

《步步惊心》之中国名优白酒排次

四阿哥:茅台

爱新觉罗·胤禛——冷静内敛,深藏不露,具有极强的隐忍能力。老四比较靠谱,有着帝王的冷酷和现实,尽管他做人行事都相对低调,但他的锋芒却是遮掩不住的。在《步步惊心》中,若曦和十三弟是他的软肋,但也成就了第一代皇帝的尊荣。

在白酒业中,茅台可谓当仁不让的王者。在刚刚结束的2009中国酒类200强评选中,茅台以595.28亿元的品牌价值,位列中国白酒品牌榜首。2011年上半年,茅台的业绩表现超出预期想象;其销售毛利率达91.4%!

尽管上世纪八十年代中后期,茅台的价格被五粮液超越,在2001年,市值只有五粮液的一半左右。但是,终因历史底蕴深厚,多次被用作国家外交接待用酒,成就了其如今他者难以撼动的地位。对于茅台来说,酱香型的特殊生产工艺和周期,以及长年对政务、军队接待用酒市场的深耕细作是其多年品牌沉淀的两张王牌。

八阿哥:五粮液

爱新觉罗·胤禩——外表温润如玉,心思缜密,能力出众,较受康熙的喜欢。年纪轻轻就被康熙封为贝勒,而后来雍正册封的几个亲王中,正是其中之一,被封为“康亲王”。他的人生因争夺皇权而被披上了一层悲情色彩,不过他也是该剧最有魅力的角色。

有着“白酒大王”之称的五粮液,从来不掩饰它想做白酒业老大的决心和能力。它在当年没有茅台名气大的历史时候,抓住了改革开放以来人们日益丰厚的腰包和放量的市场需求,不断提价。另外,五粮液凭着浓香型白酒生产周期短的特点,通过OEM(贴牌生产)的方式,迅速放量。

五粮液多元化的发展策略,为它赢得了广泛的人气。今年上半年,公司实现营业收入105.95亿元、营业利润46.04亿元、净利润34.91亿元(其中归属于上市公司股东的净利润33.63亿元),营业收入较上年同期增长39.84%,净利润较上年同期增长48.98%,超半年目标任务。虽然五粮液是13家白酒上市公司中唯一一家营业收入过百亿的品牌,但不可否认,随着茅台酒转化“酱香口感独特”“工艺繁复孕育时间长”劣势为优势,巩固高端白酒品牌价值的对比之下,五粮液逐步扩大的产品线弊端初现,纷杂的品牌削弱了其高端品牌稀缺价值感。今年上半年,五粮液的销售毛利率为66.12%,远低于茅台。

十四阿哥:洋河

爱新觉罗·胤禵——成年时豪气、温柔。对兄弟有情有义,但随着年纪的增长,逐渐有了自己想要的权力和想要守护的东西。他从少年时起,就频繁地扈从其父出巡。康熙五十七年,被任命为抚远大将军讨伐准噶尔部首领。在这前后,展现出了极强的政治及军事能力。

喝酒的人都不会忘记由江苏洋河掀起的那一股“蓝色风暴”。2010年,洋河凭借着营业收入76.19亿元的佳绩用确凿的数据说话,彻底改变了之前白酒行业前三甲的排序。在业界,洋河增长速度被誉为“洋河神话”。

本是一个区域性品牌,现在已提出两个新的增长及发展策略,其中之一就是全国化,另一个则是高端化。洋河人现在提及自己的品牌,都说“我们‘洋河’是个全国性品牌,白酒中排行第三!”

“蓝色文化”促使洋河迸发出新的成长活力。随着规模的扩大,“中国梦”成为所有洋河人的共同梦想。今年3月份,洋河股份又以11.75亿元收购了“苏酒老二”双沟酒业69.3%的股权,至此完成对双沟酒业的全资控股,并于几个月后,开始以苏酒的名义推出“绿苏”“翠苏”“锦苏”这三款高端酒品。

今年半年报再次反映出洋河的数据优势。但也有业内人士认为,洋河的“中国梦”实现依旧“路漫漫”;首先,洋河要解决基酒产能的问题;其次,洋河的优势市场仍在江苏。

二阿哥:剑南春

爱新觉罗·胤禛——康熙二废太子,说的就是胤禛。康熙和胤禛的母亲孝诚仁皇后很是恩爱,孝诚仁皇后又是难产生下的胤禛,所以胤禛还在怀里就被立为太子。据说,一废太子之后,康熙非常伤心,六天六夜睡不着觉,甚至物莫不己,还多次梦见皇后对自己不满。

