

醉美
十年
白酒的核心价值在于其品质和文化如何与消费者产生情感上的共鸣。

巩固洛阳生产基地大本营

洛阳杜康举行全国经销商峰会

5月18日,洛阳杜康控股有限公司在洛阳举办2012杜康控股全国经销商峰会,中国酒类流通协会执行秘书长彭德骏、著名白酒专家沈怡方、河南省酒业协会会长熊玉亮及来自全国各地2000多名经销商代表参加了各项活动,参会规模创下河南白酒的最高记录。

本次峰会是杜康自2009年底整合以后,首次将全国经销商峰会从郑州移师洛阳,而洛阳是杜康酒的生产基地以及根据地市场。因此,杜康兴师动众以巩固大本营的意味不言而喻。

洛阳杜康控股有限公司在峰会上公开了五年发展规划,提出今年要成为河南白酒行业第一,并在峰会上启动了百亿杜康工程,计划到2016年,杜康控股将实现年销售收入100亿元的奋斗目标,跻身国内白酒行业十强。

在此次杜康控股的全国经销商峰会上,洛阳杜康控股有限公司总经理吴书青首次公开披露杜康的五年发展规划,其中明确提到2012年成为河南白酒行业的龙头老大,2016年销售收入突破100亿元,跻身国内白酒行业十强。

让这些经销商最为兴奋的是,在杜康五年百亿规划发布的同时,吴书青等人还在峰会现场共同敲



开众多金币堆成的“百亿金山”,并将金币分送给在座的经销商代表,寓意“携手酒祖杜康,共享百亿财富”。

据了解,杜康自2009年底实现战略整合后,三年来保持了年均至少翻一番的高速增长,去年已经从豫酒“六朵金花”的最后一位攀升到第二位,据洛阳杜康控股销售公司总经理苗国军透露,杜康如今是墙里开花,墙内墙外都飘香,“去年省外的销售收入已经占据整体的三分之一,而今年前几个月的统计数据显示,省外的销售占比已经提升到五分之二,年底甚至可能达到50%。”

记者 熊维维

仰韶“感恩季”系列活动启动

5月18日,仰韶酒业仰韶“感恩季”系列活动启动仪式举行,这次“感恩季”将持续到8月底。

据悉,仰韶“感恩季”系列活动集中在6-8月份,公司“百名奥运助威之旅”“千商如意湖龙舟争霸”“万人凤凰之旅专列”等“感恩”系列活动将陆续拉开序幕。将会把伦敦奥运的飞扬激情、龙舟争霸的热烈氛围以及凤凰古城的魅力风采带给广大消费者。

“华夏龙脉,国酒之源”是仰韶酒业的企業灵魂,“诚实守信,勇于负责,专注如一,仁爱之心”是公司的核心价值观。将以此作为企业前进和发展的动力,用诚实守信践行感恩,用感恩行动促进合作,用精诚合作谋求发展,进一步增强感恩意识、责任意识和共赢意识,与广大消费者共守诚信,共谋发展,共创大业,共赢未来。

董事长侯建光到会发表重要致辞,省酒协领导对这次活动给予高度评价,卫凯总经理做动员报告,200多名来自全省各地的仰韶经销商参加启动仪式,并参与抽奖活动。

陈焕军

省酒协收藏鉴定专业委员会挂牌成立

5月19日,河南省酒业协会收藏鉴定专业委员会挂牌仪式暨厦门溢利酒业老茅台专卖郑州中心店开业庆典在郑举行。

据河南省酒业协会熊玉亮会长介绍:河南省酒业协会收藏鉴定专业委员会是目前国内唯一一家专业收藏鉴定名酒的省级酒类行业协会,特邀有“中国老茅台收藏鉴定第一人”之称的名酒收藏专家张总结执掌帅印,并率其“鉴酒团”专家为中原藏酒爱好者对出厂日期在2000年之前的老茅台及17大名酒开展免费“鉴酒”服务,并开展陈年茅台酒及其他老名酒的收藏鉴定知识培训、文化交流活动等。

李策

贵州茅台再推新贵

仁酒上市发布会24日举行

5月24日,贵州茅台酒股份有限公司继“汉酱”之后,推出又一力作“仁酒”上市新闻发布会在郑州永和伯爵国际酒店举行。

“仁酒是一款凝聚了茅台人‘仁者仁心’的经典酱香型白酒。”贵州茅台酒股份有限公司有关负责人介绍推出“仁酒”的由来时这样表示,在中国传统文化中,儒家文化一直居于正统地位,儒家文化的核心就是“仁”。仁酒的诞生,就是为了呼应传统文化的回归,见证中华文明的复兴。仁酒在河南市场上市,也是公司的一个重要战略部署,河南是人口大省,酱香型白酒日益受到广大消费者的认可,本次新闻发布会的召开,意味着河南白酒市场将再添新贵。

