

论坛在线

朱文臣 鲨鱼的基因 要交给大商去爆发

名酒是从哪里来的？是评出来的，还是喝出来的？名酒要具有哪些内涵？为什么白酒消费愈来愈向名酒集中？于10月12日下午举行的本届糖酒会系列活动之“中国名酒在行动(河南)高峰论坛”上，《新食品》杂志社社长汪歌用一系列问题拉开了有关中国名酒的对话。作为对话嘉宾，国务院市场发展研究所所长任兴洲、中国名酒研究中心主任王传才、宋河股份董事长朱文臣、河南世嘉董事长万军、郑州喜洋洋董事长赵建华等参与了论坛讨论。

晚报记者 熊维维/文 慎重/图



中国名酒在行动(河南)高峰论坛现场

名酒有四方面基因

万军认为，名酒是喝出来的。而在赵建华看来，评出来的名酒是狭义的，喝出来的名酒是广义的。

任兴洲提到品质的保证，朱文臣用“为什么一提到香水，大家就想到法国？为什么一提到汽车，大家就想到德国？”提示大家思考一个问题，即白酒的产区问题。

“为什么大家一提到宝马，就首先想到的是安全？一提到奔驰就首先想到的是尊贵？这是品牌塑造和烙印问题。任何一个称得上名酒的品牌都要思考它到底代表了什么？这要解决的是血统问题。茅台代表国酒，洋河代表时尚经典，宋河代表什么？宋河代表厚重。”朱文臣也用一系列问答陈述了他的观点。

在汪歌眼里，白酒

是基于传统文化关系的一种生存方式。他说：“名酒要具有产区背书、历史血统、文化内涵和品牌积淀四个方面的基因。”

而对于这四个方面，朱文臣以宋河股份为例都予以了阐释。宋河地处中国淮河名酒带的中心，这一名酒带产生了洋河、古井贡、宋河等名酒。宋河产自中国道教鼻祖老子故里和孔子曾经问礼老子的地方——中国鹿邑，两人曾在此把酒论道。基于对老子的尊崇，中国历史上又先后在八位皇帝到鹿邑用地产酒朝谒老子，让鹿邑产酒史具有御酒之尊。在未来，作为河南白酒第一品牌，宋河在文化内涵、品牌塑造方面，将以厚重作为核心诉求点和落脚点。宋河所追求到达的厚重感，用一句话来说，就是宋河的产区优势、血统、历史积淀以及厚重中原所赋予的宋河为具有品位、内涵和阅历的人士而酿的使命感。

留下烙印方成名酒

汪歌认为，谈名酒不能不谈品牌，谈品牌不能不谈文化，谈文化不能不谈价值，所有这一切都落脚于给消费者留下一个烙印。

朱文臣表示，做河南白酒企业要有耐性，现在很多人看到宋河在沉默，这是宋河在修炼内功、搭建系统以谋求爆发式发展的体现。“如果我们具有鲨鱼基因，我们就要将这一基因，通过战略合作，交给像河南世嘉这样的大商去爆发。”

在谈到河南世嘉为何选择中国名酒宋河作为战略合作时，万军表示，一方面受朱文臣热心公益事业的爱情感染，另一方面是因为宋河的产品结构、区域影响力以及品牌建设已相对完善，实力雄厚。而且，未来全国的白酒产业销售逐渐向名酒产品，品牌产品集中，而名酒在区域化领域内将逐渐向优秀的经销商集中。他以选择中国名酒宋河后才半年多的时间销售收入3000多万元，来表达他对宋河品牌未来发展前景的看好。



直击糖酒会



仰韶系列产品被展示在用真实草坪铺装的草地上，青草与彩陶相呼应，草香与酒香相交融。

近日，2011年中国糖酒食品博览会暨国际糖酒商品交易会，正在郑州国际会议中心举行。本次展览会汇集了国内外酒类、食品类、饮料类、调味品类、食品机械类等子行业的众多优秀企业，包括宝丰、仰韶、宋河、杜康、金星啤酒、王老吉、伊利、蒙牛等众多知名品牌集中亮相。其中，豫酒品牌齐上阵，展台上，新品发布亮点多，展台布局上演创意风暴，展台外，与会人员争先品鉴美酒文化。

