

酒行业利润五年增三倍

2005年年底,我国白酒行业的利润只有73.2亿元,而今年这一数字将接近300亿元。白酒业是我国传统酒业之一,长期以来,白酒都是我国酒类消费的主流,经济价值较高,其销售收入是啤酒的16倍,行业利润是啤酒的3.2倍。2005年年底,我国白酒行业的利润只有

73.2亿元,而今年这一数字将接近300亿元,增长超过三倍。中投顾问食品行业研究员周思然认为,白酒业在“十一五”期间利润增长如此迅猛,主要缘于近几年来我国居民的消费结构升级。随着我国经济水平的提高,居民的消费水平和购买能力均得到一定提升,白酒企业逐渐

走上产品结构优化之路,白酒行业也逐步向中高端市场靠拢。企业对产品结构进行升级,取得的最直接结果是大多数白酒企业的毛利率、净利率都取得了较大的增长。中投顾问发布的《2010-2015年中国白酒市场投资分析及前景预测报告》显示,2007-2009年五粮液销售毛利率

分别为53.91%、54.39%和65.31%,净利润增长率分别为25.83%、23.27%和79.20%,而2010年前三季度销售毛利率和净利润增长率分别为66.33%和47.66%。“十一五”期间白酒行业的迅猛发展不仅表现在企业的财务指标上,更是表现在企业品牌形

象和品牌价值的提升上,一批优秀的品牌及产品集体崛起,洋河的“蓝色经典”系列、郎酒的“红花郎”系列、古井贡酒[82.51 -0.46%]的“年份原浆”系列、酒鬼酒[23.69 2.20%]的“内参酒”系列等更是在市场上大展拳脚。(大河报)

白酒品牌塑造倡导“厚今薄古”

国内白酒的国际化步伐一直不温不火,有业内人士称,中国白酒“走出去”的最大瓶颈,是国外消费者缺乏对中国白酒文化的认知。这也是白酒在培养年轻消费群体上,遇到的麻烦。

近日,沈怡方、高月明、曾祖训、陶家驹等著名白酒专家和来自各地的企业家代表们共同探讨了白酒酒道文化的推广及饮酒方式如何向健康化、文明化转变。沈怡方提出“中国白酒企业应把文化和品牌的塑造应该从‘厚古薄今’向‘厚今薄古’转变。”

“厚古薄今”,指的是目前国内外的白酒企业一味地以“挖掘历史”为卖点,宣扬“悠久的历史文化”,而

忽略了今天的成就。国内白酒企业一贯将品牌与“身份高贵、历史悠久、社会地位”捆绑,来彰显企业品牌的厚重感。这种方式针对80后、90后是否合适?企业所宣扬的浓厚历史感是否会得到国外消费者的心理认同?

“白酒行业这60年来取得的成绩和贡献已经超越了过去几百年前的历史贡献,所以,企业应该做的是‘厚今薄古’。”沈怡方说。

国内日渐风行的洋酒,其品牌运作策略就很值得国内白酒企业学习。

“To me, the past is black and white, but the future is always color. (对我而言,过去平淡无奇;而未来,

却是绚烂缤纷。)”这是轩尼诗酒的广告语,始创于1765年的轩尼诗也有200多年的历史,但释放的却是“当下的追求”——“敢梦想,敢追求,这就是我”的品牌定位,诠释了当下中国年轻人的个性和生活态度。

而更多的洋酒品牌则是将“体验”与“分享”传递给它的消费者们,所以,在酒吧、KTV、俱乐部等新兴的酒类消费场所,我们很少看到白酒的身影,因为“我们难道要和古人一起分享今天的快乐吗?即使你能让我们品尝的历史436年,但你需要明白的是,这400多年来是谁让这份荣耀传递了下来,是谁重新酿造了醇厚芳香的美酒?”

(据《华夏酒报》整理)



15日上午,全兴酒业公司2011年聊城市区新春订货会在城区举行,订货会上酒品以全兴大曲为主,来自市区各名烟酒店及周边乡镇众多大客户参加了订货会。

十年围城十年情

□作者 轩晓芳

结婚十周年人称锡婚,老公很早就说那天要好好庆祝一下。可那几天我们工作很忙,都给忘记了。直到那天女儿上学前说了一句“祝爸爸妈妈快乐!”我才想起:结婚纪念日到了。

随着人生阅历的增加,我们的婚姻生活渐渐由浪漫回归理智,由激情走向平淡。在一起久了,对方想说什么,或者想做什么我们都清楚,生活的重压,让我们的生活逐渐变得如同白开水一样索然无味。

当天工作都忙,我们只剩晚饭时间。下午下班前,老公说等他忙完给我电话,让我晚一点回家。我下班后逛了几个超市,给老公买礼物。

一个小时过去了,老公没给我

打电话,我打老公手机,无人接听。终于接通后,我生气地质问:“知道今天是什么日子吗?”老公歉意地说:“忘了什么也不会忘了今天,你回家吧!我在家等你。”

家里装扮的如同婚房一样漂亮,没等我反应过来,老公就手捧玫瑰深情地说:“亲爱的,今天是我们结婚十周年纪念日,锡婚快乐!感谢有你,你是上帝送到我手里的宝贝!结婚10年,你上为老,下为小,默默地为这个家操劳,谢谢你对感情的细心呵护和对家庭的用心营造!从我们认识到现在,我们没有惊天动地的浪漫,没有花前月下缠绵,有的是你发自内心的感悟。结婚时,我穷得叮当响,虽然你从来没说过什么,可我总是觉得欠你

太多,庸俗、平淡的我无法让你感受惊世骇俗的爱情,也无法给你提供优越的生活条件。我最大的愿望就是能够和你相亲相爱一生,和你一起慢慢变老。”伴着音乐,老公唱起《老婆老婆我爱你》。

老公这一说一唱,我感动得眼泪直流。老公边给我擦泪边说:“十年来每天都是你给我做饭,今天请你品尝一下我的厨艺。”餐厅内十根蜡烛,给家增添了一抹温馨浪漫,我仿佛一下回到我们恋爱的日子。老公开了一瓶酒说,“我们的婚姻经过了十年的风雨,今天庆祝我们结婚十周年,让我们一醉方休!”

那一天,我们都喝了很多的酒。



本报开展“我与酒的故事”征文活动以来,受到广大读者热烈欢迎,稿件纷至沓来。四川全兴酒业有限公司愿为征文活动提供赞助,希望读者朋友继续用文字记录您与酒的故事,并与大家一起分享。

- 1. 征文内容及体裁:** 凡个人亲身经历的与酒有关的事与情,无论大小,皆可提笔为文,发给我们。字数在800字左右,散文、杂文、故事均可,诗歌以不超过30行为宜。
- 2. 征文方式:** 电子文档请发送至电子邮箱:lcqlwb@126.com,来信请寄至聊城城市兴华路与卫育路路口齐鲁晚报今日聊城编辑部。
- 3. 征文评选:** 将对来稿进行评定并择优在报纸上予以发表,对优秀稿件作者给予一瓶价值198元全兴大曲润藏6年作为奖励。

名酒畅销品牌推荐榜

中华老字号
China Time-honored Brand

郎 传世酱香
老郎酒



中国名酒 全兴大曲



中国驰名商标
WELL-KNOWN TRADEMARK OF CHINA

中国名酒
全兴大曲