水井坊,作为“中国白酒第一坊”,向来倡导的是“中国高尚生活元素”。它的这一提法,一下子让全国人民记住了“水井坊”三个字。它没有诸如茅台的尊荣,也没表现过像五粮液那样的霸气,但是它就是凭借着典雅的品味,在消费者心中稳稳地占据了第一席之地。很多人对水井坊酒“一见钟情”都是由于它精致的、创新的包装在传承了中国传统文化精华的同时,又巧妙地融入了时尚先进的设计理念,带给人们较强愉悦感。

水井坊这些年一直致力于“双重检测”标准的开发与完善,并尝试着用蜀南竹炭萃取工艺,研发更利于人体健康的高品质酒品,为走向国际铺路。相比之下,似乎水井坊对进军名优酒军团道路上的厮杀并不感兴趣,倒是找到了国际化的大爱。

尽管剑南春董事长乔天明坚持认为:“在消费者心目中,以及在经销商中的声誉,剑南春不会跌出前三。”但天空不留下一雁儿飞过的痕迹,剑南春如今再想跻身第一梯队,实有难度。自去年年底开始,剑南春主推其“珍藏级剑南春”,锁定500—800元这一价格区间,市场最终的接受度如何?剑南春能否就此“绝地重生”?都需要时日考证。不过,从定价来看,就已经低于茅台、五粮液、洋河、泸州老窖等酒品最少200余元。

“爱江山,更爱美人”,这是歌词里的唱腔。热播剧《步步惊心》透露着:要美人,但更要江山!康熙年间“九龙夺嫡”的故事被后人反复地拿来一说再说,这么多的心机谋略,目的都只为那把至高无上的龙椅。这情形和中国的白酒业颇有几分相似:我提价,是为了巩固领导者的地位;跟着对手提价,是为了与他并肩而行,不至于最后望其项背。众白酒企业你追我赶,扩产能、提酒价、引外资……目的只有一个——跻身名优酒军团!或许,我们可以将目前具有一定影响力的白酒品牌与《步步惊心》里的阿哥们来个对号入座,从中看出点更有意思的东西来。

□快报记者 甄颖

十阿哥:水井坊

爱新觉罗·胤禛——诗文翰墨,皆工敏清新,精于骑射,驰骋如飞。他与若曦的关系是“无关风月,只为真心”,对绿芜姑娘有着着一生的痴情。后来在雍正时期,手握财政大权,参与军国大事,实乃一能做实事的贤臣,有着自己的信仰和追求。

泸州老窖是中国探月工程的官方合作伙伴。业内人士认为,泸州老窖的国窖1573和水井坊均是开启中国“高端白酒”先河的品牌。

国窖1573的雏形打造始于上世纪90年代中期,它的起步比水井坊早,但是成功得比水井坊晚。最初,这个品牌被命名为“国宝酒”,市场销售情况一直不是很理想。

有内部人士透露,该品牌曾一度陷入销售困境,“差一点死掉!”后来因找到了“明朝万历年间留下来的四口具有400多年历史的老窖池”这一营销点,又在包装和品名上做了一系列调整,最终获得成功。

泸州老窖一跃成为全国性知名品牌,是在去年底的央视黄金资源招标会上。

凭着3.3亿元的砸金行为,泸州老窖夺得CCTV-1《晚间新闻整点播报》组合的第一单元和《天气预报》独家特约八个单元等独占性黄金资源。外加联手中国探月工程项目组,2011年,泸州老窖的形象广告频繁现身。

有人认为是其之前十多年埋首内修之后的必然之举。总体而言,泸州老窖、国窖系列有高端酒的情感和大气,但市场表现稍欠些霸气。今年上半年,泸州老窖以约35.6亿元的营业收入成绩,位列白酒排名第四。

十三阿哥:国窖酒

爱新觉罗·胤祉——一个温文尔雅,爱好文学与历史的有才之人,但缺少政治才华。曾将康熙亲撰的“律吕”编制成《御制律吕正义》,与兄弟没有多少争执。有人评说他不是没有野心,只是更清楚康熙对他的定位。因为就是他跳出来告发长子胤禛“谋逆太子”之事。

