

广东星达集团携“朝朝向上”养生洋酒强势亮相武汉糖酒会

又一业外资本强势抢滩养生酒产业

广东星达集团总部位于广东中山，历经 20 年的发展，成为一家集房地产、高端名酒、文化产业及包装纸贸易为一体的大型多元化集团公司。

尽管酒行业正处于深度调整当中，但业外资本反而上演着一场场争夺行业拐点带来机遇的大戏。继不久前传出娃哈哈将砸下百亿进驻仁怀白酒工业园后，在本届武汉秋糖会上，广东星达集团携“朝朝向上”养生洋酒高调亮相，踏出了星达集团酒业版图扩张的第一步。

和联想控股、五叶神、星河湾等跨界资本瞄准白酒产品不同，广东星达集团却创新性地打造出“养生洋酒”的概念强攻高端市场。行业调整期下，高端白酒正历经量价齐跌的阵痛，但广东星达集团却独辟蹊径，欲开辟养生酒的创新性产品养生洋酒，并正式成为世界上第一款养生洋酒。

广东星达集团为何将目光投向养生洋酒行业？对此，酒类资深营销专家铁犁表示，“广东星达集团把养生洋酒产业化是看到了未来市场的巨大潜力。随着中国经济的发展和消费结构的调整，高端、时尚、奢华的气质越来越受中国政商人士、洋酒爱好者的追捧和喜爱，星达集团希望做未来饮酒方式的引领者。‘朝朝向上’是一款男人懂的酒，也是一款懂男人的酒，同时也适合懂男人的知性女性，未来的市场将大有可为。”

朝朝向上打造世界第一款养生洋酒

广东星达集团董事长叶锦福先生非常注重养生，他既看到了传统养生酒的功效，也洞察到了传统养生酒不能登大雅之堂的定位局限。故他把传统养生酒赋予了经典、时尚、奢华的洋酒文化在其中。

“朝朝向上”在北京、广东，甚至国际政商界中，享有极高的口碑。朝朝向上酒正是定位在既有传统养生酒的功效，也有高端洋酒的口感，饮后有如沐阳光，浑身是劲的感觉。

据记者了解，尽管这款产品在今年 1 月份才正式上市，但广东星达集团早在 20 年前已经跟酒类接触。“1993 年广东星达集团董事长叶锦福先生作为一种个人爱好在中医名家的指导下，尝试用虫草及 30 多种名贵中草药天然浸泡养生酒，并在浸泡过程中加注干邑，经过多年尝试和调校，从而造就出这款无与伦比的养生洋酒。”

“2003 年这款养生洋酒被叶锦福先生带到北美洲，由于其不但具有卓越的养生功效，而且没有普通中国酒令西方人的不适的口感，更符合西方人的饮酒习惯，他们饮后都有热血沸腾的感觉。因此，当地人都用这种感



受来称呼这种酒“Morning Morning Up”，寓意生命每时每刻都充满一股火热激情的动力。由此，“朝朝向上”便成为了这款酒的名字。

2009 年，看好国内对养生洋酒消费需求膨胀的叶锦福先生决定将这款酒进行规模化和产业化生产，并在中山设厂。广东朝朝向上酒业有限公司执行董事麦何晖透露，叶锦福先生注重养生的同时对食材品质要求极为严格，在计划规模化生产的同时，广东星达集团在原料采购以及品质内控等方面都砸下了重金。“我们的生产过程是按欧盟 GMP 标准执行的，而且通过科研力量的支撑，将品质内控标准提升至比国家标准高 50% 以上，堪称目前国内最高标准的养生洋酒。”中国酒业协会秘书长王琦在今年视察朝朝向上生产基地时就曾表示：该灌装车间是我见过的卫生标准最高的。

麦何晖表示，“朝朝向上”先把 30 多种养生材放在白酒与干邑的混合酒基中浸泡 2 年，然后再次加注干邑陈化三个月才能灌装上市。

中国酿酒工业协会白酒专家组原组长、著名白酒专家梁邦昌高度评价了“朝朝向上”，认为该酒品特点突出，酒品温和，口感丰满，诸味协调，富有层次，清爽悠长，饮后尤甘。同时酒品出身高贵，既很好地坚持了传统养生酒纯朴工艺，同时也很好地融入了法国干邑的口感和品质，应该让更多的洋酒、养生酒爱好者感受“朝朝向上”的魅力。“朝朝向上”开创了养生洋酒品类的新纪元，随着“朝朝向上”品牌逐渐被消费者认知，其品牌价值将占据应有的地位。

