



### 为徽酒发展注强心剂

市场星报副社长 马新宇

市场星报自今年5月份更名改版以来成就了“破茧成蝶”的成功变革。在南非世界杯期间,市场星报与新浪体育通力协作联袂推出《南波NO.1》号外特刊,也是安徽省唯一推出世界杯号外特刊的都市报,同时作为2010年合肥企业50强发布唯一主办媒体,全程参与50强榜单发布和授牌仪式。一系列活动也极大地提高了市场星报的品牌知名度。马新宇副社长介绍了市场星报的骄人成绩。随后马副社长对安徽酒业的发展给予了高度评价,同时又提出“在新的经济环境下,面对日益竞争激烈的酒业市场,徽酒品牌怎样制订竞争策略?如何让消费者接受酒类产品价格上调的趋势?新形势下企业的责任和使命又是什么?”“希望本次酒业高峰论坛将有效解决这些难题,这也必将成为安徽酒业市场发展的强心剂”。



### 领航徽酒 再创辉煌

古井贡酒合肥分公司市场策划部 李坤

素有“酒中牡丹”之称的古井酒系中国老八大名酒之一,已有1800多年的历史,并先后获得中国驰名商标、中国原产地域产品保护、国家首批“三绿工程”畅销品牌等重大荣誉称号。目前古井系列酒形成拥有以两大香型(浓香型、兼香型)为主、两大主要品牌(古井贡牌、古井牌)。自1992年以来一直是消费者协会推荐产品。古井酒文化博览园已成为国家4A级风景区。“跨越式发展让古井的销售创造出了20个亿不含税的记录”李坤骄傲地说,古井将引领徽酒走出安徽,走向世界,让徽酒的声音更加响亮。



### 徽酒营销值得行业学习

贵州董酒合肥公司总经理 周均平

董酒是中国八大名酒,上世纪90年代初红极一时。1994年改制后逐渐沉寂。2007年股份制改革后走上健康发展道路。2008年国家批了特有香型董香和药香。作为中国八大名酒之一董酒,曾经在安徽享有声誉,但近几年却销声匿迹。今年7月份董酒重新进入安徽市场,让对董酒一直有着深厚感情的安徽消费者欣喜不已。若在安徽省遇到问题希望安徽酒业的朋友给予支持。“酒虽好,品牌老,可在营销上力度不够方法不当。”周均平表示,“安徽酒业营销是我们值得学习的地方”。

# 2010年安徽酒业发展高峰论坛 荣耀 使命 责任



### 倡导健康 绿色饮酒

安徽金种子集团营销部 程军

作为全国酒业的明星企业,金种子酒连续5年保持了50%以上的快速增长。在企业发展上金种子充分发挥资本市场融资功能,做强品牌做大市场。作为徽酒排头兵,金种子人抓住了消费需求,将绿色低碳健康的美酒文化和安徽酒文化有机结合起来,倡导健康营养、绿色饮酒。程军表示,金种子将创新经营理念,拓展经营渠道,维护食品安全和品牌形象,为壮大安徽白酒业做贡献。

### 关注徽酒下一个十年

安徽缘酒集团常务副总经理 王世保

“我们集团不仅生产白酒,还生产黄酒、料酒”,王世保表示,缘酒集团下辖企业涉及酒业、商贸、水务、房地产等多个行业,集团核心企业安徽陈瑶湖黄酒有限公司,产能规模为年产两万吨优质黄酒,中长期规模为年产四万吨以上的优质黄酒,将成为中西部最大的原酒生产基地。徽酒的发展在下一个十年将是关键阶段;徽酒必须走好品牌化和现代化之路;徽酒还需要抱团,安徽酒业要整合发展,就要找准定位,否则只能“被整合”。

### 打造白酒中的保健酒

安徽传名酒业有限公司总经理 房传明

一种新型酒体“传名IP酒”。“既不伤身体,也不伤感情”,这种酒比一般的白酒在人体分解得快。“普通白酒你喝醉了,几天都不想吃饭,但是这种新型酒只要三四个小时就可以彻底醒酒,因为这种酒有一种特殊成分使它在胃里就可以分解70%到80%,而其它酒则需要血液、肝、肾等器官几十个小时不停地分解”,房传明表示,传名酒业就是要打造白酒中的保健酒。

### “让全国人民喝上最好的白酒”

安徽金裕皖酒业有限公司经理 段昂

作为徽酒二三线品牌白酒的成功典范,金裕皖酒在安徽酒业中闯出了自己的一片天地。近年推出了深受消费者青睐的和谐香型年份酒,在传统工艺的基础上研究出了低温窖藏工艺,填补了中国酒业酿造技术的空白,同时又开发被用户称为“安徽五粮液”陋室铭系列白酒。陋室铭系列白酒产品受到了大众的喜爱,业绩年年增长,截至今年8月份金裕皖酒销售成绩比去年同期上涨80%。“让全国人民喝上最好的白酒”,来自金裕皖酒的段昂经理说。

### 力争五年进入白酒行业前十强

安徽双轮酒业有限责任公司安徽营销公司经理 张超

作为全国浓香型大曲酒最好的生产基地之一,双轮酒业系国家大型一档企业,旗下的高端产品高炉家和和谐年份酒深受广大消费者的青睐。来自双轮的张超表示,目前,双轮酒业按照现代企业制度的要求,逐步建立产权明晰、管理科学、责权分明的内部经营管理体制。将通过明晰战略方向,强化内部管理,提升产品品质、创新营销策略,实现销售收入和盈利能力持续快速增长,力争五年进入白酒行业前十强。