“借问酒家何处有?牧童遥指杏花村。”说的就是山西的“汾老大”。它有着闪亮的出身:是中国清香型白酒的典型代表,工艺精湛,源远流长,素以入口绵、落口甜、饮后余香、回味悠长特色而著称。汾酒有着4000年左右的悠久历史,1500年前的南北朝时期,汾酒曾作为宫廷御酒受到北齐武成帝的极力推崇,被载入廿四史,这也使得汾酒一举成名。

1952年,中国评出四大名酒,汾酒位列其中,之后的1963年、1979年、1984年及1989年的名酒评选中,均有汾酒的一席之地。包括在2010年“华博杯”中国酒类品牌价值评议中,汾酒以其86.62亿的品牌价值在白酒类行业排名第八。

但在今年刚刚结束的“中国酒类200强”评选中,汾酒跌出“八强”榜单。这让“汾老大”内心很不平静,9月21日,汾酒负责人炮轰“新八大名酒”,质疑该评选权威性。

同时,山西汾酒董事长李秋喜在北京再次公开“挑衅”,汾酒才是62年前共和国第一国宴的首款用酒。虽然没有直接点名,但此言一出,大家都知其矛头直指贵州茅台。这是继去年6月,汾酒第二次炮轰茅台等白酒所宣传的1915年获得巴拿马万国博览会金奖完全是虚假宣传。

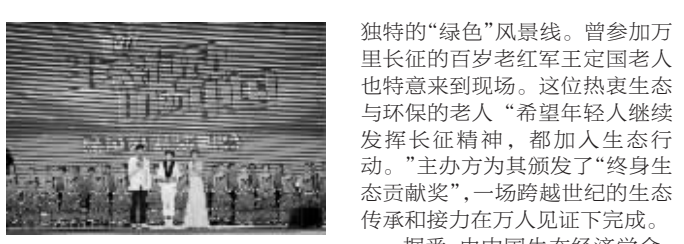
厚积佳酿渊源 薄发琼浆精华

——丰谷酒业传承历史跨越时代

天府之国四川,素以出产美酒佳酿著称;而川酒精粹,又多出于岷江流域的“川酒酒脉”。四川绵阳,古称绵州,恰位于川酒酒脉之顶端,得上风之取,取上水之魂,远古就有“蜀道明珠,富乐之乡”的美誉。绵阳盛产美酒的历史可以追溯到汉代,其中有文史资料可考的便是公元212年的“富乐烧坊”。

自“富乐烧坊”盛于民间始,其窖藏美酒便醉倾天下,名震四方。后有“富乐烧坊”世袭者王中籍,以竹筒记载古法祖训酿酒秘笈,成就了“富乐烧坊世谱”的诞生,致使这一千年技艺延续至今。清朝康熙年间(公元1700年),陕西酿酒大师王发天入川至绵州,合并当地多家酒坊,在传承千年“富乐烧坊”酿酒工艺的基础上,结合所携“汾、凤秘技”,潜心钻研数十年,于绵州丰谷镇创立了“丰谷天佑烧坊”。丰谷美酒以五谷精酿,味醇香浓,清冽回甘,低醉爽净,这就是今天“丰谷酒”的始创,也奠定了丰谷酒业三百年来声名勃发。清代才子李调元有《丰谷

蒙牛开启生态公益行动新征程



独特的“绿色”风景线。曾参加万里长征的百岁老红军王定国老人也特意来到现场。这位热衷生态与环保的老人“希望年轻人继续发挥长征精神,都加入生态行动。”主办方为其颁发了“终身生态贡献奖”,一场跨越世纪的生态传承和接力在万人见证下完成。

据悉,由中国生态经济学会、北京音乐广播、蒙牛生态草原基金会共同主办的2011“生态行动 助力中国”大型绿色公益活动,以其对待公益事业脚踏实地的行动和强大的号召力,不仅得到社会各界的关注,更引来宋祖英、姚明、章子怡、黄晓明、莫文蔚等明星的加入。

有专项调研显示,社会各界对于蒙牛生态实践广泛认同,消费者更表示,蒙牛所开展的生态公益行动是在做实实在在的事情,利用自身品牌影响力号召全社会共同参与到这项有意义的事情中。蒙牛“生态行动 助力中国”备受瞩目。总政歌舞团的谭晶、空政文工团的韩红,以及北京军区战友文工团的麦穗,几位知名军旅歌手相继登台,成为现场一道

