

中国食品周刊

FOOD WEEKLY

协办:中国食品工业协会花卉食品专业委员会 双汇集团

广告热线:028-68551386 新闻热线:13908058548 电子邮箱:1722428646@qq.com

2014年3月28日 星期五 主编:李国政 责编:杜高孝 版式:吉学莉

企业家日报

9

中铁二局成都开路先锋酒业有限公司

发布百年战略品牌“开路先锋”

■ 本报记者 王剑兰 于丹 王道海

2014年2月26日,中铁二局成都开路先锋酒业有限公司举行“开路先锋”白酒品牌新闻发布会,正式发布百年战略品牌——“开路先锋”。新华社、人民日报、中国日报网等百家新闻媒体、全国各地经销商代表、各界人士近600人出席了本次新闻发布会。

新品上市新闻发布会现场举行了新品揭幕仪式、新品展示、“开路先锋”旗授旗仪式、经销商代表签字仪式等活动。本次新品上市在一定程度上,是央企和国企的开路先锋,是中国白酒品牌的“开路先锋”,是五粮液“名酒”变“民酒”的开路先锋。

本次发布的“开路先锋”白酒分为亲民和商务两大系列5款产品,产品完全延续五粮液味感,四川酒类研究所副所长、高级工程师、白酒专家郎定常常在品鉴后评价:无色透明,窖香舒适,醇厚丰满,绵甜柔和,余味净爽!具有多粮浓香型白酒的典型风格!

亲民系列诉求语境:亲情亲切,亲和温暖,诉求主题:各行各业开路先锋,榜样使命,责任担当。商务系列诉求语境:现代动感,商业时尚,诉求主题:开拓进取,商务语言,创业创富,时代精神。产品覆盖了从十几元到500元全系列产品线。

开路先锋品牌定义:百年战略品牌,品牌口号:中国人的精神——开路先锋;品牌使命:民族脊梁与时代精神统领品牌。开路先锋品牌化运作以品牌诠释系统为核心,实施品牌媒体化、品牌标准化、品牌市场化“三化”建设。

在运作模式上,全面扁平化,销售全部前移,由地区分公司、办事处直接与客户对接,就近落实经销政策,解决市场问题,督导市场终端建设,全力解决经销商顾虑,突出本地化营销优势。

市场运作将由品牌市场化、电商业务和团购三部分组成,其中团购业务将以中国中铁系统团购业务整体运作为市场主体,深耕中铁二局全国各地分公司、上下供应链协作单位团购业务。而独立电商版(电子商务及电视购物)预计6月份以后面市。

“开路先锋”酒拥有五粮液遍布全国的渠道优势、中铁二局各省分公司和上下游供应链优势,以及“开路先锋”品牌省、市、县拉网式品牌媒体传播覆盖计划,三网合并将实现新型O2O。

此外,“开路先锋”品牌将按三年时间实施品牌标准化建设,以“2014品牌规范化—2015品牌系统化—2016品牌精细化”为品牌建设战略路线,实施“全国性强势品牌—全国性知名品牌—区域性知名品牌—深度渗透品牌”的推进次序,发展科学系统的品牌能力、品牌识别系统,对产、供、销、分公司、办事处、网点、终端全程实施现代管理标准化和信息化。

品牌运营将突出发展“开路先锋”情感品牌特征,组建“寻找开路先锋”全国媒体联盟,与中央级新闻单位、集结各省、市、县电视台、报刊、网媒、移动网络力量,通过发现、报道全国各行各业各个领域的“开路先锋”,立标杆、树榜样,以情感感染“感动中国”,用心做品牌,这个心——是我们每个人的内心。



2014年中国葡萄酒市场白皮书发布会在蓉举行

本报讯 日前,由中国食品工业协会葡萄酒专家委员会、西北农林科技大学葡萄酒学院和中国常春藤国际葡萄酒市场研究中心共同组织的“中国葡萄酒市场白皮书发布会暨年度风云榜颁奖盛典”,在成都锦江宾馆四川厅隆重举行。

