

2009秋季全国糖酒会系列报道之一——声音

白酒企业决战糖酒会紫禁之巅

八月十五团圆佳节的来临一直被看成是白酒销售旺季启动的标志,而被誉为“天下第一会”的糖酒会将在10月份举行,成为食品饮料、酒水等相关行业市场推广的重头戏,不仅以品牌推广为核心,更是向全社会宣传白酒消费品牌产品,推动企业走品牌发展之路。而由于食品安全危机、金融风暴影响,以及国家扩大内需等政策因素,使得糖酒会的竞争尤为激烈。此次展会在家门口举行,给白酒界提供了一个大好的交流与比拼平台。各白酒企业借此大力宣传自有品牌,各地厂商纷纷在这里寻求合作机会,同时也大大地提升了河南白酒企业的竞争信心。如何在会上游刃有余地展示自己,各白酒企业似乎已经准备了详细的备战计划。在全国糖酒会即将到来之际,直观白酒市场,旺季趋势已经隐现,在这次难得的机会面前,先让我们来看看各企业的取胜“法宝”。 晚报记者 谢宽



张弓酒业有限公司总经理孙西玉 新形象、新面孔迎战糖酒会

“张弓酒,中国低度白酒的发源地,以首创被尊为低度白酒之鼻祖,在同行业中以科研实力和科研成果最多最大受到广泛关注。在传承古老传统生产工艺、增加科学新技术方面一直走在前列。”张弓酒业有限公司总经理孙西玉说,“目前我们公司正在积极筹备郑州秋季糖酒会,张弓酒业将以崭新的形象和面孔和广大客户相会,并以最优秀的产品、最诚信的市场,为广大客户提供最优质的服务。”在他看来,张弓酒现有高、中、低度、高、中、低档产品上百种,能够满足不同消费者需求,市场前景广阔。在目前,张弓酒业新领导班子确立后,正在沿着内抓管理,外树形象,科技创新,提高效益治厂方针和“三年五

个亿,五年十个亿”销售目标前进。

汝阳杜康酿酒有限公司 全新形象 高调布局糖酒会

“以糖酒会移师郑州为契机,向来自全国客商展示大杜康整合后的全新的品牌形象,使之成为大杜康吹响省外市场进军号角的最佳平台。”汝阳杜康酿酒有限公司相关负责人说,“杜康在历经春交会高调亮相之后,企业一直忙于‘生产规模化、管理系统化、产品系列化、市场精细化’的四化建设,目前,在企业方面已经实现了从改制到掌控,再到三统一的完美转型;产品方面,也在现有‘源’系列、‘康’系列、‘中华’系列产品的基础上不断推新,秋季糖酒会上广大客商就会有机会见到代表大杜康整合后的系列产品;从品质

保障上,杜康产品实行每一瓶都有身份证,从而保证了产品品质;本次秋季糖酒会杜康在整体形象上实施‘三统一’原则,统一形象、统一品牌、统一品质。”在杜康领导看来,此次糖酒会已经做好了充足准备,高调参加、大手笔投入,主会场展厅面积不仅达到480平方米,而且在中州皇冠假日酒店也设了展厅,这些投入都创杜康历届之最;预计500位经销商团队到场,共商杜康发展大计,同时飞机场、高速路、金水路等东区主要街道的户外广告对广大经销商形成强劲的视觉冲击。

贵州习酒总代理金丰酒行王卫甫 借助酱香型白酒优势完成河南布局

“习酒文化源远流长,古习国的传说更增添了习酒为‘凯旋之酒’、‘胜利之酒’的魅

力。作为对越自卫反击战的战地用酒,则更说明了习酒作为‘凯旋之酒’的分量。习酒预示着凯旋、预示着成功,更显示出主人谦逊的高贵品格。”贵州习酒王总介绍,“贵州习酒登陆河南市场时间不长,先在郑州市市场布局,发展到现在有100家经销商。恰逢糖酒会登陆郑州,它的到来对白酒企业来说是一次难得的宣传机会,对于我们抢占市场份额提供了帮助。因此,此次糖酒会,我们不仅在宣传上加大了投放力度,而且在中州假日酒店设置了站台,欢迎广大客商参与进来。”在他看来,河南作为中原骄子,更是酒文化的故乡,酱香型白酒以工艺复杂、酿制时间长、口感颇佳一直深受河南市场喜爱,针对这些特点,借此时机拉动河南市场份额,进一步完成销售网络布局,成为有力的竞争者。

金杜康 金品质

——“杜康典藏纪念酒”上市热销



康酒按日期皆有单独编号,从2009年1月1日至2009年12月31日止,每天十二瓶典藏酒,分别以十二生肖命名,共4380瓶,限量绝版发行。典藏纪念酒不但是高档消费品,更是开创了收藏之典范。

杜康酒一名负责人表示,编号创意把中国传统文化和现代文明有机融合在一起,让消费者可以买到属于自己生日生肖编号的典藏酒。“生日之外,一个人的生命历程中总有一个特殊的日子让人刻骨铭心,比如考学、参军、结婚等,如果拥有这个日期编号的典藏酒,会让人倍感温馨而浪漫,让曾经的记忆历历在目,让这份美好记忆同共和国的生日一起珍藏。”

