

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,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,要全方位做好赞助商服务工作,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。三是由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,就是一个密不可分的共同体。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、第二十二届省运会合作伙伴、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,回溯仪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井解大军之渴,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

中国芝麻香型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,必将为中国文化艺术事业添光增彩,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)

口子酒业IPO:官司缠身 业绩“寒流”

证监会公开信息显示,安徽口子酒业股份有限公司(以下简称口子酒业)日前进入IPO初审名单,公司拟登陆上海证券交易所,保荐机构为华林证券。就在口子酒业全力以赴冲刺IPO时,白酒行业发展增速放缓或给公司带来不小冲击;另外,今年6月的侵权官司是否会对口子酒业的顺利过会造成负面影响,也有待观察。

行业增速放缓 口子酒业难突围

2012年,白酒行业增速放缓成不争事实。贵州茅台、古井贡酒以及泸州老窖二季度净利润增速明显大幅放缓。以白酒龙头贵州茅台为例,数据显示,二季度实现营收72.48亿元,同比增长29.32%,较一季度增速下

降13.22个百分点;净利润40.27亿元,同比增长33.19%,较一季度增速下降了24.41个百分点。一个原因是受到宏观经济的整体影响,另一个则是由于白酒行业发展多年积累下来的“痼疾”。二级市场上,白酒板块调整仍在持续,券商研报意见认为,一线白酒个股估值或回落至15倍PE。申银万国在展望食品饮

料下半年投资策略时认为,由于白酒行业特殊属性,结构升级将是行业增长的主旋律,次高端白酒销量增长空间仍很大。但是,宏观经济增速放缓、三公政策打压可能是企业长期面对的,企业进入了“挤压式增长”阶段,有核心竞争力的企业才能继续保持较快速度的增长。去年白酒业的超高景气度使得白酒股高处不胜寒,今年大盘持续低迷,酿酒板块仍有近20%的涨幅,强势股的补跌早晚都会发生。

在白酒行业整体增速放缓情况下,口子酒业此时上市是否能顺利过会还有待观察。

报告期内陷官司 赔了夫人又折兵

今年6月,上海市第二中级人民法院对口子酒业与戴敦邦之间侵害作品署名权、保护作品完整权、复制权、发行权纠纷案作出终审判决。法院驳回口子酒业上诉请求,要求该公司立即停止在“诗韵金口子”白酒包装上使用戴敦邦的美术作品《宿深村》,公开赔礼道歉、赔偿戴敦邦经济损失人民币10万元。

一审判决书中,法院认定口子酒业在“诗韵金口子”白酒外包装上使用《宿深村》仍应取得著作权人戴敦邦的许可并支付报酬,口子酒业

不服一审判决上诉。

在上海市二中院审理中,法院认为《图画唐诗百首》一书的扉页和封底明确载明了该书的绘画作者是戴敦邦。该书收录了戴敦邦的作品《宿深村》,口子酒业公司虽然对戴敦邦是《宿深村》作者有异议,但并未提供相反证据予以证明。二中院驳回口子酒公司上诉请求,要求该公司立即停止在“诗韵金口子”白酒包装上使用戴敦邦的美术作品《宿深村》,公开赔礼道歉、赔偿戴敦邦经济损失人民币10万元。

在上市前的紧要关口,口子窖陷入侵权官司的泥潭,无疑会对上市前景蒙上一层阴影。(刘阳河)

泰山作证 金泰山喜酒登陆济南

喜庆之时,泰山作证。当36度金泰山作为喜庆专用酒登陆济南时,引起了整个婚庆行业的关注。“有句俗话说得好:泰山祝贺,天长地久。办喜事,当然用金泰山了。”一位喜公公这样说。

俗话说无酒不成席。作为婚宴,白酒更是不可或缺。时值双节临近,婚庆用酒早已开始崭露头角,从商超到酒水行,喜酒的堆头随处可见,逐渐由龙套选手蜕变为当家花旦。记者在济南各大商超看到,泰山酒业为省城婚宴专门打造的36度金泰山,已经成为即将步入婚礼殿堂的小两口们的最爱。“我们已经订购了15箱36度金泰山,作为婚宴用酒,两家老人都赞成,喜庆之时,泰山作证,我们的婚姻一定会天长地久。”

据济南民政局资料显示:去年济南市有65603对新人登记结婚,带来大约近20亿元的附加值。其中,喜酒作为婚礼的刚性需求占了一大部分比例。在济南婚宴中,鲁酒占据了绝对主流的位置。“正是看中了山东人喜欢山东酒的习惯,加上国人对泰山和泰山文化的敬仰,我们推出了36度金泰山,让泰山见证每一家幸运的新婚家庭。为此,我们也准备了一批金泰山酒进行喜宴赠送,也是对这些新人的祝福。”泰山酒业济南办事处经理范正新告诉记者。(陈卓然)

川贵两大白酒阵营开始“内讧”

五粮液带领川军集体反对“国酒茅台”商标注册

记者从有关部门获悉,四川五粮液、剑南春、水井坊、郎酒、沱牌5家名酒企业以“四川中国白酒金三角协会”的名义向国家商标局递交异议报告,反对茅台集团的“国酒茅台”商标注册申请。

五粮液股份公司副总经理、新闻发言人彭智辅告诉记者,5家企业的异议报告已提交给国家商标局,“5家企业做这个事,既是不约而同的

行动,也是有四川白酒金三角协会的组织”。

四川中国白酒金三角协会成立于今年5月30日,为四川白酒行业最高规格的半官方机构。接近五粮液等川酒的知情人士表示,现在四川以白酒金三角的名义提出异议将会更有分量,更显示四川省官方对此的重视。

这是四川5家名酒企业首次对“国酒茅台”商标注册的公开表态。

不过,川酒另一代表泸州老窖集团则未参与上述企业联合行动。白酒行业人士李金表示,泸州老窖没有提交的原因是,担心国家商标局撤销所有“国”字头的商标,殃及泸州老窖旗下的国窖1573。

这5家名酒企业反对“国酒茅台”商标注册理由主要有四点:一是申请注册的“国酒茅台”商标不符合国家法律规定;二是“国酒茅台”商标如

注册成功,将导致白酒市场的不公平竞争。“国酒”一词含有“中国最好的酒”、“国家级酒”等评价性语义;三是“国酒茅台”商标若成功注册,可能带来白酒行业资源的重新分配,使其他企业遭受不公正市场待遇;四是“国酒茅台”商标若注册成功,将影响政府公信力。

我们都知道,在白酒最近一个黄金十年里,已经形成了以茅台为代表的贵酒产

地阵营,以五粮液等五朵金花为代表的川酒产业阵营。两大阵营也分别打出了酱香和浓香代表,应该说两大阵营各有特色,各自代表了中国白酒发展路径和方向。此前,两大阵营除了在市场上竞争外,并没有出现正面交锋的历史。此次五粮液牵头的反对“国酒茅台”注册商标,被业界视为两大阵营的首次正面交锋。

(张旭)

