

全国酿酒行业信息化工作会议强调 推动酿酒行业电子化



本报综合消息 在巨大的市场需求面前,在成本、资金链及节能减排等方面的严峻形势下,我国酿酒行业如何才能实现稳定、可持续的发展?笔者从 10 月 19 日云南省丽江召开的 2011 年全国酿酒行业信息化工作会议上获悉,以信息化带动产业升级是我国酿酒行业“十二五”发展的必然。

以节能减排为切入点,构建资源节约型、环境友好型产业体系。“十二五”期间,我国酿酒行业将把节能减排作为信息化与工业化融合的重要切入点,加快信息技术与环境友好技术、资源综合利用技术和资源能源节

约技术的融合发展,把信息化建设和建设资源节约型、环境友好型社会作为加快转变经济发展方式的重要着力点,以信息化改造传统产业,促进形成低消耗、可循环、低排放、可持续的产业结构和生产方式。

推动生产装备智能化和生产过程的自动化,加快建立我国酿酒行业现代生产体系。在“十二五”期间,我国酿酒行业将借助信息化的力量,大力推动我国酿酒行业的机械化进程,并建立生产过程状态监视、质量控制、快速检测系统,逐步完善产品质量和安全生产管理体系,建立我国酿酒行业的现代生产体系。

推进企业管理信息系统的综合集成,加快建立我国酿酒现代经营管理体系。在“十二五”期间,我国酿酒行业将加快研发、推广适合中小酒类企业特点的企业管理系统。推动面向中小企业的信用管理、电子支付、物流配送、身份认证等关键环节的集成化电子商务服务,继续推进以质量、计划、财务、设备、生产、营销、供应链、人力资源、安全等环节为重点的企业信息化,建立统一集成的管理信息平台,实现产品开发、生产制造、经营管理等过程的信息共享和业务协同。

(岳晓声)

央视“限酒”

白酒企业广告战升级



本报综合消息 央视明年广告招标将于 11 月举行,央视提出的黄金时段广告“限酒令”格外引人关注。业内人士预测,央视黄金时段白酒企业广告争夺会更激烈,同时不排除央视广告提价的可能。

白酒商业广告仅限 12 席位

今年国庆节前夕,央视 2012 年节目资源推介会上,央视出台了“限酒令”,规定从 2012 年 1 月 1 日起,央视招标时段的白酒广告中将只选定 12 家实力较强的白酒企业可以在招标时段播出商业广告。除此之外,其他白酒企业在招标时段则只能播出形象广告,并且不得出现“酒瓶”、“酒杯”等字样。而且在央视一套 19:00~21:00 之间将只限播两条白酒广告。

酒广告一直是央视广告的重心所在,据今年央视黄金资源招标行业中标额排名数据显示,酒业中标额是 226249 万元,是整个黄金资源中标额比例最大的行业,占据了总额的 22.25%。

今年黄金资源招标企业中标额排名数据显示,劲酒、五粮液、泸州老窖、郎酒、汾酒、茅台等 6 家企业占据了中标企业投放额的 18%,其中五粮液央视广告投放达到了 4.05 亿,茅台达到 1.47 亿。

酒企商业广告之争或升级

“白酒广告一直是央视广告支撑,此次央视出台白酒广告限制条款,对规模较大白酒企业,特别是央视广告客户的白酒企业来说,影响还是比较大的。”业内人士透露,每年央视 11 月举行广告招标,大多企业都提前敲定了明年央视投放计划,“限酒令”的出台,让白酒企业不得不重新考虑广告投入以及委托投放的广告公司制定计划。

湖北一家大型白酒企业负责人认为,央视明年黄金时段广告仅限 12 个企业席位,这就无形中拉升了白酒企业央视广告投放竞争,增加了企业竞标成本,很多实力较弱企业或将放弃央视,而将广告投放重心转向地方卫视和其他渠道。

(邹茂林)

青稞酒股份 IPO 过会

本报综合消息 10 月 19 日,青海互助青稞酒股份有限公司顺利通过证监会发审委审核,将在深交所上市。该公司总股本 39000 万元,拟发行 6000 万股,发行后总股本为 4.5 亿股,拟募资 4.92296 亿元,主要用于青稞酒原酒酿造技改等四个方面。