晚报记者 熊维维/文 慎重/图

现场

【白酒品牌】

展台上演创意赛

在糖酒会酒类展示区入口，宝丰特大号酒瓶成为不少人关注的焦点。据宝丰酒业营销中心品牌总监晋育峰透露，此款酒瓶为宝丰酒瓶的放大版，做工工艺为宝丰参与历次活动最为精良的一次，作为本次糖酒会的主要赞助商和参展商，宝丰酒业斥巨资打造独具企业特色的展位形象，旨在进一步提高“国色清香”这一主导品牌的清丽典雅之姿。仰韶彩陶坊酒的展台布局极具高端、时尚元素。为了更好展示产品推广效果，在仰韶用真实草坪铺装的草地

新品发布争亮相

除了去年的国花杜康、中华杜康、绵羊杜康外，在洛阳杜康控股展台重点展出了酒祖杜康系列产品，分为6窖区、9窖区、12窖区、15窖区等4款产品，据洛阳杜康控股有限公司总经理吴书青介绍，这些是公司当前性价比最高的杜康酒，也是整合后公司首次推出的高端产品。同时，老仰韶系列15-20个单系列产品也在此次会展

【红酒啤酒】

品牌形象美演绎

而作为啤酒行业行业最大的参展企业，金星以280平方米超大型特装展位大手笔展示河南啤酒行业龙头企业形象。展厅里以啤酒塔建成酒塔，通过独特实体造型、精美户外展示画、流媒体滚动宣传片等多种生动化媒介平台充分展示中西部唯一啤酒工业旅游(超大型啤酒广场)的品牌形象。在金星啤酒集团营销中心总经理李荣军看来，这次展台

思考

文化氛围是根本

糖酒会历经近20年长盛不衰，在这不衰的表现背后是酒类尤其是白酒成了糖酒会的主演。河南省酒业协会会长熊玉亮表示，过去白酒企业的大部分订单是糖酒会获取的。今天，实力展示、开发新客户、拿订单是参加糖酒会企业的主要目的。文化营销是酒这种传统产品独特的经营方式。在熊玉亮看来，酒类经营中，已有越来越多的品牌在力求精益求精，本次交易会上，酒类品牌纷纷将文化融入展台设计及产品包装上，吸引了观展人员的眼球，也增添了饮酒的情趣，提升了其品牌的形象。

声音

宝丰酒业希望借助本届糖酒商品交易会，正式对外发布专卖店的新营销模式，该模式是宝丰酒业为巩固河南根据地市场，确保品牌高度和美誉度、提高消费者对宝丰酒的认知度，而实现的营销创新。——宝丰酒业营销中心品牌总监晋育峰 对本次糖酒会，集团高度重视，下大力气组织、部署参与，着力打造金星啤酒“青春、活力、激情”的品牌形象。新型糖酒会，重在展示品质、诠释品牌、传播理念。让经销商知道

宝丰、仰韶、宋河、杜康、金星齐上阵 2011年中国糖酒食品博览会举行 豫酒当家 弘扬中原酒文化



独特魅力的仰韶彩陶工艺品，由老工匠现场制成。



宋河的中原酒文化吸引了众多外商关注

市民留言板

太让我意外了，本次糖酒会这么多精彩活动，不仅能找到商机，还能娱乐休闲购物于一体。——市民刘娜

想不到，我们河南有这么多的好酒，这次品牌豫酒几乎都在这里可以找到，自己家门有这样的规模展会，很难得。——市民林海

一周消息

买娃哈哈赢千足金金条

即日起至2012年2月，娃哈哈为回馈消费者的厚爱，开展了“兔飞龙进 开箱纳福 娃哈哈亿元奖品送好运”活动。据娃哈哈活动负责人介绍，“兔飞龙进 开箱纳福 娃哈哈亿元奖品送好运”活动为消费者设置了丰富的奖项。金龙奖，奖励价值4999元的千足金腾龙金条一条；福运奖，奖励价值500元的千足金转运珠一个；聪慧奖，奖励智慧超人一箱；幸福奖，奖励1.5L营养快线1瓶。综合中奖比例达0.35%。 万佳

