凉茶之争再起风波

“王老吉”后人:未授权给广药

本报深圳3月27日讯(记者 桑海波) 加多宝与广药集团之间的商标战虽已结束,但是“红罐”凉茶的纷争却远未休止。26日,“王老吉”后人在深圳召开发布会,宣称从未将祖传秘方授予广药集团使用,广药很快进行了反驳。

3月26日,凉茶创始人王泽邦先生第五代玄孙王健仪女士携家族成员在深圳召开“凉茶创始人王泽邦后人媒体见面会”。王氏家族发表联合声明,表示从未将祖传秘方授予广药集团使用。

王健仪称,对广药集团滥用王泽邦及其他先祖的肖像注册商标及利用其先祖的名字、凉茶创始年份进行广告宣传等行为表示强烈抗议,或将会依法律程序捍卫家族的合法权利。

记者了解到,在王老吉凉茶商标、包装与秘方争夺战中,王健仪多次站在加多宝一边。早在去年5月,在香港经营凉茶生意的王健仪就发表声明,称“已将独有祖传秘方独家授权给了加多宝集团”。

“王老吉”后人的言论发出后,26日晚,广州王老吉大健康产业有限公司很快发表声明进行反驳,称“1956年国家以赎买形式购得王老吉的祖业,发展成百年老字号、中国驰名商标,而广药集团是王老吉凉茶在大陆唯一合法传承实体”。

中投顾问食品行业研究员简爱华认为,近年来加多宝和广药之间纷争不断,使凉茶的市场关注度提高。并且凉茶本身因为迎合消费者的需求,凉茶市场仍有望继续增长。

●商标争夺战

2012年5月,广药集团收回王老吉凉茶生产经营权,在这场历时一年多的王老吉商标争夺战中胜出。

●员工武斗

2012年8月28日,加多宝凉茶苏州业务人员与王老吉业务员发生冲突,导致其中一人被毁容。

●广告语大战

2012年11月30日,广药集团以加多宝公司涉嫌虚假宣传为由索赔千万元。2013年1月31日,广州市中级法院裁定加多宝立即停止使用“王老吉改名为加多宝”、“全国销量领先的红罐凉茶改名为加多宝”的广告语。

●两会对决

2013年3月12日,加多宝突然在其官方网站上发出一份致两会代表、委员的公开信,强烈质疑广药向其追讨10亿元“天价赔偿”的合理性。广药连发五问质疑“外资身份”。

●目前战果

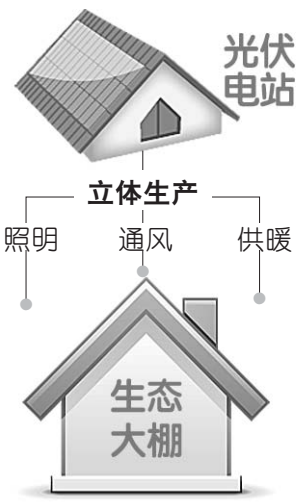
日前,在国家统计局举行的发布会上,加多宝获得“2012年度全国罐装饮料市场销量第一名”的称号。最新数据显示,去年7-12月,更名后的加多宝罐装凉茶占据罐装凉茶市场份额80%之多。

农业大棚成光伏企业争食新战场

国内最大光伏大棚落户邹城

本报邹城3月27日讯(记者 马绍栋 实习生 刘映宏) 27日上午,由山东力诺太阳能电力集团投资的山东邹城食用菌大棚20兆瓦光伏电站项目正式开工,该项目是中国最大的光伏农业并网光伏电站,总投资1.7亿元,每年可发电2400万度。在光伏行业出口整体不景气的背景下,农业光伏电站正成为光伏企业消化过剩产能的新选择。

据力诺太阳能电力集团人士介绍,该项目总投资1.7亿元,作为国家2012年第二批金太阳示范工程入围项目,可享受5.5元/瓦的补贴。项目建成后每年可发电2400万千瓦时,相当于每年节约标准煤9000吨、减排二氧化碳20000吨,可以使用25年以上。



记者在现场看到,该项目将把光伏电站建在食用菌种植大棚棚顶,可以有效利用闲置空间。由于食用菌生长喜欢潮湿阴暗的环境,所以棚顶安装光伏组件并不会影响食用菌生长。同时这种光伏农业生态大棚电站可以解决温室内的照明、通风、供暖等用电问题,等于在同等面积土地上形成了一个立体的生产,实现大棚和电站的双向收益。

山东力诺太阳能电力集团营销总监刘建力告诉记者,目前《太阳能光伏产业“十二五”规划》已将太阳能光伏生态大棚电站模式划为光伏建筑一体化示范项目,农业大棚将成为光伏企业争食的新战场。

