

协办:万德酒业 景阳冈 孔府家 帝豪酒业 天地缘 百脉泉酒业 古贝春 兰陵酒业 趵突泉酿酒 扳倒井 花冠酒业 泰山酒业 景芝酒业

中国国井签约中国十艺节

成为第十届中国艺术节全程合作伙伴、唯一指定专用酒

9月17日,第十届中国艺术节市场推介会暨合作企业签约仪式在山东大厦隆重举行,国井扳倒井以卓越的品质、深厚的文化底蕴,良好的高端品牌形象,得到十艺节组委会青睐,成功牵手第十届中国艺术节,成为第十届中国艺术节全程合作伙伴、唯一指定专用酒。

省委常委、宣传部长、十艺节省筹委会副主任兼秘书长孙守刚出席会议并为国井扳倒井颁发荣誉证书;副省长、十艺节省筹委会副主任张超出席会议,为国井扳倒井颁发奖牌,并发表了热情洋溢的讲话。扳倒井集团董事长、总经理赵纪文出席了签约仪式。

张超在致辞中说,十艺节品牌价值带来的巨大商机,吸引了众多企业的密切关注和积极参与,市场开发工作取得显著成效。他对国井扳倒井等企业支持艺术节的举动给予高度评价。他指出,经过以往九届的积累,国家艺术节已形成一个具有丰富价值内涵的独特品牌,具备了很高的市场开发价值。

他衷心希望国井扳倒井等国内外成功企业和社会各界,特别是山东省的企业,紧紧抓住这一难得机遇,充分利用好这一重要平台,全面深入挖掘艺术节的品牌价值,积极参与支持各项筹办工作,努力在参与中合作,在合作中发展,在发展中共赢。希望十艺节筹委会有关方面,要全方位做好赞助服务工作,切实维护好赞助商合法权益,让他们充分享受艺术节品牌带来的广泛效益。

十艺节赞助企业进行了现场签约。山东扳倒井股份有限公司、中国联合网络通信集团有限公司、兖矿集团、山东能源集团有限公司、中国民生银行、山东广播电视台、中通客车控股股份有限公司等,与第十届中国艺术节签订战略合作协议;多家赞助商、特许经营企业签订了第十届中国艺术节赞助协议。

据十艺节筹委会介绍,扳倒井股份有限公司之所以成为第十届中国艺术节合作伙伴,一是源于多年以来国井扳倒井对支持文化、体育等社会公益



活动的高度热忱,二是第十届中国艺术节看中了国井扳倒井美酒的高端品质和广泛的品牌影响力。三是在于扳倒井集团企业自身文化建设取得突破性的发展成果。

在签约仪式上,扳倒井集团董事长、总经理赵纪文代表企业作了讲话,副总经理张辉与十艺节签订了战略合作协议。赵纪文在讲话中提到,自古酒与文化艺术,就是一个密不可分共同体。多年来,作为国家大型酿酒企业,扳倒井集团在高度重视企业自身文化建设的同时,积极支持和参与各类大型文化、体育盛会,国井扳倒井先后成为第十一届全运会、

第十二届省运会合作伙伴、唯一指定专用酒等。此次加盟十艺节,为国井扳倒井品牌提供了一个走向全国,走向世界的窗口。借助中国艺术节宝贵的品牌价值、搭建的巨大平台,扳倒井的品牌影响力必将再次提升,更将带动鲁酒芝麻香,在全国白酒高端市场发展,实现新的飞跃。

多年来,扳倒井集团高度重视企业文化和高端品牌建设,通过探寻千年历史文明,回溯狄酒祖与国井扳倒井的历史渊源,和宋太祖赵匡胤在高青扳倒水并解大军之渴,并御封扳倒井的历史传奇,运用传承千年、中国唯一的井窖工艺,

依靠中国酿酒大师、中国第一品酒师、中国白酒酿造科技专家、国家级评酒员等国内一流专家团队,凭借中国芝麻香白酒第一窖的高端产能,扳倒井人最终把企业的价值凝聚在了“国井”这两个字上,重点打造“国井”高端芝麻香品牌。

