了丰硕成果,品牌建设与维护、投入的力度不断加大,品牌内涵不断丰富、充实和完善,对外传播的广度、深度以及传播的平台选择,都做出了科学的规划和实践,郎酒品牌建设连续上了几个崭新的台阶,极大地提升了影响力、知名度、美誉度。获得该殊荣是社会各界对郎酒品牌的认可,是对郎酒锲而不舍地以传承中国白酒文化来丰富品牌内涵、塑造品牌的肯定,是对企业不断创新付出的认同。

据世界品牌实验室公布的数据显示,郎酒品牌价值提升迅猛:

2004年 郎酒品牌价值为41.52亿元,居全国第138位,白酒行业第9位。
2005年 品牌价值为50.95亿元,居全国第115位,白酒行业第7位。
2006年 品牌价值为56.47亿元,居全国第97位,白酒行业第5位。
2007年 品牌价值为64.53亿元,居全国第96位,白酒行业第5位。

2008年 品牌价值为76.16亿元,居全国第83位,白酒行业第4位。
2009年 品牌价值为87.79亿元,居全国第75位,白酒行业第3位。
2010年 品牌价值为122.39亿元,居全国第59位,白酒行业第3位。

郎酒品牌价值实现跨越式增长,业内人士和品牌专家分析认为,这与郎酒近年来努力进行产业结构调整,实施“品牌升空、营销落地”品牌战略,树立“一树三花”产品战略密不可分。郎酒在品质上坚持传统酿酒工艺,确保绿色产品上乘质量,在品牌营销上,郎酒在宣传传统酿酒历史文化的同

支持民族艺术文化的发展 四川“得益绿色”赞助拉卜楞艺术团

□何沙洲 文/图

灯光明耀中,美丽的藏族姑娘深情地演唱着,英俊的藏族小伙矫健地舞蹈着……那一曲曲动人的旋律,让听者回味,让观众感叹,精彩的演出不断赢得热烈的掌声与喝彩。

这是9月26日晚,由甘肃夏河县拉卜楞艺术团在夏河民航大酒店为迎接四川得益绿色食品集团公司董事长杜诚斌一行到来举行的演出。

杜诚斌是应甘肃安多投资集团公司董事长王志荣邀请前往夏河县考察安多牧场的牦牛、甘加羊资源的。9月25日,由食品业界著名的“胡子将军”杜诚斌亲自

自驾游组成的考察车队驶上213国道,从成都经都江堰、汶川、若尔盖大草原,前往甘南州夏河县。当晚,车队到了九寨沟住宿“九寨天堂”,大家在甲蕃古城九寨天堂大剧院兴致勃勃观看了“天堂梦幻之旅”歌舞演出。第二天,车队在高原的蓝天白云下、在充满秋色诗意的若尔盖和甘南大草原奔驰,来到了夏河县城,受到夏河县委书记唐志峰、县长张志红和安多集团董事长王志荣、安多食品公司马雪莲等当地政商界领导的热情欢迎和接待。

据介绍,甘南州夏河县因藏传佛教文化独特,风情浓郁而有“小西藏”之称。古朴神秘的藏传佛教文化、景色绮丽的自然风光、异彩纷呈的民俗风情、历史悠久的古代遗址,构成了“拉卜楞文化”深厚的底蕴,形成了独具魅力的文化特色。

拉卜楞艺术团精湛的演出,是把拉卜楞地域特色的文化艺术在充分挖掘的基础

上,予以提炼和延伸,将宗教文化、民俗文化和地域风情文化有机结合起来,向前往夏河的国内外来宾展示拉卜楞文化的独特韵味。为进一步弘扬拉卜楞文化,拉卜楞艺术团还积极“走出去”,在省城兰州“兰洽会”主场演出,代表甘南州参加在深圳锦绣中华民俗村“甘南香巴拉风情”文艺演出,代表甘肃在上海世博甘肃活动期间多次演出,并在今年2月中旬,随中央统战部代表全国藏区赴

瑞士演出。

连续两晚观看了精彩的藏民族歌舞,特别是拉卜楞歌舞团的专场演出,让喜爱观看民族歌舞的杜诚斌董事长很感动,当即表示代表得益绿色公司向拉卜楞歌舞团赞助5万元现金。他说:“这只是我们的一点心意,我们相信,在歌舞团艺术家们的不断探索下,拉卜楞文化艺术将会更快更好地走向全国,走向世界,为亿万观众带去更多美的享受。”

2008年 品牌价值为76.16亿元,居全国第83位,白酒行业第4位。

2009年 品牌价值为87.79亿元,居全国第75位,白酒行业第3位。

2010年 品牌价值为122.39亿元,居全国第59位,白酒行业第3位。

郎酒品牌价值实现跨越式增长,业内人士和品牌专家分析认为,这与郎酒近年来努力进行产业结构调整,实施“品牌升空、营销落地”品牌战略,树立“一树三花”产品战略密不可分。郎酒在品质上坚持传统酿酒工艺,确保绿色产品上乘质量,在品牌营销上,郎酒在宣传传统酿酒历史文化的同

郎酒品牌价值实现跨越式增长,业内人士和品牌专家分析认为,这与郎酒近年来努力进行产业结构调整,实施“品牌升空、营销落地”品牌战略,树立“一树三花”产品战略密不可分。郎酒在品质上坚持传统酿酒工艺,确保绿色产品上乘质量,在品牌营销上,郎酒在宣传传统酿酒历史文化的同

品牌价值跨越式提升 同比增长逾50亿

据世界品牌实验室相关负责人介绍,该实验室由诺贝尔经济学奖得主罗伯特·蒙代尔教授(Robert Mundell)担任主席,在这份基于财务分析、消费者行为分析和品牌强度分析而获得的中国500最具价值品牌榜,郎酒已经连续8次跻身最具价值品牌,并且连续三年品牌价值位居白酒行业第3位。

