

加工出售病死鸡牟利被判刑

即墨一对夫妇加工销售伪劣产品分别获刑一年

本报青岛6月20日讯(记者董海蕊) 即墨市南泉镇崔某夫妇以每斤2元的低价收购病死鸡,将其“美容”成“白条鸡”后,再以每斤五六元的高价出售。近日,即墨市法院以加工、销售伪劣产品罪对崔某夫妇进行判刑。据悉,即墨市公安局自成立全市唯一的食品安全中队以来,已立案查处13起食品安全犯罪案件,刑事拘留38人,其中批捕16人。

2008年以来,即墨市南泉镇崔家屋子村的崔某夫妇以每斤2元左右的价格收购病死鸡,将其拔毛并浸泡在池中,“美容”成“白条鸡”,再以每斤五六元的高价出售到城阳水产品批发市场。2011年9月30日,即墨市食安委接到群众举报后,联合当地畜牧、公安等部门,一举查处了这个加工病死鸡的黑窝点。“在崔某家当场查获病死鸡675斤。”参与查处的即墨市公安局

治安大队七中队队长吕成刚介绍,2008年以来,崔某夫妇加工、销售白条鸡近4万斤,涉案金额高达18万余元。随后,执法部门还根据崔某夫妇的供述,对20余家出售病死鸡的养鸡场进行了查处。2012年5月份,即墨市法院以加工、销售伪劣产品罪,判处崔某有期徒刑一年,罚金9万元;崔某的妻子王某被判处有期徒刑一年,缓刑一年,罚金9万元。

“崔某夫妇加工病死鸡案是今年宣判的第一例案件,还有12起案件将依法进行判处。”即墨市食安委副主任乔保军说,其中正在提起公诉的一起注水猪肉案件,涉案金额高达近十万元。据悉,自去年9月份以来,即墨市已经先后取缔150余家黑屠宰点、黑加工点和黑餐饮店,对13起涉嫌犯罪的案件立案查处,刑事拘留38人,其中批捕16人。

我省每年10亿 打造100个示范镇

本报济南6月20日讯(记者马绍栋 实习生胡永宁) 记者从省政府获悉,为进一步推动小城镇建设,我省将开展“百镇建设示范行动”,全省选择100个镇,通过每年财政安排专项资金不低于10亿元等扶持措施,“十二五”期间实现100个示范镇地区生产总值年均增长20%以上,农民人均纯收入年均增长20%以上。

根据省政府出台的指导意见,对100个示范镇将实施扩权强镇,赋予示范镇县级经济类项目核准、备案权和工程建设、市政设施、市容交通等方面的管理权。非行政许可事项由县级部门直接交给示范镇行使。从今年起,“十二五”期间,省里每年为100个示范镇安排不少于5000亩的新增建设用地计划指标,直接单列下达。

从今年起,省里每年安排10亿元的示范镇建设专项资金,市、县也要整合资金,集中投放。同时将按照分税制的要求,本着积极支持示范镇发展的原则,探索建立新型财税分配机制,合理划分县、镇收支范围。同时,加大财政转移支付力度,在示范镇辖区内产生的土地出让金净收益,城镇基础设施配套费、社会抚养费等非税收入,属于市以下部分,除国家和省规定有明确用途外,要重点用于示范镇。

诸城“龙立方” 对外开放

诸城“龙立方”是保存完整的一具巨大鸭嘴龙骨化石的砾岩,从去年6月份被发现后备受瞩目。6月21日,2012年诸城“恐龙之旅”拉开帷幕,作为龙立方展馆镇馆之宝的“龙立方”也将正式向市民开放。据介绍,诸城“龙立方”直接反映出恐龙消亡的第一埋藏状态,对研究白垩纪诸城恐龙的生存、演化、消亡以及古地理、古环境的变迁,都具有极其重要的科研价值。

本报记者 赵松刚 摄



行业资讯

国井扳倒井酒获“中国白酒国家评委感官质量奖”

近日,中国食品工业协会白酒国家评委年会上,国井扳倒井酒荣获“中国白酒国家评委感官质量奖”。

中国白酒设计大赛评选活动由中国食品工业协会主办,共有茅台、五粮液、剑南春等72家全国知名白酒品牌以各种形式参与评选。200多位国家级白酒评委对参评的国井扳倒井酒进行感官质量评价和整体设计报告、理化检测报告等有关资料综合评审。经过严格打分,国井扳倒井酒凭借其香味丰富、醇郁绵长、酒质纯净、独特陈酿的卓越品质脱颖而出,荣获“中国白酒国家评委感官质量奖”。