品牌扫描

国色相邀 大美倾心 树立高端豫酒新标杆

宝丰·国色清香 G系列亮相糖酒会

2011年郑州中国(国际)糖酒食品交易会是宝丰·国色清香G系列正式上市销售以来，首次参展全国性糖酒商品交易会，也是宝丰酒业首度冠名全国性糖酒商品交易会，在本次展会上，宝丰酒业原有品牌的其他产品也一一亮相，成为本次展会豫酒品牌一大亮点。

晚报记者 熊维维/文 慎重/图



宝丰酒以荷花作为展厅主题，体现了高贵典雅的风格。

会场亮点 宛若映日荷花 别样“红”

在展厅里，每瓶定价1888元750ml装的国色清香G1979、定价每瓶980元600ml装的国色清香G1984和定价每瓶680元600ml装的国色清香G1989吸引了不少订购商的目光。据相关负责人介绍，宝丰酒业此次不仅是主要的参展商和赞助商，也是有史以来投入最多、宣传力度最大的一次展示活动。

在宝丰酒业精心设计的展厅现场，100多

平方米的超大展厅，不仅可供各地经销商代表了解产品、洽谈合作，那清幽淡雅的展厅风格也引得人流流连忘返，石雕亭桥、荷花莲蓬，在灯光的照耀下，十分艳丽动人。一组红、蓝、白相间花纹的汝瓷梅瓶伫立在深处的荷花之上。白浪碧波形状的展示墙上，尊贵红、浩瀚蓝、优雅白闪烁异常。前来参观和洽谈业务的人们啧啧称赞，并对宝丰酒给予了高度评价。

品牌直击 酒国春秋 大美绽放

近年来，宝丰坚持创新发展，国色清香作为宝丰酒业的新品牌形象得以成功塑造，不仅带动了原有产品的升级，也实现了宝丰酒品牌的伟大复兴。此外，国色清香G系列高端产品，占据了豫酒高端市场的制高点，使宝丰酒的发展迈上了一个新台阶。其市场售价，树立起豫酒高端产品的新标杆；其外观设计，打造了国产酒的最美造型；其品质，一直以来堪称清香白酒的绝对典范。

发展动向 华丽启幕 锐意进取

近年来，宝丰酒业的主导产品国色清香品牌，以清丽脱俗的优雅姿态，全新引领企业实现突破发展。过去三年，宝丰酒业在大本营平顶山、许昌、漯河等地传统销售市场优势明显，郑州市场也实现了快速上量。一直以来，宝丰酒业坚持创新发展，在清香型白酒生产技术的改革和创新方面达到了国内领先水平。除此之外，宝丰酒业还持续不断地加大新产品开发力度，按照市场需求进行换代升级，并在专销产品和定制产品上实现突破。

2011年，是宝丰酒业大步迈向辉煌的机遇年。针对宝丰酒业的高端品牌“国色清香”成立了专门的国色清香事业部，全力提升这一高端产品在宝丰酒业中所占的份额，吹响了宝丰酒进军高端市场的号角。如今，在“豫酒复兴”的大环境下，宝丰酒业锐意进取成长快速，获得了行业认可，这不仅让宝丰酒业恢复了其品牌的影响力，也理所当然地扛起了“豫酒复兴”的大旗。本届糖酒会对宝丰酒业而言，是一个崭新的开始，也是一次华丽的启幕，让大家有目共睹。

小胖羊“金色自然之旅”获奖名单出炉

9月中旬，小胖羊举办的“畅享自然生活 金色自然之旅”获奖名单陆续揭晓，从全国店面中抽取近百位顾客，将在10月初走进“中国秘境”阿拉善，畅享美妙自然生活。据悉，此次活动从6月27日正式启动，经过两个多月的时间，小胖羊共收到数十万份抽奖卡。9月初各参与门店在第三方公证下抽取中奖者近百人，组成了全国首个由民间“草根”驴友组成的探险队伍。 张艾霞