“普及与传承 温故而知新”雪花啤酒第三届古建筑摄影大赛 百名拍客对焦南京古建文化

美国哲学家爱默生曾经讲过:“城市是靠记忆而存在的”。而人们对一座城市的记忆则是靠许多多承载着历史的实物而延伸。古建筑,便是这承载历史的实物之一。古建筑的设计风格,可以使得人们回想起当时的那个年代;古建筑中亭台楼阁,可以引得人们猜测当年是怎样的一幅花草柳荫画卷……

温故而知新,由华润雪花连续三年推出的“古建筑摄影大赛”,正是基于唤起人们对古建筑的保护意识的基础上,邀请众人用镜头发现古建筑的魅力,从古色古香的韵味中升华自己的美感享受和人生体验。

2011年雪花啤酒第三届中国古建筑摄影大赛于8月1日已在全国范围内启动。除了可直接登录大赛的官方网站www.archfans.com投稿报名参加之外,华润雪花啤酒还将在北京、重庆、上海、扬州等地组织活动外拍。此外,作为江苏区域的外拍活动的新增亮点,华润雪花江苏区域公司现面向全国征集“拍客”,将镜头的焦点对准南京的甘家大院,为大家提供另外参赛的创作平台。

众所周知,历史文化名城南京,有着雕梁画栋的十里秦淮,历史悠久的千年古刹,距今数百年的城墙,名人故居,隐匿着“青砖小瓦马头墙,回廊挂落花格窗”的古建筑装饰之美。特别是此次外拍活动地——甘家大院,俗称“九十九间半”,与明孝陵、明城墙并称为南京市明清三大景观,具有极高的历史、科学和旅游价值,是南京现有面积最大,保存最完整的私人民宅。

此次组织的南京外拍活动将于10月15日举行,活动主题为“百名拍客对焦南京古建文化”,华润雪花啤酒联合现代快报举行现面向全国发出摄影邀请,让我们一同用镜头记录南京城独特的古建文化之美!

有意向参与此次活动的摄影爱好者们从即日起可拨打报名热线:025-68126774。

凡参加南京外拍活动者,即可获赠由雪花啤酒提供的价值约500元的精美礼品一份!

■链接

报名方式:
1.提供原创古建筑题材照片两张,电子稿需发至主办方电子邮箱,供主办方筛选。
2.经筛选参加此次外拍活动的摄影爱好者,需自备摄影器材,单反相机一部和长焦、定焦镜头各一个;
3.外拍结束后,于10月31日前需向雪花摄影大赛官方网站上传作品至少两幅。
报名时间:即日起至10月11日

投稿邮箱:archfans@163.com
咨询热线:025-68126774
备注:①投稿时请采用“文件夹”的形式发送,文件夹的命名方式为“姓名+联系方式”,如“张三13698170532”;②上传至投稿邮箱的文件夹内应包含所要投递的照片作品(jpeg格式)、个人信息简介(姓名、联系方式、所在市区等,word或txt形式)。

部分年轻人骨质密度不及中老年!

9月27日,有新西兰恒天然集团、南京市老龄工作委员会和朝天宫街道办事处共同设立的“朝天宫·安怡爱心站”在南京朝天宫广场正式揭幕。活动当天,安怡提供了多台骨骼健康监测仪,供过往市民免费测试。结果发现,一些中老年人的骨骼强度能达到0.3—1.4,属骨质疏松“低区域值”,反倒是一些年轻人,其骨骼强度为负数,已在骨质疏松的“中高风险值”。

现场的检测专家表示,这说明一些中老年人常常会有意识从饮食中多增加钙质的摄入,而年轻人因为

醉酒的iPhone4

没有见过如此逼真的iPhone4酒壶吧?这是来自一个名叫Dhanai Hol的设计师的设计。该设计师非常喜欢苹果产品,尤其是iPhone4,于是便设计出了这样一个酒壶。

这只酒壶与iPhone4看上去完全一样,电源开关就是酒壶的开关,只需要轻轻推动就能打开或封闭,从“耳机插孔”里倒出酒。只可惜它的容量并不大,估计不能满足那些真正的酒鬼。

快报记者 甄颖

