

■酒道天下

“习酒·我的大学”大型公益活动

助学金发放仪式在豫举行

8月18日上午,河南2014“习酒·我的大学”大型公益活动助学金发放仪式在平顶山市隆重召开。本次活动上来自河南平顶山市的50名大学生分别获得5000元的现金资助。受助学生代表及嘉宾近160人参会。“习酒·我的大学”是习酒公司传承“回馈社会”的君子品格,延续优良公益传统,本着“崇道 务本 敬商 爱人”的企业核心价值观,践行

着“君品文化”,热衷于公益事业,勇于担当社会责任的具体表现。

习酒一直以来特别关注青少年教育,早在上世纪90年代初,刚迈上发展台阶的习酒公司就捐资兴建希望小学,并开始参与资助贫困大学生上学。于2006年正式创建“习酒·我的大学”这一主题公益品牌,自筹资金,资助中国中西部地区品学兼优的贫困大学生。

随着习酒公司的不断发展,“习酒·我的大学”主题公益助学活动规模也在逐渐扩大,10万、60万、200万、1000万……截至2013年度,已资助贫困大学生9000余人,公益足迹遍及全国各地,受助学生遍及国内近百所知名高校。

今年“习酒·我的大学”公益助学活动继续在河南开展。活动从5月开始到8月结束历时3个月。秉承公平、公

正、公开的原则,经过报名申请、初次甄选、实地考察、最终确认四个阶段。在挑选受资助的困难学子过程中,实地走访受助学生家庭,深入了解实际情况,和学生沟通交流。从近200名申请学生名单中挑选出50名学生作为本次活动的受助对象。并于8月18日上午将25万元公益助学金顺利分发到50名学生手中。

郑州晚报记者 张富程

■名酒动态

仰韶酒业2014中秋厂商联谊会开幕



河南省酒业协会秘书长蒋辉现场致辞

8月22日,仰韶酒业2014中秋厂商联谊会在渑池县中州国际酒店拉开序幕。

仰韶酒业董事长侯建光说,“下一步,公司将结合当前中档价位的市场优势,聚焦优势资源,不断加大对仰韶窖香和小窖的投入力度,营造市场氛围。同时,对市场进行深入分析,精准把握,科学谋划,扎实运作,使仰韶迅速覆盖中原!”同时,河南省酒业协会副会长兼秘书长

蒋辉对五年来仰韶品牌的塑造;仰韶彩陶坊取得的成就;当前白酒行业调整期,仰韶做出的积极的战略调整;仰韶酒业豫酒发展和当地经济的卓越贡献四个方面给予较好评价。

据统计,此次联谊会上商户交纳首订定金约5000万元人民币。仰韶高管层现场热舞《小苹果》一度将现场气氛推向高潮。

郑州晚报记者 张富程

杜康控股2014又出最新力作

窖曲系列酒盛大登陆中原

8月24日,《杜康窖香·香飘四海》杜康窖曲新品发布会暨订货品鉴大会在郑州市郑东新区逸泉国际大酒店隆重举行。

活动由洛阳杜康控股有限公司、河南省安徽商会主办,杜康控股杜康窖曲全国运营中心承办,河南紫云涵文化传播有限执行。

省市有关领导、国内著名白酒专家、经销商等纷纷出席,品鉴窖曲,畅谈白酒文化,共商杜康发展大业。

杜康酒数十年来畅销市场,以其独特的酒体风格赢得了消费者青睐。2014年,在杜康控股的精心筹备下,推出杜康窖曲。杜康窖曲系列以“中国梦 文化

梦”为核心,打造全新包装,从形象、工艺、设计元素、性价比四个方面进行大幅提升。

为向大家展示合作诚意,构建互利共赢的合作局面,杜康控股在发布会上打出一记重磅组合拳,大手笔推出“买酒送车”活动,活动现场订货50万元送奥迪A6L一

辆,现场订货30万、20万、10万不等,对应送不同车型车辆一台,此举将发布会推向一个个高潮。与会期间,礼仪手托斟满杜康窖曲的托盘,请到场宾客一一品鉴,整个发布会呈现出一种“座上客常满,樽中酒不空”的祥和场景。