### 品葡萄美酒 感悟美好生活

安徽戈斯曼国际葡萄酒有限公司经营部经理 王旒

戈斯曼国际葡萄酒公司主要经营法国戈斯曼牌葡萄酒,是专业化的葡萄酒运营商,并荣获安徽首届企业品牌百强称号。近年来,安徽葡萄酒市场成为酒类市场新的利润增长点和新契机。戈斯曼葡萄酒王旒经理表示,目前安徽市场还没有强势葡萄酒品牌占据市场,抓住这个契机,引领消费主流,成为区域性葡萄酒市场领袖是我们努力的方向。

### 让徽酒走出安徽

安徽沙河酒业有限公司总经理助理、策划总监 姜昆

作为安徽酒业的老品牌,沙河人曾在上世纪90年代初创造了无数的辉煌,也见证了安徽酒业发展的辉煌时期。来自沙河的姜昆总监说,现今在安徽,沙河酒可能是白酒业中比较小的一员,10年沙河反复改制不顺,企业陷入瓶颈期,经历了一段艰难的岁月,但是现在沙河酒有了新的资本注入,政府也给予了大力支持,重新振兴沙河,再现辉煌成为每个沙河人的使命,同时也是作为徽酒一员的责任。沙河的目标就是把徽酒品牌做大做强,使徽酒走出安徽,走向全国。

### “零投诉”不再是神话

安徽皖酒集团宣传部部长 姜克

作为安徽酒业的明星企业,安徽皖酒集团已经具有五十多年酿造白酒的历史,是中国最大的酒业集团之一,是安徽省白酒行业支柱企业。姜克表示,一直以来我们狠抓产品质量,以市场为导向,秉承徽商“诚信为本”的原则,辅以现代企业经营理念,注重产品的优良质量和售后服务,使得皖酒赢得了“零投诉”的美誉,不断研制开发出适合市场需求的系列皖酒,为安徽的白酒行业贡献力量。

### 以发展促就业

重啤集团安徽营销中心市场部经理 汪显章

山城啤酒的领导首先介绍了重庆啤酒集团的历史和它进军东部的历程。“重庆啤酒集团始建于1958年,是一家以啤酒为主业的大型啤酒集团。进入21世纪,重庆啤酒集团确定了沿江东进的发展战略,进军华东,征战安徽。先后在安徽收购多个企业,最近又在亳州投资建啤酒厂”。“以发展促就业”是重庆啤酒集团回报社会、回报安徽的郑重承诺。



### 徽酒要“抱团”打天下

安徽省酒业协会常务副会长 程大文

我省是全国酿酒大省,有一大批全国驰名商标。我省也是酒类销售大省,近年的成绩也有了喜人的增长,不仅顶住了金融危机、酒税调整、原料涨价的压力,反而形成了淡季不淡,旺季更旺的新局面。随着“皖江城市带承接产业转移示范区”的成立将为安徽酒业带来新的发展机遇。“行业虽取得好成绩,但也存在相当大的问题。”安徽酒业协会的程副会长说,“发展速度慢,有些企业安于现状,缺乏抢抓机遇快速发展的雄心壮志,品牌影响力不够厚重,营销人才流失”。针对目前安徽酒业市场程副会长也给出了以下意见:1、大力宣传,大力推销,全部卖光;2、推动发展老品牌,积极创建新品牌;3、在销售思路上,城乡并举,省内外并举;4、诚信经营,杜绝假冒伪劣产品;5、企业之间和谐相处,风雨同舟,各家酒企要“抱团”打天下。

### 热心公益创和谐

安徽口子酒业有限公司合肥办事处主任 马成梁

口子酒作为安徽知名产品是全国白酒兼香型典范,口子酒以其大跨步的速度进入中国白酒十强名单之列。多年来口子酒人热衷公益事业,资助春蕾女童,资助淮北学校订制党政刊物。“正是由于良好的社会口碑和公益形象使口子酒在安徽省第12届运动会上成为50年来首次赞助的酒类企业。”马成梁主任表示。

### 五大战略铸辉煌

安徽迎驾酒业有限公司 孟小淋

“短短数年间,迎驾酒业从一个名不见经传的酒庄迅速转变为一个集团化酒业集团,连续两年荣登安徽销量冠军,成为名副其实的领头羊。”但是究竟是什么原因使迎驾超越了其他的竞争对手呢?答案是“五大战略”。孟小淋表示,五大战略排在第一的叫做发展战略,以酒为主,整合产业链,集团化规模经营。第二个战略叫做品牌战略,打文化牌。第三个是产品战略,其特点是全价位覆盖,产品系列完善,明星产品突出。第四,在区域战略上要做到全国化和板块化相结合,小区域、高占有、深度开发。最后,渠道战略,要做到公关团购先行,锁定核心酒店不放,实现多盘互动。

### 共创发展,星报与您一路同行

市场星报总编助理、广告经营中心 总经理 胡鑫

近年安徽白酒产业有了跨越式的发展,市场星报自改版后也有了骄人的成绩。高峰论坛上,来自市场星报的总编助理胡鑫对星报与高端品牌合作的成功案例作了回顾,徽商大会期间,《市场星报》成为官方唯一指定都市报合作媒体,在第四届全国体育大会报道战役中,市场星报是我省唯一一家省级都市报参与报道,并荣获了安徽省人民政府颁发的“活动组织奖”。全程参与淮南豆腐文化节宣传报道工作并获得好评。市场的竞争就是品牌的竞争,“得文化者得酒之精神,得品质者得酒之精髓”。在未来,我们将努力加强立体营销策略,和在场诸位齐头并进,成为整合者,共创发展。”