近年来,企业坚持可持续发展战略,重视人才队伍建设和科技创新,2009年荣获“中国白酒行业最高荣誉奖”“仪狄奖”,2011年荣获“中国白酒行业唯一”的“中国白酒行业唯一”称号,成为山东白酒行业唯一的“中国白酒行业唯一”称号。今年又荣获“山东省十大杰出工程师”称号,成为山东省白酒行业唯一入选者。在他的带领下团队就出了一支“国字号”的一流技术研发团队,中国第一酒师、全国技术能手张树国,中国白酒优秀科技专家信春峰,中国食协、中国酒协“双师委”胡凤梅……如今,扳倒井拥有30名国家级白酒评委,这在白酒企业中是独一无二的。这一专家团队不仅具有丰富的酿造实践经验,而且兼备创新精神,他们研制开发的国井扳倒井酒,利用“二次窖泥技术”、“DMADV设计控制技术”、“双轮发酵工艺”、“并窖工艺”等具有自主知识产权的独创酿造工艺,经过上千次的反复组合,对比筛选,优选佳酿,使国井扳倒井酒香气幽雅、纯正、入口绵甜、醇厚、回味悠长。

2011年12月,扳倒井集团生产的“芝麻香型、浓香型白酒”顺利通过有机认证,成为全国首家芝麻香型有机白酒生产企业,也是山东省的首个有机白酒生产企业,改变了山东没有有机白酒的历史,也为国井扳倒井品牌增添了含金量。

此次荣获“中国白酒国家评委感官质量奖”是对扳倒井集团创新成就的再次肯定,标志着国井扳倒井深受高端消费者的广泛认可,成为中国白酒品牌升级的标志性产品。

2011年三大啤酒企业年产量出炉,销量排名位正式揭晓。中国啤酒年销量为4899万千升,华润雪花啤酒销量为1024万千升,不仅位居全国第一,更跻身全球第五的行列。

1000万千升,这在业内人士看来不过是一个数字,作为啤酒行业,华润雪花啤酒作为大众化的啤酒,其销量占整个市场80%左右,这类啤酒由于价格低廉,运输范围必须控制在100-200公里内,成本才可控制,而雪花啤酒凭借全国范围内80多家工厂的庞大网络,拥有绝对优势。

2011年年报显示,雪花啤酒主品牌“雪花”的销量约为917万余千升,遥遥领先。

2009年雪花啤酒推出的雪花纯生,对高端啤酒进行冲击,当年即为经销商带来特别的利润贡献。2009年雪花啤酒的纯生业务盈利上升81.2%。业内人士分析,雪花啤酒纯生业务盈利的第一,产品定位上稍微提高一点点,就意味着上亿的利润增长。

按照雪花啤酒的策略,完善产品结构的市场布局,用高端品牌来提升主产品的市场竞争力,带动中端产品的销量的增长,最终实现产品结构上的垄断市场局面。

当然,虽然雪花啤酒已成长为强壮的虎,但是外来的狼仍在伺机出手,无论是规模还是效益,雪花啤酒都不能掉以轻心。(齐娟)

华润雪花年产1000万千升 啤酒世界的超级虎

2011年三大啤酒企业年产量出炉,销量排名位正式揭晓。中国啤酒年销量为4899万千升,华润雪花啤酒销量为1024万千升,不仅位居全国第一,更跻身全球第五的行列。

1000万千升,这在业内人士看来不过是一个数字,作为啤酒行业,华润雪花啤酒作为大众化的啤酒,其销量占整个市场80%左右,这类啤酒由于价格低廉,运输范围必须控制在100-200公里内,成本才可控制,而雪花啤酒凭借全国范围内80多家工厂的庞大网络,拥有绝对优势。

2011年年报显示,雪花啤酒主品牌“雪花”的销量约为917万余千升,遥遥领先。

2009年雪花啤酒推出的雪花纯生,对高端啤酒进行冲击,当年即为经销商带来特别的利润贡献。2009年雪花啤酒的纯生业务盈利上升81.2%。业内人士分析,雪花啤酒纯生业务盈利的第一,产品定位上稍微提高一点点,就意味着上亿的利润增长。

按照雪花啤酒的策略,完善产品结构的市场布局,用高端品牌来提升主产品的市场竞争力,带动中端产品的销量的增长,最终实现产品结构上的垄断市场局面。

当然,虽然雪花啤酒已成长为强壮的虎,但是外来的狼仍在伺机出手,无论是规模还是效益,雪花啤酒都不能掉以轻心。(齐娟)