在白皮书发布会上,中国食品工业协会葡萄酒专家委员会秘书长杨强为到场嘉宾发布了《2013年全球与中国葡萄酒市场发展形势》报告。他指出,在2013年,普遍性恶劣天气造成了产量和品质的伤害,葡萄酒面临着全球性的销售疲软和利润的下降;同时,更多消费者接触到了葡萄酒,这个市场一如既往地扩展。专业而生动的解读受到了现场嘉宾的一致好评。

西北农林科技大学副校长李华则对《中国葡萄酒产业发展新模式——葡萄酒家庭农场发展构想》作了深度解读。他之前提出的“小酒庄大产业”模式作出了更加详细的解释,进一步明晰了“小酒庄+家庭农场”的产区生态产业圈模式。

中国常春藤国际葡萄酒研究中心主席张建生发布了《2013年中国葡萄酒消费分析报告》。他以独特的视角解读了2013年政



府出台的“国八条”、“限制三公消费”政策给葡萄酒带来的“寒冬”,引发了现场嘉宾的热烈讨论。

也买酒商贸有限公司董事长袁疆发表了《中国葡萄酒电子商务报告与发展趋势报告》。围绕葡萄酒电商如何打造核心竞争力等话题,他为现场嘉宾展开了深入浅出的

讲述,赢得了阵阵掌声。

作为葡萄酒行业的年度盛事,“一榜知天下”的年度风云榜颁奖仪式掀起了发布会的高潮。烟台张裕葡萄酒股份有限公司总经理周洪江赢得了“引领中国葡萄酒行业发展卓越贡献奖”大奖;世界品酒冠军让·路克夺得了“2013年中国进口葡萄酒卓越贡

献”奖;通化葡萄酒股份有限公司副总经理金炜获得了“2013年中国葡萄酒市场营销战略创新”奖;中国酒类流通协会进口酒市场专业委员会秘书长李唐等4人获得了“2013年中国进口葡萄酒市场年度先锋人物”奖。

“2013年中国葡萄酒市场年度品牌”奖由张裕、威龙、汉森、紫轩、卡斯特、Caetel家族牌等12个企业获得。“2013年中国葡萄酒市场年度人物”奖由酒仙网董事长郝鸿峰、也买酒董事长袁疆等13人获得。“2013年中国葡萄酒市场年度价值创新品牌”则由通化、通天等8个品牌获得。

会议现场还举行了“也买酒与汉森有机酒庄战略合作签约仪式”,袁疆和汉森酒庄董事长撤建平共同签署了战略合作协议。

自六年前举行第一届中国葡萄酒市场白皮书发布会暨年度风云榜颁奖盛典以来,本届中国葡萄酒市场白皮书发布会暨年度风云榜颁奖盛典是有史以来规模最大、影响最广的。会上发布的几份报告得到了参会嘉宾的广泛好评。与会者纷纷表示获益良多,并对明年的发布会充满期待。

(杜高孝)

中欧葡萄酒“双反”案和解

中国酒业协会与欧盟葡萄酒业协会日前就中欧葡萄酒反倾销和反补贴案协商一致,达成谅解备忘录。商务部部长高虎城表示,对双方业界通过磋商达成和解感到欣慰。

去年7月欧盟宣布对中国光伏产品征收临时保护性关税后,中国宣布开始对自欧进口葡萄酒展开反倾销和反补贴调查。

据了解,经过六轮磋商,中欧双方业界同意在产业示范园、技术合作、市场开拓及人员培训等方面开展深度合作,欧方向中方提供重点支持。高虎城对双方在对话和磋商中所展示的务实和灵活的态度与合作精神表示赞赏。

高虎城表示,自去年中欧光伏产品贸易争端通过谈判磋商解决以来,中欧双方一直朝着正确的轨道处理贸易摩擦。葡萄酒“双反”案获得解决,中欧无线通讯产品贸易争端也在朝着这个方向努力。这些再次证明,在遵守世贸组织规则的前提下,中欧政府、行业、企业间通过对话磋商谈判,是解决分歧的最佳选择,同时也宣示中欧双方有智慧、有能力来解决分歧。

