

中国十大文化名酒

中国唯一调酒师酿酒工艺(黄金全锁)

道光廿五

北京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:梅健秋

2012年5月28日 星期一

协办:辽宁道光廿五酒业集团 汾酒集团

贺兰山东麓 将建成 高端葡萄酒之都

记者从近日在银川召开的中欧葡萄酒与葡萄酒发展论坛上获悉:为推动自治区党委政府提出的将百万亩葡萄文化长廊建设作为“十二五”宁夏现代农业的大事来抓的战略,自治区专门成立了中国第一个省级葡萄产业发展局,并规划利用10年时间,在贺兰山东麓建设100万亩葡萄基地、一个国际葡萄酒文化交流中心、三个国际葡萄酒城、十大葡萄酒小镇、100个重点葡萄酒庄,实现1000亿元综合产值的目标。

业界专家介绍,世界知名葡萄酒产区有三大条件,由独特的气候、特有的土壤、适宜的品种组成。贺兰山东麓产区东有黄河冲击河谷,西有贺兰山屏障,周围三面环沙,光照充足,生长季节温度适宜,降水稀少,气候干燥,昼夜温差大,但冬季寒冷属埋土区,土壤通透,矿物质丰富,加上近三十年从国内外引进100多个葡萄优良品种,其中酿酒品种有近60个,引进了世界能酿出高端葡萄酒的主要品种,如赤霞珠、美乐、蛇龙珠、希拉、霞多丽、雷司令、威代尔等一批世界知名葡萄酒品种在贺兰山东麓栽培表现优良。贺兰山东麓产区是中国政府葡萄酒地理标志产品保护区,保护范围有适宜葡萄栽培的土地近20万公顷,又临宁夏回族自治区首府城市银川,区位优势明显。国内外葡萄酒界的同行都看好这块土地,世界知名葡萄酒产区有依靠海岸、山脉、河流之说,贺兰山东麓产区是“荒漠阳光、黄河贺兰、葡萄美酒”之产区地理特点。

目前,贺兰山东麓产区葡萄面积29万公顷,其中酿酒葡萄25万公顷,葡萄酒年产量1.7万吨,有葡萄酒酿造企业38家,加工能力15万吨,中粮长城、王朝、张裕、保乐力加、轩尼诗等一批国内外知名企业落户贺兰山东麓产区,西夏王、贺兰山、御马、怡园、银色高地、圣路易丁、加贝兰等区内企业快速成长。

据介绍,当前世界葡萄酒消费市场的格局正在发生变化,中国已成为全球最大的葡萄酒消费大国。宁夏作为国内生态条件绝佳的酿酒葡萄产区,已成为世界瞩目的“风水宝地”。由贺兰山葡萄酒公司生产的“中国龙”葡萄酒,已作为唯一一家代表中国的葡萄酒走进美国,创造了我国葡萄酒首个进入北美市场的纪录。国际葡萄酒业巨头保乐力加、轩尼诗、德龙等投资宁夏葡萄产业;国内三大葡萄酒巨头张裕、长城、王朝已在贺兰山东麓投资建厂、建基地;贺兰山、西夏王、御马等品牌的企业发展势头强劲。

(王学武)

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

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

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.scdelyi.com



剑指千亿 五粮液“动”起来

今年是奥运年,伦敦奥运未至,可国内以五粮液为代表的白酒企业已发誓将“更快、更高、更强”的奥运拼搏精神传承到底,率先展开了“热身赛”,不论向更新更高的战略目标攀登,还是走得更快更远拓展国际市场,抑或勇夺竞争中的王者地位,五粮液当仁不让捷足先登,早已“坐不住”了!

□雪兰 本报记者 王剑兰

“撑杆跳”借力攀登 以高校研发力量助企业更上层楼

5月15日,五粮液集团与四川大学在成都签署战略合作协议。据悉,“名酒”与“名校”将在科技创新、科研合作、人才培养等方面开展深层次合作,依托科技与人才的双轮驱动,推进五粮液集团多元化发展的千亿工程,实现企业的再次腾飞。

借助高校科技力量 推进五粮液千亿目标 五粮液集团与四川大学签署战略合作协议。据了解,去年五粮液销售收入480亿元,税利超过150

亿元,这些数据都证明了五粮液有潜力成为具有世界影响力的大企业。国内外成功企业发展的经验告诉我们,科技创新是企业发展壮大根本出路。今天五粮液与川大合作,借助科技和人才的力量,必将助推五粮液实现新的腾飞。