“淡雅浓香”与“芝麻香”齐头并进,“扳倒井”品牌与“国井”品牌交相辉映。依靠深厚的文化底蕴、一流的酿造技艺、高端的品牌价值、顶尖的高端品质,国井扳倒井飞速发展。2011年扳倒井集团成功举办首届中国芝麻香白酒文化节暨芝麻香白酒封藏大典,展现中国芝麻香白酒的文化精髓起到巨大作用。此次国井扳倒井牵手十艺节,成为第十届中国艺术节全程合作伙伴、唯一指定专用酒。这是中国白酒文化与国家顶级艺术盛会的完美结合,又为中国高端芝麻香白酒的加速发展搭建了一个广阔的平台。相信这份白酒与艺术的完美碰撞,必将为中国艺术文化事业添光增彩,在鲁酒的振兴与芝麻香白酒的发展中注入新的活力。(李永训)

行业资讯

鲁酒香网名扬

“全国网络媒体巡礼鲁酒之香”活动启动

鲁酒崛起备受瞩目。9月15日上午,“全国网络媒体巡礼鲁酒之香”系列活动在济南启动,全国30余家主流网络媒体、传统媒体的记者们将在一周的时间里走进山东九大白酒企业,集中深入报道鲁酒底蕴文化和发展成就。这也是全国主流网络媒体首次集体报道鲁酒发展现状。山东省轻工业协会会长李伟鸣,大众报业集团党委常委、副总编辑郝克远,山东大众传媒股份有限公司(大众网)董事长、总经理林志礼等领导出席了启动仪式。

此次“全国网媒巡礼鲁酒之香”媒体采访活动由山东省轻工业协会、山东省白酒协会、大众网共同主办。人民网、新华网等30余家主流网络媒体,将先后走进芝麻酒业、琅琊台、古贝春、扳倒井、泰山酒业、济南趵突泉酿酒、花冠集团、山东兰陵企业集团、曲阜孔府家酒业九大鲁酒企业,亲临酿酒现场,欣赏酿酒技艺,近距离感受鲁酒文化。

山东省轻工业协会会长李伟鸣说,山东是酒类生产、消费大省,白酒、啤酒、葡萄酒都在全国占有重要位置,特别是低度浓香型白酒和全国独创的芝麻香型白酒,已发展成为鲁酒的优势酒种。李伟鸣表示,互联网在企业宣传和产品销售方面的巨大作用已成为商家和消费者的共识,希望借助这次全国主流网络媒体齐聚的东风,将鲁酒推向全国。

(张静)

贵州茅台,值得消费者信赖的品牌

贵州茅台酒,是世界三大蒸馏酒之一,是我国大曲酱香型白酒的鼻祖,是集绿色食品、有机食品、国家地理标志保护产品于一身的健康饮品。贵州茅台酒自1915年荣获巴拿马万国博览会金奖以来,多次荣获国际金奖,蝉联五次“中国名酒”评比之冠;被尊为中国国酒,被誉为政治酒、外交酒、文化酒、友谊酒、健康酒等。

独一无二的产品,优良纯正的质量。由于只有在茅台特定的环境中才能酿出茅台酒,2001年被列入国家原产地域保护产品(2005年更名为地理标志保护产品),独特的生产工艺保证了优良纯正的品质。

贵州茅台酒股份有限公司自1999年成立以来,发扬“爱我茅台,为国争光”的企业精神,坚持以市场为导向,坚持“产量服从质量,工作量和劳动强度服

从质量,发展速度服从质量,成本和效益服从质量”,“贮足陈酿,不卖新酒”,实施“八个营销”,不断满足消费者需求,继承创新,开拓进取,生产规模和经济效益持续实现跨越式发展。

茅台一直致力于发挥品牌文化优势,不断开拓创新,注入新的活力。为回报消费者的厚爱,贵州茅台酒股份有限公司自2000年开始就在全国各地大力发展建设以国酒茅台专卖店为主的营销网络,最主要目的就是为消除消费者恐假防假心理,使消费者方便购买,放心消费;其二是把专卖店打造成为展示国酒品牌、宣传国酒文化的一个窗口。