对此,郎酒集团董事长汪俊林表示,郎酒集团在品牌建设上付出了巨大努力,也收获了丰硕成果,品牌建设与维护、投入的力度不断加大,品牌内涵不断丰富、充实和完善,对外传播的广度、深度以及传播的平台选择,都做出了科学的规划和实践,郎酒品牌建设连续上了几个崭新的台阶,极大地提升了影响力、知名度、美誉度。获得该殊荣是社会各界对郎酒品牌的认可,是对郎酒锲而不舍地以传承中国白酒文化来丰富品牌内涵、塑造品牌的肯定,是对企业不断创新付出的认同。

据世界品牌实验室公布的数据显示,郎酒品牌价值提升迅猛:

2004年 郎酒品牌价值为41.52亿元,居全国第138位,白酒行业第9位。
2005年 品牌价值为50.95亿元,居全国第115位,白酒行业第7位。
2006年 品牌价值为56.47亿元,居全国第97位,白酒行业第5位。
2007年 品牌价值为64.53亿元,居全国第96位,白酒行业第5位。

2008年 品牌价值为76.16亿元,居全国第83位,白酒行业第4位。
2009年 品牌价值为87.79亿元,居全国第75位,白酒行业第3位。
2010年 品牌价值为122.39亿元,居全国第59位,白酒行业第3位。

郎酒品牌价值实现跨越式增长,业内人士和品牌专家分析认为,这与郎酒近年来努力进行产业结构调整,实施“品牌升空、营销落地”品牌战略,树立“一树三花”产品战略密不可分。郎酒在品质上坚持传统酿酒工艺,确保绿色产品上乘质量,在品牌营销上,郎酒在宣传传统酿酒历史文化的同

连续两晚观看了精彩的藏民族歌舞,特别是拉卜楞歌舞团的专场演出,让喜爱观看民族歌舞的杜诚斌董事长很感动,当即表示代表得益绿色公司向拉卜楞歌舞团赞助5万元现金。他说:“这只是我们的一点心意,我们相信,在歌舞团艺术家们的不断探索下,拉卜楞文化艺术将会更快更好地走向全国,走向世界,为亿万观众带去更多美的享受。”

值一再攀升体现了这一点。

品牌力强劲 市场认知度高

该榜单体现了企业核心竞争力在带动品牌价值增长方面的驱动力。在这短短的几年里,郎酒酱、浓、兼三种香型产品,以个性独立、包装时尚大气、产品品质不断提升、品牌进步为内涵,不仅产品文化、设计内涵不断提升,而且产量、质量、销量同步增加。这正是郎酒品牌力强势的体现。

在营销上,郎酒采用特有的事业部+办事处营销模式,提出价值营销的概念,不断加入浓厚的文化元素,传承白酒传统文化以提升产品价值和品牌内涵。

在产品上,以酱香典范红花郎为头狼的“群郎战略”取得了极大成功,兼香型新郎酒提出了“创造历史不如代表历史”品牌主张,取得了不俗的成绩,而今年才上市的浓香型郎牌特曲,迅速占领了浓香产品市场。2010年,郎酒在白酒企业中唯一一家获得了中国酿酒工业协会颁发的中国白酒酱香型代表和兼香型白酒代表两张证书,引领白酒产品新标准,推动行业品质升级。

在品牌塑造上,郎酒积极打造大品牌,向奢侈品牌迈进。近年来,郎酒充分挖掘中央电视台的广告资源和品牌价值助力企业成长,并通过持续投放央视,来打造强势品牌,实现跨越式发展。特别是连续三年冠名央视“春晚”,使郎酒品牌与中国元素融会贯通,深入人心。除此之外,郎酒在品牌上还时尚文化结合,使品牌年轻化,有活力。如2010年,第50届国际小姐探秘郎酒,开展了“郎酒之美·世界看见”的主题宣传活动,为郎酒品牌造势。

郎酒品牌价值大幅增长,既是一个崭新的高度,更是一个全新的开始。目前,郎酒已提出了更高的发展目标“123工程”,即在2012年郎酒销售实现100亿元,2015年实现200亿元,2020年实现300亿元的发展目标,将郎酒打造成为“卓越郎酒”,并成为行业领域中举足轻重的巨大影响者。为了早日实现这一目标,郎酒投资60-70亿元打造郎酒二郎名酒名镇已紧锣密鼓地进行,以确保郎酒持续稳健发展。

杜诚斌和唐志峰、张志红与演出人员合影。

瑞士演出。

连续两晚观看了精彩的藏民族歌舞,特别是拉卜楞歌舞团的专场演出,让喜爱观看民族歌舞的杜诚斌董事长很感动,当即表示代表得益绿色公司向拉卜楞歌舞团赞助5万元现金。他说:“这只是我们的一点心意,我们相信,在歌舞团艺术家们的不断探索下,拉卜楞文化艺术将会更快更好地走向全国,走向世界,为亿万观众带去更多美的享受。”

杜诚斌和唐志峰、张志红与演出人员合影。

瑞士演出。

连续两晚观看了精彩的藏民族歌舞,特别是拉卜楞歌舞团的专场演出,让喜爱观看民族歌舞的杜诚斌董事长很感动,当即表示代表得益绿色公司向拉卜楞歌舞团赞助5万元现金。他说:“这只是我们的一点心意,我们相信,在歌舞团艺术家们的不断探索下,拉卜楞文化艺术将会更快更好地走向全国,走向世界,为亿万观众带去更多美的享受。”