



艾利丹尼森市场经理Vincent Chen说：“新的标签设计简单明了，充分的表达长城品牌现代定位。新标签采用了四至五色胶印并结合压凸和烫金工艺。在材料应用上艾利丹尼森为长城公司的葡萄酒标签推荐了本白和米色两款艺术纸标签材料。特殊设计的材料结合精美的印刷，使得长城品牌体现出醇厚历史中沉淀出的低调奢华，简洁现代中不失传统与高贵。新的标签不仅使得酒本身价值提升，更完美彰显了长城葡萄酒的深厚内涵。

艾利针对葡萄酒行业应用的特殊性，研发了11款专门的不干胶葡萄酒标产品,而且还为各个酒厂和标签印厂提供了精心周到的售后服务和专业的技术支持。针对传统湿胶的不足之处和各种实际生产中遇到的种种问题,由艾利中国团队设计的不干胶标签材料充分满足了葡萄酒罐装、储存以及饮用整个过程中对标签材料提出的各种严苛需要。



在为长城提供百分之百本地化不干胶解决方案以外，艾利丹尼森还与中粮长城酒业公司及配套标签加工厂密切配合，组织了多次不干胶标签技术培训会，以提高他们对不干胶标签材料和应用知识的了解。来自运营、品牌管理和管理部门的60余先后人参加了艾利的培训。

Vincent Chen说：“由于先期投放市场的使用不干胶标签产品收到客户的好评，中粮公司宣布将在跟多的产品上使用法森不干胶材料。此外，中粮长城公司还表示，未来几年内将会有60%的产品上采用不干胶材料以提升产品的形象。

欲了解更多产品信息，请联系艾利丹尼森客户代表，您可拨打下方您所在地区的电话号码，或访问我们的网站www.enhanceyourbrand.com/cn。

艾利丹尼森公司2011年版权所有。法森® (Fasson) 及所有其它艾利品牌、产品名称、代码均为艾利丹尼森公司旗下商标。所有其它品牌与产品名称均为其各自所有者的商标。

香港 (亚太区总部) 香港九龙九湾宏光道39号 宏天广场32字楼 电话: 00852 2802 9618 传真: 00852 2588 1344	上海 上海市徐汇区虹梅路1801号 新业园宏业大厦5楼 邮编: 200233 电话: 021 3395 1888 传真: 021 3395 1988	昆山 电话: 0512 5770 2174 传真: 0512 5770 3635	北京 电话: 010 8766 3354 传真: 010 8766 3584	成都 电话: 028 8782 7790 传真: 028 8782 7119	深圳 电话: 0755 2780 0867 传真: 0755 2780 0763
	广州 电话: 020 8226 5268 传真: 020 8226 6183	天津 电话: 022 2498 0504 传真: 022 2498 6338	武汉 电话: 027 8832 3263 传真: 027 8832 3007	青岛 电话: 0532 8090 5020 传真: 0532 8090 5020	

enhanceyourbrand.com/cn

标签所至，与众不同

时尚简洁的标签提升中粮长城品牌葡萄酒的
销量和货架吸引力



崭新形象使品牌赢得更广的消费群体

根据近期中国葡萄酒行业报告显示，随着中国年轻一代受西方文化的影响越来越深，中国葡萄酒行业正酝酿着一场革命。葡萄酒行业在中国被视为“朝阳”产业，随着销量激增，产品种类的大幅扩大，近年来的葡萄酒消费产生了巨大的变化。这种变化主要归功于城市中产阶级人群的扩大、城市化进程和可支配收入持续的增加。

黄酒是中国传统的饮品，但随着中国人逐步逐渐富裕开放，中国人的饮酒习惯已经逐渐发生了巨大的变化。葡萄酒消费在20-30岁的新一代城市人群中稳步发展，并已日益成为一种现代时尚的生活方式。



中国的葡萄酒产业在未来20-30年将会存在着巨大的市场商机。根据 Wine Intelligence (一家为葡萄酒行业提供咨询、品牌服务和研究分析服务的著名国际公司) 发布的最新研究报告“中国葡萄酒市场前景报告”显示中国市场正以每年以25%的速度发展，2010年国内产量已达106万吨，已经成为了全球第六大葡萄酒生产国。

巨大的市场发展空间为国内新老品牌葡萄酒生产企业提供了巨大的发展机遇，中粮长城便是其中最为成功的品牌之一。中粮酒业有限公司是中粮集团全资子公司，主要经营葡萄酒、绍兴酒和进口酒等业务。作为中国专业化、一体化的酒类运营商，中粮酒业运用全球资源及现代化的生产及营销管理技术，为消费者提供多元化，高品质的饮酒享受。

目前，长城定位为中粮公司的中高端品牌，其在国内主要葡萄产区种植有如雷司令、霞多丽、苏维翁、席拉子、美乐、赤霞珠、黑比诺等葡萄品种。

2006年，中粮酒业（长城葡萄酒）成为北京2008年奥运会葡萄酒独家供应商。2009年，长城葡萄酒成为中国2010年上海世博会的唯一指定葡萄酒。长城葡萄酒也成为世界葡萄酒领域唯一集两大国际顶级盛会于一身的葡萄酒品牌，并且在亚洲葡萄酒竞赛和布鲁塞尔国际葡萄酒竞赛等国际比赛中屡获殊荣。

作为葡萄酒东方世界的杰出品牌代表，长城在年销量、总市场份额和出口额等项指标上连续多年名列行业前茅，可是公司还是在2010年战略性地重新设计了标签。这一决策将有助于长城提升品牌与消费者之间的情感联系。

中粮酒业公司品牌部经理秦平说：“公司希望重新定义品牌形象，从而在与强劲竞争对手的竞争中进一步提高市场份额，巩固长城品牌的地位。具有吸引力的包装可以让我们的产品脱颖而出，同时具有吸引力的标签设计也可以满足消费者对高端品牌的需求，并与他们的生活品味相匹配。随着中国葡萄酒消费者的年轻化，具有时代感的标签设计正逐步走向前台，有助于确立和巩固葡萄酒品牌。”



清晰正确的产品定位是吸引消费者的关键。每天都有越来越多的消费者意识到标签的重要性和作用。随着消费者对葡萄酒的认知意识越来越强，货架吸引力已日益成为葡萄酒选择过程中的关键因素之一。长城公司认为需要对这种不断增强的影响力予以充分利用，并重新设计自己的标签，同时引入自动贴标设备和技术。

公司希望新的标签设计能够表达出长城在葡萄酒酿造方面的悠久传统，但又需要采用现代图形化方式。品牌部与当地标签设计室密切合作以建立新的品牌形象，旨在赢得更广泛的消费群体，同时保持自己已有的忠实客户。

为了完善新的标签设计并提高运营效率，长城公司将逐渐淘汰传统的湿胶标签，取而代之为新型的不干胶标签。