

烤出来的醇香 火起来的品牌

黄金叶(大金圆)品牌推介会

2009年11月



11月9日,河南烟草黄金叶品牌建设工作领导小组组织召开会议,邀请烟草行业工、商、研、学等方面的专家、领导会聚郑州,启动黄金叶(大金圆)产品上市仪式,共谋河南卷烟品牌振兴发展大计。



众志成城创名牌

河南烟草隆重召开黄金叶(大金圆)品牌推介会

黄金叶是个创牌近60年的卷烟品牌,更是个独具丰富烟草文化内涵的品牌。近几年来,河南烟草行业按照省委、省政府和国家烟草局的部署要求,以科学发展统领工作全局,不断深化内部改革,切实加强基础管理,积极培育省产品牌,实现税利连年大幅提高,保持了持续较快健康发展,为全省经济社会发展做出了突出贡献。

黄金叶品牌的培育发展,得到了国家烟草局的高度重视和大力支持。今年2月份和7月份,国家烟草专卖局局长姜成康先后两次对黄金叶品牌建设做出重要指示,殷切希望河南烟草在继续巩固“帝豪”、“红旗渠”两个品牌发展同时,以“四要”作风要求,全力推动“黄金叶”品牌上水平、上规模、求突破,带动河南烟草全面协调可持续发展。当前,国家烟草局正在积极实施“两个10多个”战略,突出培育重点骨干品牌,黄金叶品牌已被国家烟草局纳入全国重点骨干品牌进行考核。

河南烟草工商企业认真贯彻落实“卷烟上水平”的行业主要任务和上级领导的重要指示

精神,在我国著名烟草专家、中国工程院资深院士朱尊权先生的亲自指导下,与郑州烟草研究院等通力合作,依托最新烟草科研成果和“烟叶王国”浓香型烟叶的原料优势,大力实施技术创新,厚积薄发,潜心研制黄金叶卷烟系列产品。高档形象产品黄金叶(天叶)自9月16日成功上市以来,终端销售气氛热烈,产品价格保持坚挺,产品口碑正在逐步形成,已经达到预期效果,并具备了一定的产品势能。新研发的黄金叶(大金圆)产品,是黄金叶品牌的主要规格和“醇香”品类的基本载体,更是许多先进工艺的集中体现。在研发过程中,河南烟草工商企业主要领导亲自挂帅成立黄金叶品牌建设工作领导小组,业务骨干组成专业小组,实现分工负责,系统推进,高标准,严要求,快节奏,为研发高质量的产品提供了运行平台;注重市场需求的分析研究,尤其是消费口味和消费心理的研究,最终探索出该产品消费群体的口味指标需求次序;大力实施技术创新,重点突出原料、工艺等环节,提炼形成了大金圆产品的风格特色:“烤出来的醇香”。

优质原料是生产出优质产品的基础,大金圆产品的叶组配方重点选用优质产区的优质烟叶,突出原料的成熟度;烘烤工艺在烤烟调制过程中最为重要,黄金叶(大金圆)产品生产过程采用了独特的“三烤”工艺,即“初烤透本香,复烤出净香,再烤成醇香”;对黄金叶(大金圆)产品的加工过程,进行量身定制,运用了河南中烟承担的行业重点项目《柔性制造系统》的研究成果,对优质原料实施低强度处理,保证了产品的品质;在产品的外在装潢上,秉承“正本清源、回归原点”的设计理念,整体外观厚重而不呆板;同时,该产品还采用6项防伪技术,精密巧妙地将防伪技术融入到外观设计中。

河南中烟工业有限责任公司总经理赵九来在会议致辞中指出,国家烟草局的高度重视和大力支持,无疑为黄金叶品牌的培育发展创造了良好的条件,提供了十分难得的机遇。从我省乃至全国市场看,零售200元/条的正在成为卷烟消费的主流价位,市场潜力巨大。作为黄金叶品牌的主导产品和“醇香”品类的基本载体,黄金叶(大金圆)将立足于全国性市场定位,

上水平,上规模,求突破,带动黄金叶品牌和河南“两烟”发展。黄金叶新产品的研发,在技术创新方面做的工作是富有成效的,但不能自我满足,要继续加强产学研的合作,坚持不懈地认真做好产品维护、改进和提升工作,不断增强黄金叶品牌的市场竞争力,为黄金叶品牌培育发展提供强有力的技术支撑。要深入推进工商协同营销,建立工商一体、协同联动的品牌培育长效机制,确保黄金叶品牌建设工作顺利开展。赵九来认为,做好一个品牌,关键在于“取势、明道、优术、坚持”。他表示相信,有国家烟草局和省委、省政府的关心、关怀和大力支持,有河南烟草的鼎力协助,工、商、研、学各方面共同努力,黄金叶品牌建设工作一定能取得预期的成效。

据悉,黄金叶(大金圆)将立足于全国性市场定位,市场发展目标将分三步走:一是打基础,扎根河南;二是上台阶,站稳中部;三是大发展,布局全国。其销量目标:力争通过3年左右的努力,实现销量5万箱以上。其核心目标消费群体定位于社会政界、商界的中层核心人群。

