

# 珠啤牵手英博提升粤啤酒文化

□信息时报记者 吴伟玮

日前,珠江啤酒集团和世界最大的啤酒集团——英博啤酒集团在莫斯科举行总部经济合作签约仪式,双方将在珠江啤酒集团广州总部共同打造三大中心——国际啤酒文化展示中心、世界知名啤酒跨国企业总部基地和国际品牌啤酒销售中心。这无疑将进一步加速“大珠江新城”中央商务区的会展经济和总部经济建设,也进一步推进广州“首善之区”的建设。



常务副市长郭毅敏表示,广州市政府将全力支持其合作。信息时报记者 任传富 摄

## 合作由来已久

在签约仪式上,珠江啤酒集团董事长方贵权和英博啤酒集团中东欧副总裁马利莲(Marilen)女士签订了《合作意向书》。据了解,创立于1366年的英博啤酒集团(Inbev),是全球第一大啤酒公司,旗下拥有逾200个品牌。珠江啤酒是中国第一支纯生啤酒的制造者,在中国啤酒市场素有技术领先的地位。

事实上,英博啤酒集团和珠江啤酒集团的合作堪称源远流长。早在1984年,英博啤酒集团就通过技术转让,开始和珠江啤酒合作。时至今日,双方的合作范围已包括技术、资本、市场、文化等多个领域。

## 双方共建“三大中心”

根据合作意向书,在双方合作建设的“广州国际啤酒博物馆”即将落成之际,英博啤酒集团和珠江啤酒集团将努力将珠江啤酒集团广州总部打造成广州国际啤酒文化展示中心,让国际啤酒行业的展览和论坛等盛事更多地落户在广州,促进国际啤酒文化在中国的发展,进而提升广州啤酒文化在国际啤酒业界的影响力。

英博啤酒集团将率旗下时代(Stella Artois)、贝克(Beck's)等世界知名啤酒品牌,进驻以会展经济为核心的琶洲地区。

此外,英博啤酒集团和珠江啤酒集团将以珠江啤酒集团广州总部为基础,共同建设世界知名啤酒跨国企业总部基地,吸引世界知名啤酒产业链跨国企业总部入驻。

最后,英博啤酒集团和珠江啤酒集团将借助珠江啤酒集团毗邻广州国际会展中心的良好地缘环境,利用电子商务等手段,共同建立国际品牌啤酒销售中心。

广州珠江啤酒集团有限公司董事长方贵权表示,双方共建“三大中心”,进一步深化双方在技术、

研发、管理、营销等方面的合作,将促进广州啤酒工业的发展,也将为提升广州啤酒文化氛围做出应有贡献。

常务副市长郭毅敏指出,珠江啤酒集团和英博啤酒集团全方位合作,打造“三大中心”,必将加快珠江啤酒国际化发展的步伐,也与广州建设“首善之区”的思路高度一致。

“广州市政府将全力支持这些合作项目,促进国际啤酒巨头在广州设立总部,提升广州啤酒文化在国际啤酒业界的影响力。”

## 帝亚吉欧推“代驾”公益活动抵制酒后驾驶

随着洋酒消费旺季的到来,全球领先的高档洋酒集团帝亚吉欧近日在北京正式启动其“守护天使”公益活动,以更贴近消费者和更具趣味的形式推广“理性饮酒”理念。

据悉,从11月开始,帝亚吉欧“守护天使”将会出现在北京、上海、广州和成都的主要俱乐部和酒吧,与消费者进行互动,派发印有“理性饮酒”贴士的饮用水和其他倡导“经酒勿驾”观念的宣传品,并为饮酒的消费者提供“守护天使”代驾服务。

此外帝亚吉欧还邀请了国内知名艺人袁泉和李宗翰作为首批“守护天使”,

希望能够以他们的号召力来吸引更多的人关注“理性饮酒”,成为抵制酒后驾车的倡导者。

作为帝亚吉欧“守护天使”公益活动的亮点之一,该代驾服务将从11月开始在北京、上海、广州和成都四地开通。参加活动的消费者将有机会获得“守护天使热线”密码卡,凭借该卡,消费者可以拨打免费热线号码4008829129享受代驾服务,以实际行动抵制酒后驾车。

这也将是国内首个由洋酒公司为饮酒后的消费者专门设立的免费代驾热线电话服务。

信息时报记者 黄丽嫦

## “金蝴蝶”现象引洋葡萄酒市场关注



进口葡萄酒近年来攻势迅猛,已经成为广东葡萄酒市场一股不可或缺的力量。其中,一个叫“金蝴蝶”的品牌自2007年以来在某些渠道的增长速度达到100%,不但成为华南最主流的进口葡萄酒品牌之一,更在广东葡萄酒市场引发一场“金蝴蝶”效应。业内对“金蝴蝶”的成功模式颇为关注。