2001年7月贵州茅台酒股票成功发行,所募资金有一个多亿元用在以专卖店为核心的营销网络建设上。2010年公司又投入数千万元用于专卖店装修

升级换代。强大的品牌支持,上亿元的资金投入,使茅台酒的营销网络在十多年的时间里快速发展,如今已形成遍布全国的加盟网络(国酒茅台专卖店、特约经销商)和自营网络(贵州茅台酒销售有限公司在全国省会城市开办的自营店)相互补充的营销网络体系。

国酒茅台专卖店是加盟网络之一,以特许经营形式经营,借助现代的电子商务手段,建立全国性销售网络,网络覆盖到全国各大中城市,经济百强县(市)等。国酒茅台专卖店有独立的专营店,门头、店内装饰设计申请了国家专利,全国统一,便于消费者辨认。店内专业销售贵州茅台酒股份有限公司产品,经营管理活动受厂家直接监管。

特约经销商作为加盟网络之一,有效填补了专卖店的渠

道空缺。它没有贵州茅台酒股份有限公司授权装修的独立专营店,但有专业的销售队伍在当地的商超、卖场、酒店对茅台酒及系列酒进行销售和渠道进行维护,对茅台的销售网络进行拓展、开发和延伸。

布局全国31个省市的国酒茅台自营专卖店是对现有营销网络体系的补充,旨在进一步加强市场管控,平抑和稳定市场价格,树立品牌形象与标杆,打击假冒侵权,提升茅台企业与品牌形象,传播国酒文化等。目前,国酒茅台自营专卖店已租赁写字楼等临时场所先期运营,同时正抓紧购房进行店面设计装修。为了让消费者购买更加便捷,国酒茅台自营专卖店已实现了与贵州茅台酒销售有限公司网上商城联网销售,消费者可以在网上下单,自营店提货。网上商城还将逐步实现与全国专卖店的联

网,实现网上订购与网下专卖店配送的运营模式,为广大消费者提供更多便捷的购买服务。

消费者可以通过在茅台官网http://www.emaotai.cn/b2c/index.aspx查询全国经销商、专卖店。只要用鼠标点击你要寻找的相应省份,我公司在该省份的全部特约经销商、专卖店和自营店等销售网络就会显示出来。如果你所在地区还没有茅台营销网络覆盖,你可以在茅台官网(http://www.emaotai.cn/b2c/index.aspx)上订购,选择你方便的物流配送方式(通过邮政快递从茅台发货,也可在当地就近的自营店提货)。再次提醒广大消费者,茅台公司的官方网站为www.emaotai.cn、www.moutaichina.com、www.china-moutaichina.com。谨防假冒侵权网站给您带来损失。

(国玖)

“寻找老酒”泉城唱起“二人转”

本周六将在淄博继续寻宝

本刊记者 陈卓然

15日,在藏友的千呼万唤下,“2012山东首届寻找民间老酒”活动终于来到省城的济南。以趵突泉、百脉泉两大本土品牌为首的鲁酒阵营尽显东道主优势,在泉城唱起了一场老酒的“二人转”。

趵突腾空 老酒新说

15日上午,“2012山东首届寻找民间老酒”活动在济南迎来了本次系列活动的高潮,来自趵突泉、百脉泉、景芝、泰山、兰陵、景阳冈、古贝春等省内知名白酒企业专家齐聚一堂,共同为各地赶来的老酒藏友讲经布道。济南的白酒巨擘——趵突泉更是拥有天时、地利、人和。据统计,当天趵突泉系白酒占据了鉴定藏品半数以上。

“济南是山东的酒窝子,历来家家户户都会有藏酒的习惯,今天现场就发现了不少我们厂的宝贝。”济南趵突泉酿酒有限责任公司国家级评委吕兴臣介绍说。据了解,近年来趵突泉酿酒厂视质量为生命,不断推动产品升级换代,已连续17年稳坐济南销售市场头把交椅,龙头地位无人撼动,34°低度精品

趵突泉和54°趵突泉芝麻香已成为鲁酒精品的代表作。

“万竹园、锦绣川、趵突泉是我们厂早期的三驾马车,记录着特殊的历史意义,更是品牌传承演变的最好说明。这瓶70年代产的锦绣川是我们厂当年的刚鼎力作,堪称老酒收藏的精品!”吕兴臣难掩兴奋,接着补充说,“熟悉白酒的人士都知道,老酒收藏讲究度数,而54度便是白酒里面最适宜收藏的品种。”经专家仔细鉴定,这瓶锦绣川大曲在市场流通量、外形品相、酒质口感方面均无可挑剔,保守估价在人民币两万元左右。