该公司主营业务为青稞酒的研发、生产和销售,主要产品含互助、天佑德、八大作坊、永庆和等系列青稞酒。青海华实科技投资管理有限公司为第一大股东,占 75%,李银会持有该公司 94%股权,为青稞酒股份实际控制人。今年上半年,青稞酒营业收入达 4.3892 亿元,净利润达 1.1196 亿元。根据 Wind 统计显示,目前白酒行业的市盈率为 30.19 倍,以此为参照,青稞酒上市之后的价格大约在 15 元,由此计算,李银会间接持股市值将突破 40 亿元,达 41.24 亿元,成为青海首富,将改写内地富豪榜青海省没有上榜富豪的历史。

(赵珊)

○我与酒的故事○

我与酒的故事

印象中,从古至今,男人似乎是离不开酒的,尤其是那些有所成就的。历史上的文豪们多是嗜酒的,如“李白斗酒诗百篇,长安市上酒家眠。天子呼来不上船,自称臣是酒中仙”的诗仙李白,在酒诗醉话中,高扬生命的激情,痛快淋漓,天才极致;英雄虎将更是酒铸剑胆琴心,好汉武松景阳岗上豪饮十八碗好酒,醉意朦胧中徒手擒猛虎,传为佳话,世代留名;现代社会,无论是生意做成,还是官位搞定,迎来送往间也都少不了酒桌上的潇洒酣畅;即便寻常百姓,也会“愁闲如飞雪,入酒即消融。好花如故人,一笑杯自空”,由此来看,酒这种透明的液体,对于男人来说真是好东西,浅斟低唱间不负壶中岁月梦里功名。

遗憾的是,我却与酒基本无缘。

少时生于穷乡僻壤,村人在土地里刨食的日子虽苦,却也没让酒风在生活中盛行。家乡并不产酒,酒却是有的,只在办红白喜事时买些用来招待客人。逢年过节的,或者家里来了客人,也会掂出一瓶半瓶来,大多时办事时留下来的,喝的人却很少。也有几个所谓的瘾君子,斗酒相逢须醉倒,他们往往是村干部或者是经商办厂的能人,因为招待别人或者是别人招待他们的缘故,长此以往的就成了习惯。

儿时的记忆中,也曾因好奇心作怪,有过饮酒的体验。那种低廉的烈性白酒,给我留下了入口辛辣、喉咙麻烫、实难吞咽、脑袋晕乎等永久的记忆。从那以后,在内心深处,我自觉地远离了这种液体,心甘情愿地让白酒的醇香只在别人体内芬芳流溢。

人生在世,好多事身不由己情非所愿。酒也一样,不想喝不会喝并不意味着真的没喝。求学读书时还好,一路虽磕磕绊绊,却从不曾因酒伤身误事。参加工作后,工作

餐在所难免,可就苦了我这个不懂饮酒文化,更不解酒桌文化的我。面对比较稀疏的人,还好办,委婉而客气地推辞掉不成问题;面对很熟悉的人,也好办,彼此知根知底,他们也不会为难自己;就怕那些半生不熟的人,热情过度,让酒之辞一句连一句,旁边再坐在一些高人能手,自己又碍于面子推辞不掉,就像牛不喝水强按角一样被逼着硬喝,只是苦了自己的肝和胃了。最终的结果是,别人三杯酒下肚,只是来了个开场白,我就头晕得一塌糊涂,被搀了出去。反过来说,真正因为此种场合而大醉的,倒还很少几乎没有。时间久了,单位的人都知道我不会喝酒,也就不勉强了,落得个省心养胃。