百姓品酒大赛决赛在即

部分地市初赛报名火热进行中

独揽民间品酒高手,能喝百姓饮酒喜好,促进鲁酒振兴……“第二届山东省百姓品酒大赛”正如火如荼地进行。截至目前,16地市中,济南、济宁、潍坊、烟台等12地市初赛已完成报名,民间品酒高手层出不穷:有90后青年才俊,亦有古稀老人,更有巾帼不让须眉的女中豪杰……选手们跃跃欲试,准备参加即将在济南举行的决赛。

多个地市冠军是女将

“真不敢相信,最会‘喝’白酒的,竟然是广大女同胞!”百姓品酒大赛临沂赛区结果一经公布,台下掌声一片。原来,9名获奖者中竟然7名是女性。放眼全省,临沂赛区女性超压群雄已不是个例。德州赛区,26岁的曲延娟和30岁的罗淑慧,以92分的高分与其他两位男士并列第一;潍坊赛区,年过四旬的赵女士一举夺冠。

赵女士告诉记者,从小闻着酒香长大的她对白酒特别有感情,父亲就对酒家有研究。受父亲的影响,她家小就接触了很多酒,也对白酒品鉴产生了兴趣。

本届百姓品酒大赛中涌现出不少女性,临沂赛区赵同彦郎云认为,女性虽然不是白酒的主要消费者,但是女性特有的细腻的品性对品酒有很大的帮助。

品酒经验谈

杨爱明先生今年63岁,是第一次参加品酒大赛,可充足的准备足以证明他的专业性。“我在包里放了一块黄瓜,品完一杯就咬一点,能清口,不然好几种香型的白酒喝到嘴里容易混淆。”杨先生神秘地说,“这东西可比水管用!”而潍坊赛区王先生也有自己的办法,每品完一杯,他不停地用纸巾擦擦被比赛用的五只酒杯,“这和用水刷杯子不一样,这样就不影响品酒。”

据悉,青岛、威海、菏泽三市初赛将于近期举行,全省品决赛也即将开始。届时,全省品酒高手将齐聚济南,一决雌雄。决赛将比出“齐鲁金牌品酒师”10名,各奖励奖金3000元,“齐鲁银牌品酒师”20名,各奖励2000元,“齐鲁铜牌品酒师”30名,各奖励1000元。另有40名品酒高手将获“齐鲁优秀品酒师”证书。十万奖金将花落谁家,我们拭目以待!

(孙开 周广瑞 孙婷婷 李涛)

儒风无棣 真情万德

3月18日,山东省糖酒副食品商业协会常务副会长蒋剑锋率一行来我公司进行工作考察。公司董事长、总经理王丽勇,总工程师、质量副总经理李宏涛陪同考察。

考察团一行首次考察了我公司纯粮发酵生产区、粉碎车间、糖化锅、半地下锅、摘酒车间、成品库。在总工程师李宏涛的讲解下,使他们全面解读了万福酒业集团目前的产能规模、文化理念、历史演变、科研创新、品牌建设等情况。每到一处,来宾们时时不忘提出自己感兴趣的问题。在纯粮发酵生产区,熟悉白酒生产流程的专家们,一边认真聆听讲解,一边细细品尝刚出糟的新酒,在品鉴新酒后不约而同地说:“景木红,确实棒,真好酒。”在摘酒车间,来宾们边走边看,看流程,看工艺,仔细询问每一个工段工作的工人,询问每日摘酒产量、每个等级的人员组成。在半地下锅前与糖化锅前,来宾们对万福酒业原料选取方法十分满意,通过问及原料选取的温度、湿度等选取条件,对我公司高标准、严要求、精细化的管理给予高度评价。

山东省糖酒副食品商业协会常务副会长蒋剑锋表示:通过参观考察,感觉到万福酒业历史悠久,企业文化底蕴厚重,目前发展更是日新月异,令人振奋,希望您次参观给考察团一行提供新的借鉴与启迪。

山东万福酒业集团有限公司前身始建于1957年的山东民间酿酒厂,始传受“海丰酒坊”(清末民初的酿酒工艺,曾名扬京津、冠誉护宁,有“北海酒乡”之称)。万福酒业的品牌无一不是因为它拥有悠深厚的历史文化和悠久的工艺,同时还有着以生态循环理念和以“厚德”为理念的经营哲学。万福酒业所有的一切都体现了中华白酒礼仪文化特性,充分展示了“中华礼宾酒”,这一品牌定位,真诚演绎了好客山东人,真诚为万福的真实写照。