“朝朝向上”很好的阐释了“经典、时尚、奢华、养

生”，梁邦昌称，“经典就是不可复制，时尚就是创新，奢华就是极致，养生就是回归生命本质。”对于奢华，梁邦昌称，朝朝向上酒包装很奢华，蕴含的内容很奢华，体现了天人合一的智慧。

梁邦昌认为，以保健酒为主的养生型配置酒往往强调功效，比如抗疲劳、滋阴补肾、壮阳等，这容易让消费群老化，也限制了消费群的增长。“朝朝向上将养生与洋酒结合，走高端奢华路线，走差异化路线，是扭转消费者对养生洋酒认识的有益尝试。”

“当西方洋酒的极致浪漫诱惑邂逅华夏数千年中药养生精粹，一款让男人在黑夜如骑士般驰骋，清晨又如朝阳般

活力充沛的养生洋酒奢华诞生，尊贵不是付诸表面，而是源于血脉。”麦何晖如是形容，“朝朝向上”将会成为世界养生洋酒中无与伦比的皇者。

保健养生酒扩容是大势所趋

在广东星达集团重金介入酒行业的背后，是整个保健、养生酒市场迅速扩容的一个缩影。公开数据显示，2012 年保健酒市场规模已达 130 亿元人民币左右，总销量超出 100 万吨，保健酒行业正以年均 30% 的增速高速发展。专家预测，2013 年保健酒市场将成长为继白酒、葡萄酒和啤酒之后，国内酒业的第四大市场。

据业内人士分析，在国际市场上，保健酒、养生酒、营养酒的消费量占酒类消费总量的比例约为 12%；而在我国，白酒的市场容量是 5000 亿元，若按 12% 比例计算，保健酒的市场规模应在 600 亿元左右，显然，与目前的 130 亿元相比，具有巨大的成长空间。

而白酒行业从 2012 年下半年开始进入深度调整期，产量和行业增速显著放缓。商务部日前发布最新数据显示，2013 年上半年我国白酒行业产量、销售额以及利润增幅均较去年出现不同程度的回落。上半年，规模以上白酒企业累计产量 588.9 万千升，同比增长 9.21%，与去年相比处于较低水平。

随着白酒行业“寒冬”的到来，保健酒市场正吸引着白酒巨头的抢滩。据记者了解，从 2011 年开始，汾酒集团开始将保健酒品牌汾酒独立运作。其销售收入从几千万迅速跃升至亿元级别。去年其营收为 4.5 亿元，今年的规划是 7.5 亿元，十二五规划的目标是 20 亿元。此

解读“传祺效应”

广汽传祺再次成为中国—东盟博览会唯一官方指定用车

府采购中也突破原有的东南沿海范围，进入了四川、杭州、宁夏等地公安、交通、消防系统及大中型企事业单位。比如“山城”重庆对传祺的动力系统、通过性和安全性十分满意，重庆市运管局一次性采购了 30 辆传祺 GS5 执法车。

踏实地做正向研发，而不是急于上市而短斤少两；扎实地创品牌，而不仅仅是拼销量，这不仅仅是广汽乘用车的思路，也是中国几代汽车人的梦想。只是这样一个美好的梦想，曾受到各种各样现实条件的束缚，现在广汽传祺把它付诸于现实，并且一路坚持下来了，可以说是完成了老汽车人们的梦想。

传祺这样一个范本的成功，对于中国汽车业未来的发展是很有借鉴意义的。众所周知，中国强大的是汽车市场，却不是本土汽车企业。

在这样一种氛围中，中国本土汽车品牌是老老实实做正向研发，做品牌，还是靠模仿，挣快钱，两种思

外，拥有白酒品牌牛栏山的顺鑫农业近日抛出了高达 17.43 亿元的定增计划用于白酒技改，其中一部分投入就是增加配制酒灌装生产线，提高药酒和果酒产量，进一步扩大保健型配制酒市场份额。

梁邦昌表示，随着消费者对养生日益重视和品质生活意识的提高，时尚、经典型的养生洋酒消费会成为饮酒的一种新趋势，市场容量还有望进一步提高。

中国的养生洋酒市场无疑有着巨大的发展潜力，但当前保健酒的增长也遇到了一定的瓶颈。“保健酒强调功效，比如抗疲劳、滋阴补肾、壮阳等，这样的功能诉求加上产品的良莠不齐，往往制约消费群的增长。”