五粮液集团总经理、股份公司董事长刘中国介绍,近年来,在四川省委省政府的支持下,五粮液取得了长足的进步和发展。在新的历史条件下,五粮液迎来了新一轮的发展机遇,四川省委省政府提出五粮液要在未来5年内发展成为千亿元大企业的战略要求。五粮液提出了“凸显主业、多元发展”的企业发展战略,形成了以白酒为主业、精细化工等协同发展的业务布局。

五粮液集团公司在激烈的市场竞争中,要实现多元发展,实现五粮液的再次腾飞,必须依靠三个条件:一是要有一支高素质、能适应企业高速发展的管理团队;二是要有在国内具有首发优势的核心技术;三是要有科研院校的技术支持。因此,五粮液希望通过与川大的战略合作,为企业今后的多元化发展打造更加坚实的科技基础。长期以来,五粮液坚持与高校合作,走产学研结合的发展道路,倡导以科技进步和技术创新来提升企业产品品质,为广大消费者提供优质服务。

据悉,为了打造产业四川,当前四川省正在计划实施大企业大集团战略,要谋划培育打造一批千亿元企业,五粮液将首当其冲,立志攀登超

越。

“马拉松”式长跑 走出去不遗余力拓展国际市场

自去年以来,五粮液牢牢抓住四川省委、省政府着力打造“中国白酒金三角”的历史机遇,加速推进“世界名酒”战略,进一步夯实了其在白酒金三角的龙头地位。集团唐桥董事长在今年全国两会上建议:国家应把白酒产业作为支持产业,在项目环评、土地、生产要素配置等方面给予政策支持,推动中国白酒金三角的打造。与此同时,为积极开拓国外市场,为五粮液在国外形成良好口碑,五粮液可谓不遗余力,走马灯似地市场拓展,好像一场持久的马拉松赛,在纽约、首尔等城市展开,极大地提升了五粮液在国际上的地位和美誉度,为国外市场的开拓立下了汗马功劳。

2011年10月,韩国流通业最大的企业乐天集团乐天酒类株式会社代表理事李载赫一行飞赴宜宾,与五粮液就共同开发韩国市场签署意向协议书。李载赫称:“五粮液历史悠久,是世界的名酒、中国的酒业大王。韩中酒业企业进行合作,超越了单纯的酒类企业间的商业合作关系,对提升中韩两国企业交流具有更加深远的意义。”

2011年美国东部时间8月1日上午,五粮液的形象宣传片正式亮相美国纽约时报广场。此举被业内人士视为五粮液“世界名酒”战略提速的重要之举,并提升了世界性的声誉。

2011年5月,五粮液携旗下封坛

酒、五粮液、六和液、五粮春、仙林青梅实酒等全线产品参展“2011年第九届韩国首尔国际酒类展览会”,并举行了“世界名酒五粮液·相约首尔”品鉴会,受到与会者的热捧。

在中国白酒金三角品牌带动等的推动下,2011年,川酒出口交货值以1亿美元突破历史新高,五粮液更是实现了出口创汇全国行业第一的佳绩。目前,五粮液系列酒出口已遍布世界五大洲,深受韩国、日本、东南亚以及欧美市场主流消费者的青睐。

2011年,五粮液集团在国内外经济发展存在诸多不确定因素的困难环境中,圆满完成预定目标,销售收入达到487亿元,增长20%,股份公司实现收入203亿元,当年五粮液品牌价值达586.26亿元。

如今,五粮液依然还在“拓市”马拉松赛的赛场上疾驰,决不轻言离开!

“竞走”向前冲 勇夺“中国酒企品牌竞争力指数”冠军

一直以来,五粮液坚持“走自己的路”,获得了持续多年的大发展,成就了中国酒业的霸主地位。2012年初,五粮液集团公司召开千亿目标研讨会,明确提出“凸显酒业、优化多元”的发展战略,力争在十二五末实现年销售千亿元目标。为此五粮液将自我加压,提速发展,奋力夯实中国酒业大王地位,进而成为世界蒸馏酒的引领者。

俗语说,腹有诗书气自华,五粮

液提出的千亿目标是有其强大厚重的底气的,其竞争实力有报告为证:2012年4月13日,《中国企业品牌竞争力指数(CBI)报告》发布会暨重点行业品牌管理论坛在京举行,五粮液获得“中国酒企业品牌竞争力指数排名”第一名。该报告中同时指出,中国经济快速发展使得消费者对酒的需求不断增加,近年来中国酒企业营业收入、净利润等方面都继续保持良好的增长态势。依据CBI理论体系,五粮液在品牌财务表现力、市场竞争表现力、品牌发展潜力等方面综合得分位居行业榜首。

事实上,在如今酒业白热化的市场竞争中既考验的是实力,也考验的是耐力。就像“竞走”运动必须与地面保持不间断接触并向前跨步一样,脚踏实地、勇往直前的五粮液将广接“地气”,在“白酒金三角”的怀抱中不断获得前进的物质与精神动力,相信最后的胜利是属于五粮液的,因为她同样也是耐力的冠军!



