

酒业公众大奖评选广受欢迎

数十万消费者参与山东赛区投票,各大酒企纷纷响应

经过长达两个多月、范围涉及全省的问卷调查后,中国酒业公众大奖山东赛区的评选即将拉开序幕。此次评选,山东赛区共吸引了数十万人参与,鲁酒更是获得了广大消费者的支持。同时,众多酒企也积极参与本次评选,希望借此机会了解消费者对品牌的看法和意见,作为企业今后发展的参考。



工作人员整理读者来信。

本刊记者 孟萌 朱頔

“咱们山东有好酒!我们的酒有很扎实的基础,过去也好,现在也好,省内许多品牌不比省外的差。”作为一名鲁酒的忠实拥趸,东阿县市民傅衍栋在参与问卷调查的同时,还专门附上一封信件,表达了对鲁酒的支持,“当前国家有关政策调整是很好的机遇,应该是鲁酒大显身手的时机,应该抓住不放。”

像傅衍栋这样对山东本地酒表示支持的消费者不在少数。自中国酒业公众大奖山东赛区评选活动启动以来,两个多月的时间里,就吸引了数十万消费者参与,其中很大一部分都表达了对本地酒的支持。此外,还有消费者对本次大赛的举办提出了自己的看法和期望。来自无棣的吴宝章就表示:“经常开展白酒问卷调查这种活动,对全省酒类应对市场形势、提升品牌质量与档次、推动酒业有效发展有着积极而深远的意义,更有着(把鲁酒)推向全国的有效作用。”

公众大奖评选吸引了众多消

费者,同样也吸引了众多酒企。对正处于转型期的白酒行业来说,如何吸引大众消费者是他们今后发展的关键,而此次评选活动则为他们掌握消费者第一手资料提供了条件。作为此次大赛的亮点之一,地标酒的评选将使酒企能够完全掌握自己在不同地区的受欢迎程度。能够从一个普通的地方酒变为地标酒,这个奖项就代表了酒企在当地民众心目中的分量。

奖项设置是此次大赛的第二大亮点。本次大赛的奖项共分为两大类,即年度风云类奖项和最受消费者欢迎类奖项。近两年,白酒行业风云变幻,哪些品牌经受住了风雨考验,哪些企业家站在了风云之巅,此次大赛将一一揭晓。同时,作为一种消费类商品,哪些酒最受商务人士欢迎,哪些酒最受结婚新人喜欢,消费者最有发言权。此次评选,最受消费者欢迎类奖项将告诉大家答案。

中国酒业公众大奖由中国主流媒体联盟设立,由公众评选产生,是中国酒类行业最高级别、最具商业价值、最有影响力的活动之一,被誉为中国酒

业的晴雨表,有“中国酒业的奥斯卡”之称。中国酒业公众大奖山东赛区的评选由山东省轻工业行业协会、山东省糖酒副食品商业协会、齐鲁晚报联合主办,由山东省白酒品牌推进委员会承办,是针对在山东区域销售的白酒进行的调查、评选活动。

中国主流媒体酒业联盟由齐鲁晚报、南方都市报、大河报、潇湘晨报、钱江晚报、楚天都市报等全国20家省会城市第一媒体组成,汇集了20多省的消费者信息和调查资料。经过企业报名、读者问卷调查、网友投票、专家评审等环节,最终中国酒业公众大奖将在山东赛区评选出年度领军企业、年度最具影响力企业家、年度风云人物、最受欢迎的商务用酒、最受欢迎的婚庆用酒、年度最受欢迎红酒等一系列奖项。

中国酒业公众大奖山东赛区评选办公室设在山东省白酒品牌推进委员会秘书处,读者问卷回传和企业参与评选地址:济南经十路16122号山东报业大厦二层 齐鲁晚报策划部 邮编:250014,咨询电话:0531-85196722

