

齐鲁酒水

主办: 山东省轻工业协会 齐鲁晚报

协办: 泰山酒业 景芝酒业 景阳冈酒业 孔府家 天地缘 百脉泉酒业 古贝春 洋河 兰陵酒业 趵突泉酿酒有限公司 花冠酒业 扳倒井

主流名牌缺席 傍大牌者唱戏

糖酒会上“李鬼”不少

“不好意思,请不要拍照。”在沈阳全国糖酒会上,一家名为“洋河名酒业有限公司”的展位吸引了记者的注意。当记者要拍照时被其一负责人谢绝。记者在场馆中转了一圈,像这样的“李鬼”还真不少,不论是名称还是包装形象都与全国知名品牌极为相似。

□记者 李克新 王丛

“李鬼”横行 竟喊捉鬼

以蓝色为主色调的“洋河名酒有限公司”展位,乍一看跟苏酒集团形象色一模一样。其产品“蓝色之海”、“蓝天之梦”无论从外包装还是瓶型设计,都与洋河蓝色经典十分相似。就在记者拿出相机对其拍照时,一工作人员遮挡住了记者的镜头,“对不起,我们产品谢绝拍照。”“为什么呢?你们不是来招商的吗?”记者问道。然而该负责人的回答,却让记者哭笑不得,“我们作为全国知名品牌,产品外包装及瓶型都是经过注册的,不让拍照是怕有人会模仿我们。”

无独有偶,在白酒展



区,记者看到还有一家名为江苏名窖酒业的企业,也在对其绵柔型“蓝色至尊”、“蓝色君梦”两款产品进行招商。一个展区就有两家不同的“洋河”,“这些我们一眼就能看出来,可是市场上消费者却很容易混淆,这些产品一般都是质次价廉,对其模仿的品牌形象也会有一定影响。”一参会的经销商无奈地说。山中无老虎猴子称霸王。据调查,“李鬼”如此横行与苏酒集团此次并未在沈阳糖酒会主会场布展也有一定关系。

各种“李鬼” 糖酒会上撒欢

贵州茅台镇黔兄弟酒、青马啤酒出品的“青岛特质”,山东菏泽中粮长城葡萄酒有限公司……记者看

到在沈阳糖酒会上,各种各样的“李鬼”撒了欢,不论是白酒,啤酒还是葡萄酒。而类似35元一瓶的“茅台”成为他们的卖点,“市场指导价是168元,可以说只有你想不到的,没有我们做不到的。”黔兄弟负责人告诉记者。

“像青岛啤酒等国际性品牌,其商标及包装样式都是注册过的,这些商家的行为已经构成侵权,主要这种情况比较多,商家一时间难以全部清除掉。这也让这些商家钻了漏洞。”一业内人士告诉记者。“每年各个地方都会有很多糖酒会,时间长了厂家也都疲惫了,这次沈阳全国糖酒会就有很多没来参加的。这也让傍名牌现象有了生存的土壤。”鲁酒一企业负责人认为这种情况今后还将更加普遍。



傍品牌 不如傍渠道

“背靠大树好乘凉,在白酒营销领域是行不通的。看看这些名酒厂所在的地区,几乎都有傍品牌的情况存在,但为什么没有一个发展起来的?大树底下不长草嘛。”山东省糖酒副食品商业协会一负责人告诉记者。

而在谈到中小企业如何借力发展时,这位专家告诉记者,“傍品牌不如傍渠道,一个好的品牌其渠道建设已经非常成熟,中小企业应该充分利用其渠道优势,将自己的产品铺展开来。当然,首先这需要自身发展到一定的程度,知名度、资金实力各方面有了基础,并且要在产品上与要傍的品牌有一定的差异,这并不简单的是名称上的差异。”

行业新闻

滕州警方端掉今缘春假酒窝点

近日,山东省滕州市警方经过多天的深挖细查、循线追踪,蹲点守候,成功端掉了周某生产假酒窝点2个,销售假酒窝点1个,当场收缴价值20余万元的假冒“洋河海之蓝”“五粮液”“泸州老窖”“今缘春1948”等酒类及假冒“泸州老窖”防伪商标280余套,合格证71张;假冒“今缘春”酒瓶盖6027套,盒盖30个,酒瓶168个,瓶盖100个,防伪标签21923枚,合格证21651张,挂牌12000个;假冒“洋河海之蓝”合格证26张,商标139张,瓶盖500个,封口锁1000

个;假冒“五粮液”酒瓶盖50个,包装袋30个等包装物及制假工具一套。

2010年以来,犯罪嫌疑人周某多次从浙江苍南林黄等人处购买假冒的“五粮液”“洋河海之蓝”“今缘春1948”等酒类包装物,并购买廉价的绵竹大曲作为原料酒,用于制假并进行销售。已生产和销售的假冒“洋河海之蓝”“五粮液”“今缘春1948”等酒类商品价值20余万元。周某已被刑事拘留,此案正在进一步审查中。

