



何继红女士

客商云集考验城市管理

——对话糖酒会总“舵手”何继红

本报记者 马云云 见习记者 孟敏

8日,2010年秋季糖酒会将“揭开盖头”。这是时隔5年后,秋季全国糖酒会再次落户省城。糖酒会为什么两次选择了济南?本届糖酒会看点何在?7日,中国糖业酒类集团公司总经济师、全国糖酒会办公室主任何继红接受了记者采访。

“济南模式”成糖酒会标准

糖酒会二次落户济南,何继红表示,糖酒会作为“天下第一会”,辐射带动力极强,有关其承办权的竞争非常激烈。

何继红说,济南在多方面都有着得天独厚的条件,“从地域来看,济南处于全国的中心地带,交通辐射力强,同时又是糖类和食品行业的生产和消费大省,具备产业优势。”

此外,这些年济南市积累了大量承办会展的经验,2005年在济南召开的第73届糖酒会创造了“济南模式”。“直到今天,2005年济南办会所采用的一些特有的管理组织模式、综合治理的方法仍然作为成功的经验,成为中糖公司做好筹备组织工作的标准。”本届糖酒会,展览面积13万平方米,标准展位达到5600个,逾20万人将前往参观,这将创历史之最。

糖酒会要向国际化迈进

首设国际专馆、展出进口食品、邀请国际大师做论坛……本届糖酒会将会较往常“洋气”不少。何继红表示,“作为专业会展,全国糖酒会要实现国际化有一定难度,但这是必然的发展方向。”

本届秋季糖酒会开始大胆地朝着这个方向尝试:把舜耕国际会展中心设为国际专馆,馆内逾八成酒品都来自境外;试探性展出少量进口食品,为将来加大份额做准备,必要时还可能设置单独的展区;历史上首次邀请国外专家主讲论坛;展馆的设计和管理按照国际标准进行。

“国际化不能停留在形式上,不能以为多几个外国人就叫国际化。”何继红说,“本届糖酒会的尝试就是培养参展企业的国际化视野,为糖酒会的未来发展积累经验。”

交通拥堵 考验城市综合能力

“没有任何其他会展对相关产业的带动作用会比糖酒会迅速和明显。”何继红给记者算了算,这些天将有20万人聚集到济南,“如果平均每人消费2000元,是个什么概念?”

但由此而来的一系列问题正考验着城市的管理者。何继红告诉记者,不仅在济南,其他城市承办糖酒会时也会出现交通拥堵、客房紧张等情况,不少参展商不得不把住宿点选择在郊区。

这样的压力该如何缓解?何继红说,这就是考验城市综合能力的时候了,“家里的房间太小,客人来了没地方坐,下次还会来吗?”何继红所说的客人,不仅指外地游客和参展企业,还包括各种会展。

高端白酒利润诱人 昔日名牌不甘寂寞

老牌名酒欲重夺全国市场

由茅台、五粮液一线名酒统领,泸州老窖、洋河、金六福等后来者占据的白酒市场正在演绎着一场争斗。受高端白酒利润所诱,一大批老牌名酒欲重出江湖。

本报济南10月7日讯(记者 李岩侠) 上路牌广告、开品牌推广会,借着秋季糖酒会,汾酒、西凤、双沟、郎酒、古井贡等市场上一大批老牌名酒重新高调亮相,希望能重回全国市场,再现昔日辉煌。

糖酒会一开幕,汾酒集团即在南郊宾馆召开“竹叶青酒品牌推广会”,在山东重

点推广其竹叶青酒。竹叶青酒曾一瓶难求美名远播,近十年,它却在洋河蓝色经典、泸州老窖、金六福等铺天盖地宣传攻势中日渐淡出,退守山西。从去年起,汾酒集团开始调整战略,欲重新发力全国酒品市场。

无独有偶,双沟酒、西凤酒、郎酒、古井贡、宋河粮液

等这些老牌名酒也纷纷行动,加大在全国市场上的投入。在南郊宾馆,记者看到,双沟珍宝坊的广告牌竖满了这个山东最高会议接待场所的场院,而在山东新闻大厦,大厅走廊和电梯口最好的位置被西凤酒蓝色调的广告抢占。省食协专业人士告诉记者,放在上个世纪八十年代,

这些老牌名酒都曾在全国赫赫有名,只是在后来渐渐沉寂。茅台、五粮液则牢牢独霸全国一线白酒市场,洋河、泸州老窖等当年与之相当的老牌白酒则靠着不断创新在全国市场风生水起。

“尤其是这几年,随着白酒不断涨价,高端白酒价位屡创新高,为什么就茅台、五粮

液过好日子,为什么国窖1573和你们山东的国井、一品景芝等就能卖那么高的价,按历史,我西凤酒不比谁差。”西凤酒一工作人员的话道出了这些老牌名酒们心里的话。一老牌名酒厂家在内部市场开发动员会上透露,如果是定制,价格可拿到终端价的六成。高端酒水利润之高可见一斑。

NEW Central Business District

时尚的、卓越的、国际化的汽车、购物、文化、娱乐、休闲;时尚的高层空间,高端生活进阶感!

齐鲁大地

无可复制的新地标

人·车·生活新体验



热烈祝贺雷克萨斯、广汽传祺品牌进驻

威海国际生态汽博城

VIP专线: 0631-5916699

项目地址: 威海工业新区 开发商: 威海东瑞经营管理有限公司

诚聘高管: 市场营销总监、项目经理、总建筑设计师、总工程师、工程造价师、成本会计师。