院士工作站、博士后工作站齐聚国井扳倒井

近日,国家人力资源和社会保障部、全国博士后管理委员会联合发文(人社部发[2013]61号)批准国井集团建立博士后科研工作站。这是国井集团继建立中国第一个白酒院士工作站之后,深入贯彻落实国家十二五“人才兴业”战略的重大举措,更为中国白酒尖端科技人才的培育营造了良好的工作环境。院士工作站、博士后工作在国井集团的先后建立,必将对加快中国白酒科研成果转化应用,推动高层次专业技术人才队伍建设产生积极的影响。

博士后科研工作站是在企业、科研生产型事业单位和特殊的区域性机构内,经批准可以招收和培养博士后研究人员的组织。国井集团博士后科研工作站建立,将加快推进国井扳倒井

产、学、研工作的进程,提高科技成果转化效率,为集团培养、吸引高层次创新型人才提供了重要载体。

位于中国酿酒文化发源地、酒祖仪狄故里、中国白酒名城高青的国井集团,作为鲁酒领军企业、国家大型酿酒企业、中国综合实力最强的芝麻香白酒生产企业,多年来一直坚持产学研相结合的发展道路,与中国食品发酵工业研究院、山东省食品发酵工业研究院、北京工商大学、江南大学等科研机构及高校,建立了良好的合作关系。先后建立了首个国家级技能大师工作室、首个中国芝麻香研究院、首个中国芝麻香微生物种库等国家级高端平台,形成了以山东省唯一中国酿酒大师为领导核心的包括中国第一品酒师、

中国技能大师、国家级评酒员、中国酿造科技专家、全国技术能手等在内的高端科技人才团队。

2012年,由中国食品行业唯一院士孙宝国加盟,在国井集团成立中国白酒行业首个院士工作站,成为白酒研究国家级的最高研发平台。孙宝国作为享受国务院政府特殊津贴的中国工程院院士、教授、博士生导师、北京工商大学副校长、中国食品科学技术学会常务理事,是迄今中国食品行业唯一的“两院”院士。2011年9月,中国酿酒大师、国井集团董事局主席赵纪文与中国工程院院士孙宝国,在“芝麻香白酒的研究”课题战略合作协议上签字,自此中国食品行业唯一的院士与扳倒井结下不解之缘。其后双方又进行了多次合作交流,开展了多项科研项目,共同

承担了多个课题研究,取得令人瞩目的硕果。中国白酒行业首个院士工作站的建立对于推进中国高端白酒战略升级具有重要意义,这将积极稳健地推动国井集团研发工作的进程,加快中国白酒行业的快速发展。

中国白酒行业首个院士工作站及博士后工作在国井集团的建立,这是国井扳倒井国家级科研机构构建的重要成果。在今后的工作中,集团定当发挥好博士后科研工作站的平台优势,加强与院士工作站、技能大师工作室等国家级科研机构的横向合作,提升企业科技水平和自主创新能力,推动企业高层次专业技术人才队伍建设,加快国井扳倒井科技创新和技术提升的步伐,助力中国酒业在新时期的快速发展。

引领未来白酒消费市场 国标景芝国弈酒诞生

11月9日,由景芝酒业主办的国标景芝国弈追梦网络达人PARTY在济南菲比爵色酒吧举行。伴着动感的音乐,激情的热舞,200多位网络时尚达人参加了聚会,共同见证了国标景芝国弈品牌及景芝国弈酒的诞生。

活动现场,主持人通过微信、微博等各种网络交流平台与现场达

人互动,艺术家用唯美的沙画表演展现了景芝酒的发展历程及景芝国弈酒的隆重推出,时尚达人们为景芝国弈酒的推广踊跃献计献策,用年轻的激情和超前的思维将活动推向了一个又一个的高潮。

景芝酒业总经理助理曹天河在现场介绍道,近年来,作为鲁酒芝麻香的代表,景芝酒业以引领

鲁酒振兴为己任,重生产,抓质量,先后获得了“山东省省长质量奖”、“中国芝麻香白酒第一镇”、“中国芝麻香白酒生态酿造产区”等荣誉,景芝酒业已经制定了“百亿景酒”的宏伟目标,立志担起鲁酒振兴的大任。此次推出国弈酒,就是面向年轻的消费者,用快乐的元素感染每一个新时代的时