目前山东万福酒业集团有限公司的“景木红”、“大山传”、“大山”商标均为山东省著名商标;景木红被荣获“山东白酒创新品牌”,与此同时,在2012年度山东省白酒行业评委平会上,“景木红”又荣获“2012年山东省白酒行业评委感官质量金奖”荣誉称号。

面对市场竞争日趋激烈、消费需求日趋多元化的发展态势,万福酒业集团紧紧抓住“黄蓝”两区开发建设的重大机遇,高点定位,长远谋划,倾力打造“中国驰名商标”、“中国白酒食品行业前三十强”的目标,4款景木红酒新品,新品是在传统酿造技术的基础上,对酿造工艺进行创新,并结合优质金丝小米等营养价值和强身健体的特性,采取小麦糖曲、小麦辅料、麦花制曲、麦起入窖、小窖酿造、糖化容器等特殊工艺流程精心打造而成,开创了中国酿酒界并白酒的先河,得到了于桥、高月明、郑永清等国家白酒评委专家们的高度评价。

随着现代企业制度建设的不断深入,企业之间的竞争不仅仅是生产经营管理之间的竞争,更是企业文化管理之间的竞争。加强文化管理日益成为众多企业的明智选择。建设优秀的企业文化,充分将文化管理的作用就显得愈加重要。(万福时报)与公司同时成立企业文化建设的媒体,又是企业文化建设的一块阵地,他们用正确的舆论引导人,用优秀的作品感引读者,引导员工支持企业加强精神文明建设和民主法制建设,重塑企业改革取得的成效,展示集团公司科研生产方面的景象风采,让员工通过感受企业优秀的文化进一步认识企业,进而热爱企业,为企业发展尽心尽力。诚信是立业之本,人无信则不立,商不信则不昌。先做人,后做事,诚信文化扎根于万福每位员工心中,无论从企业理念与公司核心价值观中都能够得到充分体现。

在以公司总经理王丽勇同志为首的领导班子的带动下,企业职工队伍、人才队伍不断强大,2012年公司先后被授予“山东省高校毕业生就业见习基地”、“山东省省级企业实训基地”荣誉称号。目前我公司拥有白酒酿造高级技师3名,技师23名,高级操作工12名,省白酒评委、专职品酒员数名,这些技术面出的科技骨干人才,成为万福酒业发展的一支生力军。

今后公司将继续秉承“实实在在酿酒,踏踏实实经营”的企业理念,努力加强国际、国内交流与合作,不断提高产品国际竞争力。并通过加大招商引资力度,打造白酒、景剧品牌传统经营方式,走高品质、多元化发展之路,不断壮大企业规模,提高整体效益;努力向“造就国内一流企业,争创国际知名品牌”的目标努力迈进。 (陈卓然)

国家统计局权威发布:

加多宝连续六年蝉联“中国饮料第一罐”

日前,由国家统计局中国行业企业信息发布中心举办的“第十七届全国市场销量领先品牌信息发布会”在人民大会堂隆重举行。第十届全国人大财委副主任李正华、国家统计局副局长徐一帆、国家统计局党组成员兼总工程师郑京平、国务院参事汤敏等领导出席了会议。报告指出,2012年我国消费品市场总体呈现稳定增长的格局,名优品牌市场份额进一步提高,2013年我国消费品市场也将会平稳发展。其中凉茶行业领导者加多宝获得“2012年度全国罐装饮料市场销量第一名”的称号,以无可争议的品牌实力连续六年蝉联“中国饮料第一罐”。此次信息发布会公布的相关数据显示加多宝罐装凉茶市场占有率超80%,再次印证“10罐凉茶,7罐加多宝”的真实性。

加多宝新的广告语“中国每卖10罐凉茶,7罐加多宝”深受消费者认可,认为这个以事实为依据的广告实证了加多宝的霸气和睿智。从国家统计局中国行业企业信息发布中心发布的最新数据来看:7-12月,更名后的加多宝罐装凉茶占据罐装凉茶市场份额80%之多,继续稳居凉茶行业第一的位置。2012年加多宝出5月推出首有品牌,短短三个月便实现品牌成功转换,其市场表现位依旧强劲,一路高歌,9月完成全年销售任务;2012全年销量突破200亿;加多宝连续六年蝉联“中国第一罐”。

加多宝的成功除其继续沿用的正宗配方、保证其原有的品质、工艺外,其快速有效的营销手段也功不可没。从全民娱乐的《中国好声音》到贾宝玉南北中的跨年营销,2012年到2013年加多宝上演的一场场营销创新的好戏总是引发业内人士和消费者的称赞叫好。舆论普遍认为,加多宝在营销方面的努力创新直接促使了其品牌的成功转换,并奠定了集团的凉茶行业领导者地位。 (孟萌)