“‘朝朝向上’代表了经典、时尚、奢华、养生的生活方式”，梁邦昌表示，传统保健酒因其偏重药酒功能性难登大雅之堂，朝朝向上既吸收了传统养生酒的汉方精华，但是又赋予了高端洋酒的品味而成功规避了这一风险。

10 亿元战略储备为后续扩张铺路

记者了解到，这款规格为 700 毫升的产品，零售价高达 2288 元，此价格比市面轩尼诗、马爹利、人头马等干邑品牌的主流产品零售价仍高出 50%。

对此，有专家表示，酒有白酒、红酒、保健酒、黄酒之分。从健康角度看，白酒、红酒都因酒精和杂质的不同含量，对肝、脏、心血管等都有不同程度的危害。而一般的保健酒因局限在祛风湿等药酒的定位，且缺乏时尚、奢华的价值属性，因此难登国宴、政商交流的大雅之堂。

“朝朝向上”定位高端，其经典、时尚、奢华、养生的品牌价值支撑起这个价格。酒业泰斗梁邦昌等专业人士品鉴后纷纷表示，“朝朝向上酒品质高雅，其内在的价值远超目前的市场售价，未来其价格还有很大的上升空间。”

据麦何晖透露，按朝朝向上 700ML 奢华版团购价 1788 元来保守估计，目前朝朝向上中山厂光是酒液的储备价值就超过 10 亿元，广东星达集团已经做好后续市场扩张的战略储备。

“每一滴朝朝向上酒如琼浆玉液般珍贵，所以我们不急于抛售”麦何晖表示。行业权威人士认为，如果茅台、轩尼诗 XO 名酒是酒业的 LV 的话，那么朝朝向上就是酒行业的“爱马仕”，愿经典、时尚、奢华、养生的朝朝向上酒能够让更多人拥有，让这款“懂男人的酒、男人懂的酒”带给男人无限的能量，也让更多懂欣赏男人的知性女性也能品尝和感受个中的美妙。（魏 勇）

2012-2013 年度中国家用电器行业品牌评价结果在京发布

本报讯 日前，2012-2013 年度中国家用电器行业品牌评价结果在京发布，《2012-2013 中国家用电器行业品牌发展报告》也于会议同期发布。

中国家用电器研究院在工业和信息化部消费品工业司的指导下，于 2013 年 3 月正式启动“2012-2013 年度中国家用电器行业品牌评价活动”，活动于 2013 年 7 月结束，评价范围由去年试评价活动的 6 个产品类别扩展至 8 个，增加空气净化器、净水机等具有发展潜力的热门小家电产品。活动经过企业申报、材料初审、品牌评价得分、专家评审等不同阶段，针对符合条件的家电品牌，评审委员会以“CBES”品牌评价指标体系为基础，最终从入围的 130 余个品牌中评选出电冰箱、洗衣机、空调器、储水式电热水器、吸油烟机、电饭煲、空气净化器、净水机产品的“十强品牌”，共计 70 个优秀家电品牌。其中，海尔、西门子、美的等电冰箱；海尔、小天鹅、西门子等洗衣机；格力、美的、海尔等空调品牌均榜上有名。

同时评价出“最具创新力家电品牌”、“最具成长力家电品牌”、“最具影响力家电品牌/小家电品牌/外资家电品牌”等单项榜单。为进一步提升中国家电品牌在国际上的影响力，中国家用电器研究院将中国家用电器行业品牌评价结果带到德国柏林“IFA”展会上进行发布。（冉 荷）

第三届“青年恒好”大学生创意编织作品展示活动在京启动

本报讯 日前，由 KAB 全国推广办公室、恒源祥（集团）有限公司共同发起的第三届“青年恒好”大学生创意编织作品展示启动仪式在北京举行。

活动主办方表示，自 2012 年第一次将创意编织作为一个独立元素，融入“青年恒好”活动整体方案设计以来，活动一直坚持着“创意改变生活”这一理念，持续开展创意编织大赛，这一方面是为了配合下半年“青年恒好”校园编织吧创业项目的落地，为编织吧创业者营造一个更好的编织文化氛围，让更多同学参与体验编织快乐；另一方面也是希望借着大学生的创新创业，让更多优秀的编织作品进入人们的生活，并感受编织的魅力。