白金酒的营销创新

现代管理学之父彼得·德鲁克曾经说过:“营销与创新是企业的全部。”作为在中国酒水领域异军突起的“品牌新秀”,平台集团白金酒始终坚持以创新为导向,以创新为发展动力,其营销中的产品创新、模式创新、服务创新独具一格。

产品创新:“五个第一”完美演绎“送礼升级”早在2009年8月,白金酒便具有五大升级优势的保健酒成功撬动市场:第一个短平台黄金酒致胜过酒类的保健酒;第一个具有“平台口味”的保健酒;第一个由平台酒师王进先生亲手酿制的保健酒;第一个“调神”为健康理念的保健酒;第一个普通老百姓喝得起的平台保健酒。一经上市,白金酒便取得了让众多企业望尘莫及的市场业绩。2009年中秋节至2010年春节

期间,白金酒又结合产品创新的价值和威力,顺势推出“送礼升级”今年推出白金酒的系列广告,第一时间让其健康理念走进千家万户。时至今日,白金酒已发展成为集白酒、健康养生酒、葡萄酒三大品类于一身的高端酒综合品牌。

模式创新:白金酒礼行——开创中国礼酒品牌专卖的先河“白金酒礼行”这一商业模式的创新让白金酒实现了质的飞跃,成为引领中国酒业创新营销的成功典范。从第一家白金酒礼行开业至今,已如燎竹之势,在全国成功签约400家,开业300余家,且100%实现盈利,让战略合作伙伴们无一例外获得丰厚利润回报和社会效应。白金酒礼行的战略合作伙伴,大多是来自电力、能源、化工、房地产、金融等领域的精英人士,强强联合、优势互补,快速进入全国各省级城市、高端消费场所、中高端政务、商务接待宴会等消费环节,再凭借平台集团的营销聚力,白金酒“黄金酒”的独特魅力、团队成熟的市场运作能力,白金酒迅速占领中高端政务、商务用酒市场。

服务创新:打造中国个性化定制酒第一品牌 2011年春节前后,白金酒品牌迅速占领市场和口碑大幅提升的重要阶段。白金酒开拓性地引进免预约个性化定制酒服务。目前,个性化定制酒基本覆盖了中高端消费群体的所有用酒需求,企业用酒方面及个人用酒方面等。在全国很多省市,白金酒个性化定制酒已占销售总额的较大比例,有望成为中国个性化定制酒第一品牌。

2012年9月,“中国黄酒(黄酒)产区论坛”在中国成都隆重召开。白金酒作为平台集团的品牌新秀,在论坛上备受瞩目。白金酒依托平台集团的核心产区优势,只用短短两年多时间,在全国范围内已建立10万家商业终端(商超+名烟酒店),2000家四级以上中高端酒店,400家白金酒礼行,这些成就对于黄酒核心产区的形成、整个黄酒行业发展的辐射都具有重要的示范意义。论坛上,业内专家均表示,只要充分发挥黄酒核心产区的优势,不断提高产量,坚守品质,坚持创新,白金酒一定能更好地走出产区,未来十年,产区一定会出现以平台为龙头带领下的八大金副,黄酒业的春天已经到来!(任倩)

2011年三大啤酒企业年产量出炉,销量排名位正式揭晓。中国啤酒年销量为4899万千升,华润雪花啤酒销量为1024万千升,不仅位居全国第一,更跻身全球第五的行列。

1000万千升,这在业内人士看来不过是一个数字,作为啤酒行业,华润雪花啤酒作为大众化的啤酒,其销量占整个市场80%左右,这类啤酒由于价格低廉,运输范围必须控制在100-200公里内,成本才可控制,而雪花啤酒凭借全国范围内80多家工厂的庞大网络,拥有绝对优势。

2011年年报显示,雪花啤酒主品牌“雪花”的销量约为917万余千升,遥遥领先。

2009年雪花啤酒推出的雪花纯生,对高端啤酒进行冲击,当年即为经销商带来特别的利润贡献。2009年雪花啤酒的纯生业务盈利上升81.2%。业内人士分析,雪花啤酒纯生业务盈利的第一,产品定位上稍微提高一点点,就意味着上亿的利润增长。

按照雪花啤酒的策略,完善产品结构的市场布局,用高端品牌来提升主产品的市场竞争力,带动中端产品的销量的增长,最终实现产品结构上的垄断市场局面。

当然,虽然雪花啤酒已成长为强壮的虎,但是外来的狼仍在伺机出手,无论是规模还是效益,雪花啤酒都不能掉以轻心。(齐娟)