仁酒的核心价值在于其品质和文化,从品质上讲,它秉承了酱香传统工艺,能够让消费者于绿色、健康的酱香品质中,感受到愉悦、舒适的身心体验;从文化上讲,它所蕴含的“仁政、仁商、仁人”的传统智慧,为消费者带来情感上的共鸣。

专家话“仁酒”

据贵州茅台集团副董事长兼总经理刘自力介绍,根据整体发展战略规划,同时也适应广大消费者的需要,贵州茅台酒股份有限公司继“汉酱”之后,又推出“仁酒”这一力作,进一步丰富了公司的产品结构,也为茅台的未来打造了新的增长极。

中国白酒行业知名的专家王延才、沈怡方等人对仁酒的文化诉求、产品质量都给予高度评价。专家们的一致意见是:仁酒微黄透明、酱香突出,酒体醇厚,柔和绵甜,回味悠长,空杯留香持久,酱香风格典型。

记者 熊维维

微博互动

宋河股份尝试“微参观”

5月20日,在豫企微峰会的组织下,社会各界精英一行近30人来到宋河股份生产基地参观。

去年宋河股份组织了多次网友到生产基地参观活动,此次活动是宋河组织微博网友参观的一次尝试。

宋河股份品牌部经理王治国认为,现在传播方式正在发生着悄然而明显的变化,社会化媒体正在打破界限和壁垒,互动将左右和引领新的媒体传播方式竞争。中寰创世、凯尚国际的负责人还对宋河的品牌传播如何与消费者进行情感沟通上提出了建议和意见。

杨黎明

金星啤酒:打造行业最具创新力领先企业



先进工艺促进产品品质精良

金星始终站在中国啤酒行业的最前沿,认真学习不断更新的世界啤酒生产工艺,建立了一流的研发机构,勇于吸纳诸多优秀的生产工艺并加以改进提升,打造适合各地不同消费群需求的高品质啤酒。

多年来公司始终坚持把食品安全作为企业生存、发展的基础和头等大事来抓,坚持推行“酿造纯生化”和“五统一”工程建设,确保各子公司、各批次啤酒质量的稳定性和口味的一致性。1998年3月企业通过

30年来,金星着力通过做精品质、做强品牌、做大市场、做优团队、做活文化五个方面实现“打造国内一流啤酒工厂,争创行业最具创新力领先企业,生产消费者最喜爱的啤酒产品”的企业愿景。

了质量体系(ISO9002)认证和产品认证,2001年通过中国方圆标志认证委员会ISO9001质量管理体系认证,2006年12月通过了质量管理体系(ISO9001-2000)、环境管理体系(ISO14001)、食品安全管理体系(HACCP)“三合一”管理体系认证。

目前金星建立了以省级企业技术中心和博士后科研工作站为核心的技术创新体系,着力打造具有自身优势的核心竞争力,坚持以技术引进、科研攻关、技术改造和“产、学、研”相结合的方式,坚持“生产一代、改进一代、构思一代”的新产品开发方针,系统地推进技术进步,成为“全国企业技术创新示范企业”和“河南省科技进步先进单位”。

优秀人才推动企业自主创新

金星目前拥有高级人才276名,其中本

科以上学历128名,国家级品酒评委4名,中高级品酒师、酿酒师53名。2009年企业先后与河南商专、郑州牧专合作创办了“营销金星班”和“酿造金星班”,为公司的发展批量储备人才。

企业建立了设施完备、团队一流的质量技术中心,中心拥有各类实验、研究设备90台(套),用于科研开发的实验仪器、小试、中试、大生产试验设备有80余台套,满足了科研开发的基本条件。现有科技研发人员886人,其中研发与实验发展人员数562人。2007年6月,企业挂牌成立了博士后科研工作站。近3年来,申请创新成果专利13项,技术中心与江南大学、河南工业大学、郑州轻工业学院等是很好的合作伙伴,具有稳定的产学研合作机制和显著的技术创新绩效。技术中心非常重视新技术、新原料、新工艺、新设

备等方面的研究,同时也非常注重对外交流,特别是与国内著名大学及科研机构的产学研合作和技术交流与对接。2008年以来技术中心聘请的从事技术开发的外部专家达26人,对外合作项目36个。通过多年努力,企业技术中心取得了10多项技术创新,3年及3年以上的研究项目达36项。

在未来的发展中,金星集团将继续采用国际先进的啤酒生产工艺和技术,研发和出产高品质的啤酒产品,与时俱进,锐意改革,不断创新,满足广大消费者的需求,创造良好的社会效益和经济效益,以市场为导向,以技术创新为动力,以品牌经营为核心,以规范管理为手段,将公司建成在国内技术领先、质量领先、管理领先、规模领先、效益领先,具有较强竞争力、可持续发展的国内一流啤酒企业。