尚达人。

据了解,活动现场百位网络达人被聘为“景芝国弈快乐达人”,凡是获得景芝达人聘书的网络达人将有免费参观国家AAAA级旅游景区景芝酒之城,齐鲁酒地文化创意产业园区,并享有购买景芝酒的特殊优惠政策。

(本刊记者 于成功)

名酒大战“双十一”,如此低价让人大跌眼镜

53度飞天茅台+52度五粮液仅售1449元

本刊记者 于成功

备受瞩目的“双十一”网上购物节在商家笑逐颜开的欢腾景象中落下了帷幕,对中国酒业来说,今年的电商大战远比往来的激烈。近日,酒类电商网站网曝,在“双十一”当日,其销售额突破了两亿大关,而去年同期日的销售额是6000万。不过,在电商销售火爆的同时,网购酒类产品质量问题也不断暴露出来,而酒商低价促销的背后,更体现了白酒行业的转型之道。

价格暴跌引发疯狂采购

“一瓶53度飞天茅台加一瓶52

度五粮液专柜价3517元,限量促销狂欢价仅为1449元,52度剑南春299元,52度水井坊井台装499元……”双十一当日,记者登录天猫商城酒仙网等多家官方旗舰店,大幅促销让人眼花缭乱,茅台、五粮液搭配的促销照片格外吸人眼球,两瓶1449元的价格更是低到让人难以置信,要知道目前飞天茅台市场零售价一瓶就大约是这个价格。名酒的巨大让利也引发了消费者的疯狂采购,淘宝某店仅一款地产名酒,月成交记录就已突破4000件。随后,记者又登录其他酒类电商网站发现,各种名酒在“双十一”期间均有大幅度的优惠措施,孔府家婚宴酒为光棍节即将脱光的新人们准备了1111份的婚宴酒豪礼,有的

酒企甚至用抽奖送奔驰轿车来吸引消费者眼球,均取得了不俗的销售成绩。

真假难辨,网购名酒质量难保证

就在酒类电商网站火爆销售的同时,关于网购酒类产品质量的投诉也逐渐增加。“图价格便宜,前两天我在网上买了两瓶飞天茅台,拿回家一看,包装粗制滥造,商品条码扫不出来不说,喝到嘴里火辣辣的呛人,明显不是真酒,到了晚上肚子就不舒服,联系了网店,店主给出的答复居然是白酒喝着都辣,太气人了!”说起自己的网购经历,市民宋先生气就不打一出来。记者了解到,不同于服装、

百货等传统网购主流产品,酒水网购曾在很长一段时间内广受质疑,尤其是消费者的质疑,原因就在于酒水的“保真”问题难以得到良好的解决。市场曾有说法称,国内市面上的假酒整体比例至少在25%以上,而大部分来源于网上订购。

行业转型,高端白酒降身价

白酒价格为何会暴跌至此。某知名白酒品牌省级代理商直言,在白酒产品同质化严重的当下,价格战是很正常的,价格促销是最直接,最节省成本的营销手段。电商凭借无实体店投入,投资成本少而占据优势,不计成本的流血促销让

传统渠道经销商苦不堪言。“单纯的价格战会破坏行业规则。对一些大电商而言,他们前期往往看重的不是盈利水平,而是知名度、用户量、交易规模,导致了不计成本的疯狂打折促销,一方面违反商业规律,另一方面也会让传统渠道陷入被动。但不可否认的是,电商正在凭此逐渐成为白酒销售的主渠道之一。”

此外,近两年受国家政策调整影响,白酒行业进入寒冬期,尤其是高端白酒销售量不断下滑。为此,部分高端白酒纷纷谋求转型、自降身价,从以高端消费为主逐渐转向大众消费。此次“双十一”,部分酒企也是想以此为契机,走亲民路线,希望以此获得公众认可。