高虎城进一步表示,2014年是中欧全面战略伙伴关系新十年的开端。我们有理由相信,未来中欧经贸合作将发展得更快、更好。中欧将以《中欧合作2020战略规划》为引领,以中欧投资协定谈判为契机,拓展合作领域,充实合作内涵,进一步巩固和发展全面战略伙伴关系。

农业部: 严打非法添加隐性成分

记者从全国农产品质量安全监管工作会议上获悉:为确保农产品质量安全,今年农业部将开展农药、“瘦肉精”、生鲜乳、抗菌药、畜禽屠宰、渔业禁用药物、农资打假等7个专项治理行动。

种植业将开展农药及农药使用整治,严厉打击非法添加隐性成分和使用禁用农药行为;畜牧业将严厉打击销售和使用“瘦肉精”、添加禁用兽药或人用药、私屠滥宰、收购和屠宰病死畜禽、畜禽注水或注入沙丁胺醇等违法行为,落实奶源监管措施,加强饲料供应、奶站监管等;渔业将严厉打击非法使用孔雀石绿、硝基呋喃类药物的行为;农资打假要以种子、农药、肥料、饲料、兽药为重点,严厉打击坑农害农行为。

同时,农业部将全面推动质量追溯体系建设,抓紧搭建全国统一的追溯信息平台,强化风险防范和应急处置,大力推进农业标准化,加强“三品一标”建设和管理,强化制度机制建设和基层监管体系建设。

据悉,2013年,我国农产品质量安全保持了总体平稳、逐步趋好的发展态势。全年没有发生重大农产品质量安全事件,蔬菜、畜禽产品和水产品例行监测合格率分别为96.6%、99.7%和94.4%,同比分别提高0.6、0.1和3.9个百分点。

北京市食药监局: 艾尔听装黑啤酒检出甜蜜素

在近期的监督检查工作中,北京市食药监局发现“吉庆”牌黑胡椒粉等7种食品不合格。其中,广东蓝带集团北京蓝宝酒业有限公司生产的“艾尔”听装黑啤酒,检出不得检出的甜蜜素。北京市八达岭酿酒公司一款“老猎户”白酒己酸乙酯超标。己酸乙酯主要用于给酒调味,据分析,造成己酸乙酯不合格的原因是白酒在流通环节存放时间过长,挥发掉一部分,因此影响了该指标。

北京市食品药品监督管理局提醒消费者,凡已购买上述不合格批次食品的消费者可凭购物小票和食品外包装向销售单位要求退货。

新希望玩跨界 与1919做“酒肉”朋友

国内最大的农牧企业新希望也玩起跨界转型。新希望刚成立的新希望六和食品控股有限公司(下称新希望食品)与酒业连锁运营商1919签署合作协议,宣告新希望食品全国市场布局启动。

新希望食品总裁周再勇表示,拥有“美好”和“千禧”肉食企业的新希望食品与1919等跨界伙伴结成“酒肉朋友”,包括低温产品在内的“美好”产品将通过1919网络迅速实现全国配送。

据了解,1919是我国西南地区最大的酒类连锁销售企业,其线上业务在成都、绵阳等十多个四川城市已实现30分钟内立即送,在北京、上海、广州、郑州、西安等十多个城市也开展了时间为20-120分钟立即送。

新希望集团董事长刘永好表示,新希望正在从农牧企业生产商向服务商转型,将通过自建与合作做强食品终端。“与1919的合作就是新希望食品借助外力发力终端的第一步”,周再勇如此表示。

除了寻找合作伙伴拓展终端市场,新希望食品还启动食品电商平台,并将与京东、也买酒等实现对接,同时,还将打造自有的熟食零售连锁店——“美好石门一味”。周再勇表示,新希望食品计划在北京、东北等区域开设1000家熟食专卖店。为了配合专卖店及电商扩张,新希望食品昨天宣布,在全国各地以合资、自建等方式,投资10亿元建设至少10家新的食品加工基地。

(编者整理)