郑州晚报记者 张富程 高梓琦



关注“郑州晚报名酒”
酒业动态全知道

■酒业资讯

以“文”化品 驱动消费

第二届华夏酒文化论坛成功召开

8月26日,由省内主流媒体主办,河南省工业和信息化厅特别支持的“文化驱动消费”第二届华夏酒文化论坛在郑州成功举办。省工业和信息化厅总工程师陈振杰、省酒业协会会长熊玉亮及河南酒类骨干企业负责人等组成豪华阵容,现场互动交流,智慧碰撞,嘉宾畅所欲言,氛围热烈。

对于酒文化,陈振杰总工程师认为,提到酒文化的时候,不隔绝不回避历史,但也绝不能

让厚重的文化和厚重的历史成为发展的包袱。必须把历史的优秀的文化继承下来,汲取精华,弃其糟粕,在传承当中有序,创新当中有道,传承中创新,创新中传承。陈振杰认为,豫酒“六朵金花”企业的产品很多,但是这其中一定要开出一朵“红花”,这朵“红花”就是企业的大单品战略。

河南省骨干企业负责人针对论坛主题也分别谈了自己的看法。河南仰韶酒业董事长侯建光说,河南白酒不缺

文化,但是还没稳固的根基,有些摇摆。同时企业应该加大科技创新,做好品质,让我们的酒闻起来好闻,喝起来好喝,而且喝了之后不头疼。

宋河酒业股份有限公司总裁王祎杨说,文化应该融入企业每位员工的思想之中,血液之中,以此指导企业做产品、做营销,通过企业自身的行为去推广文化,同时通过文化规范思想和行为。

洛阳杜康控股总经理吴书青则直接明了地说,在当前

市场环境下,企业应该营销接地气、文化接地气、品质接地气、心态接地气,坚定信念,心态好一点,淡定一点,收获自己的市场,收获自己的产品,静候下一个机会。

其他参会企业代表及业内专家也争相发表了自己的观点。特劳特(中国)战略定位咨询公司高级分析师侯德夫通过百事可乐、加多宝等产品定位的案例,与到会嘉宾分享了企业与产品定位的重要性。郑州晚报记者 张富程

■董酒懂健康



白酒不会成为夕阳产业

仍是中秋佳节的“刚需产品”

距离中秋节仅剩一周时间,近日有网友发帖说,今年白酒不再是中秋节的“主角”,甚至有人称“白酒行业将成为夕阳产业”。对此,记者走访了各大超市和白酒专卖店,发现中秋市场并不像个别网友所言,事实上白酒仍然是今年中秋佳节的“刚需产品”。而不少业内专家也表示,白酒之所以经久不衰,主要基于社会消费对白酒以下几个层面的刚性需求:

一、白酒的保健、养生功能是其精髓,也是消费最基本的刚性需求。白酒,尤其是酱香型、董香型白酒,在这方面的优势比较突出,适量饮用有益于身体健康,这在广大消费者中已基本达成共识。

二、社交层面的刚性需求。未来白酒产品将逐步回归其人际交往和沟通的基本人文属性,白酒已经深深融入了中华民族的血脉之中,因此这种需求也是刚性的。

三、白酒在精神和文化层面的刚性需求。白酒作为中国民族文化中的一个基因和符号,在消费者精神和文化心理层面占据的位置是不可替代的。

所以,白酒不仅不会成为夕阳产业,相反还是所有产业中少有的常青产业。回顾几千年的民族文化,只是酒幡与旗号的改变,而白酒作为消费品是一直存在的。而在一些百年“老字号”的民族品牌中,白酒品牌更是不胜枚举。假如中国人不再喝白酒,我们民族的这部分文化基因必然也会缺失。

郑州晚报记者 王一品

有奖问答

白酒消费中最基本的刚性需求是什么?

请将正确答案及姓名、联系方式发微信至晚报名酒专刊(微信号:zzwb-top-nj),正确回答问题的前三名读者每人将获得价值158元的新贵董酒一瓶。

领奖地址:东明路红专路金成商务大厦902室,获奖者需携带本人身份证及复印件领奖。

领奖咨询电话:4000909691

上期获奖名单:

张志成(139****0796)

李想(139****0626)

赵玉花(675****68)