### 终端全渠道运作

业内人士认为,尽管进口葡萄酒目前发展势头迅猛,但受限于各品牌在国内的规模和产量有限,难以对各品牌进行大规模的宣传和投入,暂难与国产葡萄酒抗衡。不过,“金蝴蝶”的运营商广东龙程公司就通过全渠道的运作,以“多酒种、多品牌”的战略突破了局限性,跃为广东主流的进口葡萄酒品牌。

据了解,目前金蝴蝶在广东已进入600多家商超、300多家餐饮、200多家夜场。在好又多、家乐福等KA卖场的销量常居进口红酒首位;在广州、深圳多家夜场均名列红酒销量前茅,很多夜场月销量都在500支以上。在全国,金蝴蝶已经布局3000多家终端网点。记者在家乐福、好又多等众多KA卖场看到,“金蝴蝶”均摆放在葡萄酒专柜最佳以及相对独立的位

置,甚至以醒目的堆头配合“来自欧洲的魅力”的宣传海报来吸引消费者的目光。在每个堆头必定有经专业培训的促销小姐给消费者提供所需的葡萄酒常识。

“在主流餐饮,金蝴蝶同样用促销小姐配备海报推广,表现也十分出色。最后,通过不断举办促销和买赠等活动,金蝴蝶才最终成为商超渠道最为畅销的红酒品种之一。”龙程的相关负责人表示。

此外,在夜场,金蝴蝶一举包下广州CBD区环市路上朝歌夜总会进口红酒专销权,并落子广深数十家高档夜场,此举助“金蝴蝶”一跃成为珠三角夜场的主流葡萄酒品牌。

### 08年商超增长超50%

据了解,目前金蝴蝶总共开发了10款产品,涵盖了30-40元到260-280元的价格带,实现了消费群的全覆盖。这些产品大部分采用国内红酒少用的勃艮第瓶,外加隔热布套,和传统波尔多瓶形成明显差异。广东龙程董事长温文龙表示,2008年,伴随进口红酒销量迅猛上升和全国化浪潮,金蝴蝶在华南市场商超渠道增长更是在50%以上,部分夜场渠道增长超过100%,全年有望实现50%以上的综合增长率。

信息时报记者 黄丽嫦

## 昔士风西餐连锁清远店开业

### 新餐厅将主打美食娱乐一体化新概念

日前,随着昔士风西餐连锁清远分店的隆重开业,广州市昔士风西餐连锁有限公司进入了一个新纪元。这家位于清远市清新县环城路119号广硕文化娱乐广场一楼新餐厅不但坚持将一贯的浪漫风情、优质服务 and 标准化高品质的菜式带到了清远,还一改单纯西餐厅的经营模式,致力于打造美食娱乐一体化的餐饮新概念。

据了解,拥有5层楼高、面积近3万平方米的广硕文化娱乐城中,既有昔士风西餐厅,还有日式铁板烧的豪华包厢和普洱张茶艺馆、大型溜冰场、量贩式KTV、电脑城甚至还有美术馆。而昔士风不仅独立经营还是整个休闲娱乐城的餐饮供应中心,提供KTV自助餐服务及特饮等全方位的服务。这种美食娱乐一体化的经营方式不仅为清远的消费者提供了健康的休闲生活方式,更为餐饮娱乐的连锁经营提供了很好的复制模式。

在昔士风西餐酒廊清远分店,消费者不仅可以品尝到昔士风中西合璧的经典菜式,西餐的精品牛扒、“招财童子鸡”、纯正的咖啡,在11月所有昔士风连锁餐厅与美国国家禽肉类协会共同举办的“欢乐美国鸡肉美食节”上,还能体验到大厨们精心研制的十余款美国鸡肉菜式。



昔士风不仅独立经营还是其所在的休闲娱乐城的餐饮供应中心。(资料图片)

### 相关链接

据了解,昔士风创立于1996年6月18日,至今已有12年的经营史并拥有四间直营连锁分店,是广州的老牌西餐厅。12年来,“昔士风”以优雅的欧陆风情、优质的中西美食和服务、大众化的价

格、唯美浪漫的音乐氛围深受顾客的喜爱,已经成为广州消费者所熟知的西式餐饮品牌。

2008年昔士风进入稳步快速发展阶段。广东省餐饮服务行业协会副会长、“中国特许经营优

秀管理者”张智强博士加入昔士风,发展现代管理模式连锁经营,以强大而独特的连锁经营管理体系在全国拓展“昔士风”西餐酒廊的特许加盟及合作业务。

信息时报记者 吴伟玮