(华夏)



10月20日,欧洲最大葡萄酒企业法国CASTEL造访泉城,延续其以“鉴证高品质葡萄酒生活”为主题的酒庄酒全国巡回品鉴之旅。在这场品鉴会上,CASTEL祭出“济南菜配法国酒”的新奇举措,以旗下诸多身世显贵的酒庄酒巧妙搭配济南佳肴,为泉城美食爱好者留下深刻印象。

CASTEL上海代表处总经理毕杜维对于“济南菜配法国酒”这种方式能取得成功有着十足信心。他认为,中法各为东西方餐饮文化之典范,其实有着很多共通之处。他风趣地说,相信济南的美食家们一定会记住“大明湖畔的CASTEL”。

花冠·K8 馥韵芝麻香 续写鲁酒香型华章

鲁酒崛起,板块逐渐成型。而芝麻香型白酒无疑已经成为鲁酒的香型代表,成为鲁酒再次大规模走向全国的神兵利器。作为鲁酒领军企业之一的花冠集团发展迅速,企业规模从小到大,企业实力从弱到强。在刚刚举办的第十届花冠“九九”酒文化节上,隆重推出了馥韵芝麻香产品——K8。此举无疑在提升花冠自身形象的同时,也必将续写鲁酒芝麻香型产品新的辉煌。

K8馥韵的芝麻香 获专家首肯

花冠集团酒文化节期间,邀请沈怡方、高月明、高景炎、于桥、杨明、山东省白酒工业协会白酒专家组组长黄业立、山东省白酒工业协会副会长周复茂等10多位白酒专家、酿酒大师,三集花冠,就花冠集团酿酒有限公司精心打造的花冠·K8馥韵芝麻香高端新品品质进行鉴评。

与会白酒专家不仅对花冠·K8新品进行了现场品评,而且对花冠这几年的发展给予了高度评价与肯定。经多位专家品鉴后一致认为:花冠·K8颜色微黄、清亮透明,香气馥郁,芝麻香突出,幽雅芬芳,醇和绵柔,细腻丰满,回味悠长,具有独特风格。

兢兢业业 终成行业翘楚

品鉴会上,山东省白酒工业协会副会长、全国白酒标准化技术委员会芝麻香型白酒分技术委员会副主任、花冠集团董事长刘洪来,介绍了花冠集团近年来公司发展及芝麻香白酒研发情况。

近年来,花冠集团始终高举“实实在在做人,认认真真酿酒”的企业宗旨不动摇,视质量为生命,以诚信求发展,大胆改革,锐意创新,孜孜追求,始终如一坚持以基础做起、长远谋划。经过10年的努力,由一个名不见经传的小酒厂,发展成为山东省乃至华东地区白酒行业的骨干企业之一,从鲁酒新酒踏入了鲁酒第一军团,目前花冠拥有多粮、芝麻香、窖香、兼香等窖池8000个,粮食酒年生产2万吨,储存能力1.7万吨,拥有专业技术人员218名,其中国家级白酒评委4人,省级白酒评委8人;雄厚的实力、一流的专业与研发团队,不仅使



花冠逐渐成长为一个响当当的品牌,而且跻身于“中国驰名商标”、“中国低度浓香型著名企业”之列,花冠已成为鲁酒发展的奇迹,备受业内关注。

高端工艺 护航高端品质

“花冠虽然这几年得到快速与健康发展,但是作为

山东省白酒工业协会副会长及芝麻香型白酒分技术委员会芝麻香型白酒标准制修订三个成员企业之一,在芝麻香型白酒技术研发、高端产品打造、芝麻香型品牌培育

方面,花冠要为鲁酒的振兴有所作为,有所突破,有所贡献。”花冠集团董事长刘洪来表示,花冠集团的酿酒用粮和工艺千锤百炼,优中选优,严格把好每一道工序,酿出优质的芝麻香型白酒,原酒的储藏是基础,高端的产品是关键,花冠人充分认识到了一个高端成熟产品意味着什么,花冠馥韵芝麻香成功推出,这不仅能提升花冠的品牌形象,更实现花冠由中端向中高端的过渡,形成两条腿走路。

花冠这几年的发展证明,凭借目前的实力与技术力量,花冠作为山东芝麻香标准制修订委员会副主任级企业,有责任也有义务精研芝麻香酿酒工艺,把芝麻香带给鲁酒的幸运凝结成高端产品带给消费者。我们有能力也有信心在唱响“中国香·芝麻香”中发挥表率作用,为鲁酒的振兴做出应有的贡献。