中国酒文化是华夏五千年文化史的精髓,如果没有中国酒文化,华夏文化史就会少去浓墨重彩的一笔。而杜康酒文化又是中国酒文化的血脉灵魂,是中国酒文化殿堂中最为绚丽华贵的一枝奇葩。作为我国的历史名酒,杜康酒有“贡酒”、“仙酒”之誉,历代墨客文人与它结下了不解之缘,在新中国成立60周年之际,现代人能够与杜康典藏酒结缘,则是身份和品位的象征。

厚重的历史传承、系出名门的血统、精心的酿制,匠心独具的设计,成就了汝阳杜康典藏酒的大家风范、名家气质。名酒、名瓷、名师、名流,是汝阳杜康典藏酒的几大亮点。袁瑞清

地址:郑州市未来路与纬二路交叉口
预约热线:65953336 65959587

作为汝阳杜康为共和国60华诞倾情推出的国礼——“杜康典藏纪念酒”,近日一经上市就吸引众多消费者的关注,市场销售火爆。迅速在市场上掀起了一股“抢号”热,这是因为每瓶杜康纪念酒都有唯一的编号,仅限量供应4380瓶。

据悉,杜康典藏酒外观精美独特,展露着大气温润;采用手工酿造、手工装瓶、手工封口、手工贴标,精工细作;使用中国红玉瓷专用瓶,兼有实用和艺术的双重价值,是收藏与赠友的珍品;瓶身借用中国传统龙凤呈祥图案、启功大师字体来表达对藏者的崇敬之意,相互辉映,引人入胜,把典藏酒的含义推向极致。

杜康典藏酒在瓷器的选择上颇为讲究,经过专家的多方论证,最终选用了中国红玉瓷。瓷坛有一个温情的名字——天圆地方如意瓶,如意瓶又叫三和盛世坛,寓意千家万户事事如意,如意瓶上精心绘制了鎏金龙凤图案和五星红旗。

“杜康典藏纪念酒”的另一大特点就是编号,限量供应市场。为保证杜康典藏纪念酒的收藏价值,在新中国成立60周年之际,每瓶杜

“感恩绿城 爱心助学” 白云边助学活动完美收官

历时一个月的本报与白云边酒业共同举办的“感恩绿城,爱心助学”活动本周落下帷幕,上千次的致电,和十位莘莘学子的捐助,使得活动引起了不小的关注。白云边酒业在回馈社会、体现社会责任的同时,受助的学子们表达了真诚谢意,而且得到了广大市民的认可。据白云边负责人介绍:“取之于民,用之于民,无论对消费者还是企业来说都是一次共赢。” 晚报记者 谢宽

消费者热评白云边

在上周,本报与白云边酒业一同走进省实验中学,为十位莘莘学子送上助学金的消息发出后,不断有QQ聊友和市民致电本报,热评白云边酒业的做法,并且表达了自己也想捐款的意愿。其中一位王女士认为:“作为一名教师,我对学生特别是贫困学生有一种特殊的感情,虽然由于个人的能力所限无法提供更大的帮助,但白云边酒业的做法替我圆了心中的梦想,能给他们一点精神上的安慰,同时也希望全社会更多的人来关心这些贫困学生。”

像王女士这样热心的市民不在少数,更有一些市民表示也想捐款。一位年过花甲的林大爷告诉记者,自从在报纸上看到白云边酒业资助贫困学生的报道后,一直就希望通过自己的退休工资,能为孩子们做些事情。看到这些学生的困境,林大爷就想起自己年幼时的困境,不过他坚信只有学好文化知识才能出人头地,贫困只是暂时的。同时林大爷还向记者表达了对白云边酒业的认可。他认为,白云边酒业体现了一个企业的社会责任感和爱心,一个企业不只是为了自己赚钱鼓起腰包,更要想取之于民,用之于民,这样才能和谐发展。

记者在走访中,市民的众多评述,表达了对白云边酒业寄予厚望,希望他们今后能再接再厉,为社会作出更大的贡献。

用心做品质 回馈社会

“举办本次活动,得益于企业雄厚的实力和多年来对河南消费者厚爱的一种回馈。”该负责人介绍,“白云边酒销售遍及湖北全省、豫、赣、皖、粤、冀、湘、京等地,产销率达98%以上,深受广大消费者好评,获得国际国内诸如‘全国十大口感好酒’、‘全国十大文化名酒’、‘全国十大最受消费者喜爱的产品’、‘中国驰名商标白酒精品’、‘湖北省酒’等殊荣90余项,连续四届蝉联湖北名牌。”

2001年11月,以我公司企业标准为蓝本的浓酱兼香型行业标准由中国轻工业联合会发布,并于2002年5月起正式实施。2007年3月1日,兼香型白云边酒获得纯粮固态发酵标志使用资格。2007年5月,白云边被中国食品工业协会正式确认为浓酱兼香型白酒代表。公司现已通过质量管理体系ISO9001:2000的认证及年度审核。

“如果没有广大的消费者,白云边也就不可能有今天的成绩。”该负责人认为,“因此,捐助社会,用心做质量将会是白云边长久不懈努力的方向。”