KAB 全国推广办公室总干事张坤表示，坚持举办编织作品展示，希望让创业青年的思想精华成功落地，让每年精心准备展示编织吧的同学们从“策划者”的角色转变成“实干家”，在这样的角色转换中，他们可以亲身感受到作为白手起家的创业者所经历的困难和挑战。

据介绍，大学生创意编织作品展示活动即日启动，参赛者在 2013 年 9 月 25 日至 2013 年 11 月 30 日之间登录青年恒好官网注册后上传作品，所有作品均需通过主办方审核后在活动页面上进行展示。本届活动将通过网络投票和专家评审，评选出“最具创意奖”、“优秀创意入围奖”、“最具商业价值奖”等优秀创意编织作品并给予奖励。（冉 荷）

中小企业在我国经济发展中占有十分重要的地位。据统计，我国在工商登记的中小企业已超过 800 万家，占全国的 99%。中小企业提供了全国 75% 的城镇就业机会，创造的工业总产值、销售收入、实现利税分别占全国的 60%、57% 和 40%，出口总额占全国的 60%。

但是，当前我国中小企业发展遇到的诸多困难中融资难最为突出，制约了中小企业的发展。当前，中小企业融资难，既有中小企业内部原因，也有中小企业外部原因。

从企业方面看：大多数中小企业规模较小，管理制度不健全，有效资产不足，抵押担保难落实，尤其是小微企业，管理差，有效抵押物严重不足，因而难以得

到金融支持。从银行方面看：中小企业用款一般具有融资额度小、期限短、户数多、涉及行业广的特点，单户贷款风险暴露的频率高、周期短，也使银行对中小企业授信不大放心。从资本市场看：适合中小企业的投资基金、创业板市场以及各种产权交易市场等直接融资方式还没有完全建立起来，大部分中小企业在短期内还难以涉足资本市场，银行业金融机构贷款仍然是中小企业融资的主要渠道。从社会方面看：一是信用担保机制还不完善，还没有建立起一套完整的为中小企业贷款提供信用担保的机制。二是失信惩戒机制尚未真正建立起来，守信者得不到激励，失信者不到惩戒。三是诚实守信的社会氛围尚未真正形成，逃

近日，威龙在甘肃武威发起了一系列参观生产基地的活动，吸引了来自近三百多名经销商和爱酒人士探秘。威龙一望无际的有机葡园，巍峨挺立的有机庄园，业界领先的有机技术，全景式地展现了威龙的“有机”生产实力和威龙有机美酒的酒宴品质，更向酒商们描绘了健康向上的“有机”生活。

据威龙负责人介绍，为了全程保证有机品质，威龙除了拥有自己的生态肥生产基地，还创新探索出了“公司化经营，工厂化管理”的农业产业化模式，实现了公司与农户最紧密的结合。从有机苗木、砧

木的选育，到生态肥供应与施用，再到病虫害有机防治技术，以及葡萄的采摘、加工等各个环节，建立起标准化管理体系，引入质量追溯系统，全程保证国际大师团队的有机技术得到不折不扣地应用，确保种植出品质最好的有机葡萄、生产出品质最高的有机葡萄酒。

近几年来，威龙在有机行业的成果有目共睹，创造了一个个“有机”神话，威龙作为中国最大的有机葡萄酒生产商，不仅拥有中国最大的有机葡萄庄园，也是“国家科技部星火计划重点项目——有机酿

废银行债务的现象时有发生。面对这种状况，银行业金融机构给中小企业授信就不得不谨慎。

针对上述原因，为了破解中小企业融资难题，有关部门应当引导中小企业完善治理结构，加强内容管理，完善财务制度；引导银行业金融机构开展改革创新，包括完善服务体系，研究解决中小企业有效抵押物缺失问题；创新服务品种，拓宽中小企业融资渠道，特别是支持具备条件的中小企业通过资本市场融资；加强中小企业信用体系建设，解决因信息不对称致使中小企业贷款难的问题；建立守信激励和失信惩戒机制，切实改善中小企业投融资环境，从而缓解中小企业融资难的矛，促进中小企业快速健康发展。（盘棋夫）

酒商探秘威龙“有机”美酒生产基地

葡萄酒生产与加工关键技术研发与示范项目”的承担企业。今年，威龙首创全球整桶自动恒温葡萄酒产品——“威龙私享酒窖”，为美酒提供了最佳的存储环境，解决了“美酒难存”的问题，满足了人们对“有机”的高品质生活需求，已然成为中国有机葡萄酒的领路人。（周 黎）