真正的喝酒误事,只有一回,却让我刻骨铭心,还都是因为我自己。那是我新婚大喜的头一天晚上,家里热热闹闹的,乡里乡亲的村人都来捧场,我很高兴。更让我高兴的是,儿时的几个小伙伴终于聚齐了。弄了几个小菜,打开了瓶酒,聊些旧时的记忆,谈谈工作中的体会和见识,心情舒畅快意了,不觉就举杯频繁了许多,颇有些“近来逢酒便高歌,醉舞诗狂渐欲魔”的潇洒酣畅。虽有家人再三提醒告诫,终没能挡住逞一时之能的快活,还是醉了,吐得一乱七八糟,总感觉头晕恶心天旋地转的,在床上躺了一整天!更要命的是,本来事先说好的,要亲自把娇妻接回来大娶的,仪式也早准备好了,却因喝酒坏了身体,只得临时改了规矩。好在我的那个她知道后只是笑笑,宽宏大量的嫁牛随牛了。我只是在她来家后,深一脚浅一脚被搀了出来拜了天地,就又躺在了床上。此事后来被传为笑谈,看看,因为喝酒差点耽误了结婚不是?

从此,我更加抗拒白酒,想法设法拒绝。与此同时,却慢慢地喜欢上了另一种酒——啤酒,尤其是

夏天。与其说是喜欢,倒不如说多少能喝一点而已。最重要的是,内心深处对这种清爽的、号称液体面包的东西并不排斥。炎炎夏日,口干舌燥,能找三两个知己小聚,一杯冰啤下肚,清凉凉爽之感从口中蔓延至全身,那种感觉倒蛮惬意的。我对啤酒本没有依赖感,酒量也不大,独自一人时往往是一杯或一瓶,人多也是不会超过二三瓶。只不过,近些年来身体慢慢有些发福,竟也有了被妻子戏谑的“啤酒肚”。我也搞不清到底是因为生活质量提高了,还是因为运动锻炼减少了,或者真的是因为喝的啤酒相对多了些,就多少有些控制自己。

人到中年了,就有意识地把健康放在了重要的位置上,因为我们已经没有了可以挥霍的资本。妻子通过上网学习,说应常喝些葡萄酒,既可以美容还可以软化血管,有很好的保健功能。我欣然同意,好啊,葡萄美酒夜光杯,多么地诱人啊!我本是一个骨子里有些浪漫情调之人,往细挑地高脚杯里倒些红如琥珀状的液体,轻轻端起,未及入口醇厚的芳香早已沁人心脾,怎么不令人陶醉?若有烛光,再与心爱的人碰个杯,心中早已溢满爱意,饮下去的可不仅仅是美酒,更是满怀浓缩的美好生活!真是酒不醉人人自醉,一盞能消万古愁啊。

脑海里突然想起才女小雅的那篇博文《男人是什么味》,文中所撰四味:烟味、酒味、茶味、汗味。当时我就想,如果一个像我一样的男人,不会吸烟,不喝白酒,不懂品茶,只有一身臭汗,莫非就算不得是个真正的大男人?或者说,是远离潇洒的残缺人生?人生如水亦如酒,绵薄醇厚应自知。

我与酒的故事讲完了,用一句话做为结尾:白酒是我的苦难人生,啤酒是我的享受人生,红酒是我的健康人生!

(泉水)

“我与酒的故事”征文启事

凡个人亲身经历的与酒有关的事与情,无论大小,皆可提笔为文,发给我们。字数在 800 字以内,散文、诗歌、杂文、故事均可。

2. 征文方式:

电子文档请发送至电子邮箱:zkrb2578@126.com,来信请寄:周口日报社酒水餐饮部 付永奇收。

为引导读者建立正确的酒类消费观念,本报举行“我与酒的故事”有奖征文,欢迎读者朋友将生活中遇到的有趣的酒故事、健康饮酒的心得体会、酒类消费与酒文化、与酒有关的轶事趣事等,付诸笔端,与大家分享。

1. 征文内容及体裁:

咨询电话:8599376

3. 征文评选:

本报对来稿进行评定并择优在报纸上予以发表,凡文章见报作者及优秀作品作者均可持报社发放的奖品卡到万姓缘领取价值 100 元酒品一提。

领奖电话:13838638696

“我与酒的故事”征文由河南万姓缘酒业协办
万姓缘酒业地址:周口市大庆路北段 电话:8588999