

时隔 25 年,杜康酒再度成为外交部接待用酒,趁机积极拓展海外市场

时来天地皆同力,运去英雄不自由。

正当杜康在全国市场高歌猛进,以王者归来之势谋求复兴时,近日从外交部传来捷报:酒祖杜康在竞标中力挫众多名酒,成为外交部以及 200 多家驻外大使馆、领事馆接待、礼赠用酒。

这是时隔 25 年之后,杜康再度荣膺外交部以及 200 多家驻外大使馆、领事馆接待、礼赠用酒,即通常所说的“国礼”,杜康也因此成为迄今为止被外交部选用招待海内外贵宾的唯一豫酒品牌。

对于独占历史至高无上的行业高度、无与伦比的文化厚度、举世皆知的品名广度的杜康来说,这是借船出海、拓展市场的绝好机会。

4 月 22 日,“酒祖杜康”2013 中国白酒文化行首站挺进新加坡,顺利摘得两枚让人羡慕的硕果,不仅就杜康文化遗迹中国白酒文化推广,与河南省酒业协会、新加坡中国白酒协会签署合作协议,还与新加坡茅台独家代理商结为战略合作伙伴。

据了解,杜康未来将高举中国白酒文化的大旗,深入韩国、日本、中国台湾等华人聚集较多的国家和地区,积极推介底蕴深厚的杜康文化、源远流长的中国白酒文化以及中原根源文化,也让海外更多华人品尝到他们久仰盛名的杜康美酒。



杜康控股、河南省酒业协会、新加坡中国白酒协会结为战略合作伙伴



杜康控股与新加坡茅台代理商欧亚喜环球有限公司达成战略合作



杜康控股董事局主席周涛为中国外交部驻新加坡大使馆工作人员赠送酒祖杜康·名仕封坛纪念酒



中国民族乐器传承人古琴演奏《酒狂》

继率先豫酒摘得全球华人瞩目的黄帝故里拜祖大典唯一供奉用酒、主宴会场指定接待用酒之后,酒祖杜康又一次为中原酒业挣足了面子。

笔者近日从外交部获悉,经过几轮激烈竞标,来自洛阳杜康控股有限公司的两款酒祖杜康美酒,凭借厚重文化底蕴以及卓越产品品质等优势,从多家知名白酒企业的主打产品中脱颖而出,跻身成为外交部以及 200 多家驻外大使馆、领事馆接待、馈赠用酒,未来将作为“国礼”代表中华美酒礼敬海内外贵宾。

据笔者了解,杜康是中原酒业迄今为止被外交部选用的唯一豫酒品牌,但这却是杜康第二次荣膺外交部以及多家驻外大使馆、领事馆接待、馈赠用酒。

“酒祖杜康此次之所以能够击败众多强势白酒品牌,除了与其自身卓尔不群的品质紧密关联外,还得益于历史赋予杜康的独特的先天品牌优势,比如华夏酿酒鼻祖、中华美酒之源的行业高度,五千年历史赋予的厚重文化底蕴以及海内外华人老少皆知的品牌知名度。”河南省酒业协会会长熊玉亮分析说。

早在 1988 年,外交部就曾将专门发专函给伊川杜康酒厂,采购 52 度出口瓷杜康酒、52 度花脸杜康酒,并在函中详细标注了产品规格、发货时间、地点以及结算方式等。

事实上,当年接到外交部采购杜康酒专函的还有汝阳杜康酒厂,有外交部于 1989 年 1 月 20 日寄送的感谢信为证,说去年从汝阳杜康酒厂购入的 39 度杜康酒等,已经随各驻外使领馆采购物资发往五大洲的 50 多个使领馆使用,并满足外交部各驻外机构和党政代表团出访赠礼需要。

对于杜康来说,时隔 25 年之后,再度华丽转身成为外交部以及驻外大使馆、领事馆接待、馈赠用酒,不仅意味着杜康品牌地位和价值的提升,也为杜康拓展海外市场提供了绝好机会。

对于杜康来说,时隔 25 年之后,再度华丽转身成为外交部以及驻外大使馆、领事馆接待、馈赠用酒,不仅意味着杜康品牌地位和价值的提升,也为杜康拓展海外市场提供了绝好机会。

4 月 22 日下午,由洛阳杜康控股有限公司、河南省人民政府外事办公室联合主办、新加坡中国白酒协会协办的 2013“酒祖杜康”中国白酒文化全球行首场活动在新加坡举行,这是继登陆新加坡资本市场之后,酒祖杜康以王者归来之势再度出现在新加坡华人面前。

在外交官员、杜康控股高层等人的共同见证下,洛阳杜康控股销售公司总经理苗国军、河南省酒业协会会长熊玉亮、新加坡中国白酒协会会长云伟龙签署三方战略合作框架协议,未来将致力于在新加坡及其他亚洲地区,深度挖掘和推广杜康酒文化、中国酒文化以及中原根源文化。喜上加喜的是,当天下午,洛阳杜康控股有限公司还与新加坡白酒进口贸易经销商,也是茅台酒在新加坡的唯一代理商——欧亚喜环球有限公司结为战略合作伙伴,最快今年 7 月底第一批杜康酒就能抵达新加坡,杜康未来还将借助欧亚喜环球公司完善的分销网络系统,深度拓展新加坡以及东南亚市场,让更多海外华人能够品味驰名中外的杜康美酒。

“酒祖杜康”中国白酒文化行首站挺进新加坡,其实并非偶然。据笔者了解,杜康是华夏酿酒鼻祖、中华美酒之源,有着其他任何白酒都无与伦比的厚重文化底蕴,还因为曹操‘何以解忧,唯有杜康’的千古感慨,被海内外老少华人熟知。再加上新加坡 77% 的人口都是华人,有着非常好的消费基础,而杜康控股在新加坡的上市背景也为杜康酒扎根新加坡提供了很好的基础。

“启动中国白酒文化全球行,这并不完全出于商业考虑,主要是为了向全世界传播中国的酒文化,这也是杜康作为‘酒祖’的责任。”洛阳杜康控股销售公司总经理苗国军解释说,在海外市场方面,杜康今后将会每年持续进行“中国白酒文化全球行”,同时将通过参与当地展会、举办品鉴会、与各国酒业协会及经销商建立合作等形式,实现杜康品牌、渠道和消费者的国际化,同时针对各国消费特点开发相应产品,并与中餐结合共同推广中国白酒文化。

对于杜康启动中国白酒文化全球行活动,中国酒类流通协会副会长、河南省酒业协会会长熊玉亮也给予高度肯定:“杜康不仅是豫酒的领军品牌,也是中国白酒的代表品牌,拥有其他白酒不能相提并论的深厚文化底蕴以及举世皆知的知名度,在国内白酒行业遇冷的情况下,杜康以推广中国酒文化及传统文化为载体,拓展新加坡等华人相对集中的海外市场,是发挥自身优势、实施蓝海战略的明智之举,为中国白酒企业树立了榜样。”