一本书签下“全球美皇后”

超模冠军与红高粱的本土情缘



在刚刚结束的第二十届世界超级模特大赛全球总决赛上,中原工学院大二学生李静凭着出众的表演在强手如云的选手中脱颖而出,获得了本届大赛冠军。而此前,在李静夺取世界超级模特大赛中国区冠军之时,红高粱方便烩面就与这位“全球美皇后”开始全面接触,最终签下了形象代言人。11月5日,在天地粤海酒店,刚刚领奖归来的李静接受了记者专访。签约红高粱用她自己的话说:红高粱和我一样都来自地地道道的河南,我们有着本质的共通之处,一本书《永不言败》说出了我与红高粱公司的共同心声,同时也结下了家乡情缘。 晚报记者 谢宽

“能在40多位不同肤色、不同语言的模特高手之中脱颖而出,其实我挺幸运的。本次盛会在江西举行,当地的观众一直在为我打气加油,主场优势让我底气十足。”李静告诉记者:“毕竟走在高台上,紧张肯定是会有的,但是我觉得我的出众之处在保持良好的心态,淡定自如。”

邂逅:一个身影、一本书敲定了红高粱代言

红高粱烩面是充满了浓厚的河南本土韵味的美食,从1990年中国式麦当劳的发起者,到如今转变策略主打方便烩面品牌,20多年间的摸爬滚打,造就了深深的故土情怀。

而李静作为地地道道的河南人喜欢吃烩面,而在本次模特比赛期间,更是把红高粱方便烩面带到了参赛的现场,让很多佳丽进行了品尝。“她们都说很不错。”李静兴奋的说:“在比赛现场,佳丽们原先对中国的了解,只知道中国有北京、上海等大城市,不过通过我们愉快的交流,她们现在都知道在中国也有个叫郑州的城市和一种好吃的美食——郑州烩面。”

不过她与红高粱的邂逅,确是从一个身影和一本书开始的。在她获得世界超级模特大赛中国区冠军之后,河南的红高粱公司乔总找到她,希望她能做红高粱方便烩面的代言人,为河南的本土品牌进军国内市场打前站。尽管21岁青涩的她,并不懂得社会交际,但几经交谈之后,她最终还是答应成为红高粱方便烩面形象代言人。

李静在回忆当时的情景时,告诉记者:“当我看到一本名字叫做《永不言败》的书时,在当

有很深的感触,是这本书打动了,这本书的名字也成为了我现在的座右铭。”

在她看来,这种感触是发自内心的声音,红高粱方便烩面是健康的代表,扮演着引导消费、进军全国市场的角色,而她自己是一名在模特界冉冉升起的明星,健康、活泼的形象与红高粱方便烩面有着共同的希望。

理念:能为家乡做出点贡献

说到成名以后的生活会不会越来越多的参与到商业活动时,李静说:“现在我已经加入了世界超级模特机构,接下来会配合机构参加一些公益活动,为慈善事业做些事情。不过就目前来说,还是应该把学业完成,毕竟我还是个学生,真正到了毕业之后,在做打算。不过我还是希望能为家乡做出点贡献。”

“不过在此期间,我与红高粱合作代言,我就会把这份工作做好,把新产品很好的推广出去,为河南争光。”李静坚定的说:“不管在与红高粱的合约以后是否到期,不管走到哪里,我都是红高粱的人,让大家都知道,提起李静就想起红高粱烩面,想起河南的乡土人情。”

李静个人小档案:

李静 年龄:21周岁 身高:176厘米
出生年月:1988年7月13日 属相:龙
体重53kg 星座:巨蟹
个人兴趣:看杂志、小说、K歌、睡觉
座右铭:永不言败



经历:“一路走来的幸运”离不开淡定的心态

一身休闲装扮、笑容甜美、美丽而不张扬、眉宇之间透露出淡定清秀之气——这是记者见到李静的第一印象。李静,生于1988年7月,河南濮阳人,中原工学院2008级服装表演专业学生。21岁,或许还是青春懵懂的年龄,还生活在家人的庇护之下,而对于李静来说,却是一个茁壮成长的时刻。

李静从小就开始接触舞蹈,可一直没有接受过严格的专业训练,往往都是对别人的一招一式进行模仿,高中的时候接触到濮阳市高校的礼仪队和一些礼仪庆典公司,并且开始跟着别人一起学习、演出。一切都在不经意中开始,这或许可以看作是她踏上T台的开始。“我高中的时候个子比较高,有一次逛街,一个女孩问我可不可以当她们的礼仪小姐。从那以后,我就开始朝模特发展了。”

2008年李静顺利的考上了郑州中原工学院,刚上大一的她与其他同学一样,对大学生生活充满憧憬,每天朴实、单调的生活亦是几分乐趣。2009年3月份的偶然间,她看到了“第二十届世界超级模特大赛”报名信息,便抱着试试的态度报名参加。这一试,便走到世界模特的制高点。