未来五年 金砖四国葡萄酒销量有望增长八成

其中90%的增长来自中国

欧睿国际最新报告预测,未来5年,金砖四国(巴西、俄罗斯、印度和中国)葡萄酒销量有望增长80%,其中90%的增长来自中国。

与成熟市场相比,新兴市场的失业率较低,年轻消费者购买能力强,这都为葡萄酒消费的增长提供了可能

性。Malandrakis承认,“挥发性是新兴市场的主要问题,但是它们的增长数据确实是成熟市场所垂涎的。”

巴西的葡萄酒主要从临近的智利和阿根廷进口而来,同时,由于法律上的原因,俄国市场不是很稳定,而印度市场“相对不存在”。Malandrakis说:“由于环境原因,印度市场的机遇会长久存在,而且潜力巨大。”

他说,现在中国市场发展得如火如荼,首先是文化方面的因素,消费者日渐了解了葡萄酒对心脑血管的益处,同时也是为了效仿西方国家。

如果将金砖四国与西方国家相比,Malandrakis认为,桃红葡萄酒的“随意性和易接受性”使它在英国依然走俏。美国发展比英国要好一些,虽然它的增长不快,但是有迹象显示小型市场的销售状况正在恢复先前状态。

金砖四国葡萄酒的网络营销发展迅速——中国销售额为4.5亿美元,俄罗斯为2.25亿美元,巴西为3.2亿美元。Malandrakis说,清淡一点的葡萄酒在成熟市场仍有机会。

(中国葡萄酒信息网)

我国高端白酒行业销售额逐年上升

一直以来,为了转嫁消费税,提高白酒的售价已成为商家最常用的手段。但近期的涨价原因被归结为原材料价格上涨,人工、运输成本不断攀升,供需矛盾,流通环节加价。尚普咨询食品行业分析师指出:我国白酒行业尤其是低端白酒行业,其进入门槛比较低,对资本的需求不高。那些稍微具有原始积累的民营企业都将目光投向了白酒这一高利润行业。

尽管白酒行业尤其是低端白酒行业进入门槛低,但当前,白酒总体上的需求呈现中

低档白酒呈现萎缩局面,高档和超高档酒呈现上升趋势。高端白酒厂商凭借自己独特的酿造工艺,长时间的品牌价值,深厚的文化传统和差异化的口感,前期的广告宣传、客户忠诚度、市场营销和分销的规模经济相结合等形成了很高的进入壁垒。因此,对于高端品牌白酒,基本上无需考虑潜在进入者的行为。

据尚普咨询发布的《2012-2016年中国白酒市场》显示:现阶段的我国高端白酒市场竞争异常激烈。受到近年

国家宏观政策的影响,为规避从价、从量复合计征的白酒消费税,各大白酒企业压缩、减产中低档白酒,增产高档白酒,并连年提高高端白酒的出厂价。随着粮食价格的上涨,高端白酒又借机提价,向奢侈品领域持续迈进。由于“涨价”得到提高,反而造成了高端品牌白酒行业增长缓慢,给中档白酒的发展提供了一定的空间。

(钟经)



◎图为中共河南省委常委、省政法委书记毛超峰(左)在华英集团董事长曹家富(右)的陪同下进行调研。

河南省政法委书记毛超峰 莅临华英公司调研

本报讯(记者 李代广)5月10日上午,中共河南省委常委、省政法委书记毛超峰莅临河南华英集团公司调研,中共信阳市委常委、政法委书记李长根,潢川县人民政府县长赵亮,华英集团董事长曹家富等陪同调研。

毛超峰一行实地参观了华英禽类加工三厂,详细观看了华英鸭加工的生产流程,并向企业负责人询问了企业生产经营、效益、企业管理模式等情况。

当听到华英公司目前已成为世界最大的鸭加工企业,并于2009年在深交所成功上市时,毛超峰非常高兴,他说:“华英能将产业链做得如此完善很不容易,希望你们在下一步的发展中,依据相关法律法规,规范生产经营活动,继续发挥企业的龙头带动作用,引领更多农户走上致富之路。”

毛超峰还对华英集团为维护企业稳定,构建和谐社会所作出的贡献给予了充分的肯定。