记者在现场看到,除锦绣川外,36度的绿磨砂、38度的白磨砂均有不少拥趸,现场更有藏友达成交换意向。“山东酒企一向坚守主业,踏踏实实酿酒,实实在在做人,能够抵抗多元发展和炒楼炒股的诱惑,收藏鲁酒可谓正当时!”山东省白酒品牌推进委员会秘书长面对火爆的现场由衷感慨道。

百脉沸腾 清照流芳

“西则趵突夺魁,东则百脉为冠”。作为济南的另一家本土酒企,百脉泉与趵突泉在地理位置上遥相呼应,本



次寻找老酒活动中更是联袂出击,成为本站最大的看点。

“百脉泉近些年的发展速度有目共睹,是鲁酒阵营的实力新锐。”百脉泉、清照”两大系列产品根植齐鲁,深入人心,被誉为鲁酒五粮液……”几名藏友在现场交流时侃侃而谈,如数家珍。足见百脉泉“先做人、后做酒,做好人、做好酒”的经营理念已经得到消费者认可。

“济南有五千多年的文明史、三千多年的建城史,深厚的历史文化底蕴使市民的知识体系比较丰富,收藏老酒也更加理性、专业。”山东百脉泉酒业销售公司总经理、寻找老酒济南站总评委马业准向记者介绍说。马业准表示,此次活动让各大酒厂看到了民间收藏白酒的潜力,也是中国酒文化的有力宣扬。

“今天现场有藏友带来了几瓶36度清照特曲,饮用价值虽已不大,但是由于产量十分有限,可以说具备收藏最大的特点——稀缺!说实话,我们厂自己也没有保存多少。”见有如此稀罕宝贝,连见惯了大场面的马叶准也忍不住啧啧称赞道。

据了解,本次活动鉴定的优质老酒将获得山东省白酒协会和齐鲁晚报联合颁发的收藏证书。根据消费者自愿原则,专家将甄选出部分藏品进行估价拍卖。

遍访山东九地市 只为寻找老酒

——首届寻找民间老酒最后一站淄博站即将开鉴

本报讯 本周六,寻找老酒活动最后一站将在淄博举行。欢迎广大读者拿出家中珍藏已久的老酒,到活动现场与藏友交流、向专家请教。

2012年首届寻找民间老酒活动顺利走过潍坊、滨州、泰安、济宁、德州、聊城、临沂、济南八站。活动筹备委员会与白酒专家一起遍访大半个山东,走进各地市寻找散落在民间的老酒。所到之处受到收藏者的热烈欢迎,参与者已经超过五千人,鉴定老酒万余瓶。引领了山东民间白酒收藏文化,促进了各大酒厂企业历史、企业文化的丰富和发展。

记者近日接到很多电话,咨询寻找老酒进展。济南的赖先生说:“从上个月我就在关注这个寻找老酒活动。上一周我正好出差,没能参

加济南站的鉴酒。我们家有两瓶1988年的赖师,我能带去下一站鉴定么?外地人去淄博鉴酒没什么限制吧?”山东省白酒品牌推进委员会秘书长告诉记者:“2012年首届寻找民间老酒活动第九站在淄博。这将是本届活动的最后一站。这一站结束以后,我们将开始对参与活动的老酒进行筛选、登记,为下一步的拍卖做准备。还没有参加鉴定的藏友请及时到淄博站参加鉴定,参与鉴酒的人没有地域限制。”

据悉,本届寻找民间老酒活动时间为22日上午。不需要提前报名。参与者只需要带着老酒到指定地点填写报名表格即可。参与活动的老酒要求是十年以上的山东白酒。十年以内的酒、外省酒或者红酒、洋酒都不参与鉴定。(本刊记者 孟萌)

2012首届寻找民间老酒活动 最后一站预告

【淄博站】
时间:9月22日上午9:00-12:00
地址:淄博齐盛国际宾馆(山东省淄博市张店区北京路17号)
咨询电话:0531-85196215