



有一个地方不能只有我们知道 戈斯曼酒业带您走进纯正法国酒庄

位于合肥市城区东北部的新站高新技术产业开发区，近年来的发展有目共睹。聚焦“芯屏器合”，新站高新技术产业开发区致力于打造量质双优的“产业新城”，宜居宜业的“智慧新城”，环境优美的“生态新城”以及创新发展的“开放平台”。

展望新站发展，不难发现生态旅游的发展已成为当前该区的发展“大势”之一。地处新站高新技术产业开发区内少荃湖西段的“戈斯曼美景庄园”可谓是其中佼佼者。该项目由安徽省知名的专业化葡萄酒品牌运营企业——安徽戈斯曼国际葡萄酒有限公司投资建设，是集红酒交易、品鉴体验、旅游观光、文化交流为平台的综合型红酒主题体验园。建成后填补省内乃至华东地区空白，展现经典法式酒庄建筑风格，全面呈现法国典型酒庄文化，大力推动文化产业的发展。

A 国内葡萄酒消费需求日渐走旺

“葡萄美酒夜光杯”这样一句千古流传的诗句无时无刻不在勾起人们对葡萄酒的无限遐想。说起葡萄酒自然不能不提法国，法国的葡萄酒文化是伴随着法国的历史与文明成长发展起来的，葡萄酒文化已渗透进法国人的宗教、政治、文化、艺术及生活的各个层面，与人们的生活息息相关。

在法国每一瓶红酒都有着属于它的故事，与其说是喝一杯葡萄酒，还不如说是在品一段文化历史传承。随着人们生活质量的提高，越来越多的消费者在商务宴会上养成了喝葡萄酒的习惯，并把这种习惯带入到社交生活中，近年来，中国红酒消费者也逐渐把红酒当成礼品赠送转变为更多的自身消费。

国内葡萄酒消费需求走旺，带动进口量大幅增加。依据wind数据库数据统计可知，自2008年至2014年，进口红酒占比从13%上升到26%。未来几年，我国葡萄酒需求将持续升温，预计消费量将增加60%以上，到2018年中国葡萄酒净进口量将达到创纪录的7.9亿升。



B 戈斯曼以红酒文化引导时代潮流

戈斯曼国际酒业公司作为国内知名进口葡萄酒运营企业，一直专注于大力推广红酒文化，引导时代消费潮流。

戈斯曼葡萄酒先后获得“2008年度葡萄酒行业最具竞争力品牌”、“第四届中博会唯一指定用酒”、2009-2013年“连续两届全国运动会安徽代表团唯一指定葡萄酒”、2009-2011年“连续三届中国国际徽商大会唯一指定用葡萄酒”、“2011年中国葡萄酒市场年度品牌”、“2013年安徽省第二届企业品牌峰会‘最佳品牌企业’”、

“2012首届信誉酒商（进口葡萄酒）联盟成员单位”称号、“2012-2013中国葡萄酒市场年度佳酿”“2013年全国糖酒会第七届巅峰国际葡萄酒挑战赛‘最具竞争力葡萄酒’”等一系列荣誉称号，特别获得安徽省内近几年各类大型活动暨庆典用酒的戈斯曼理所应当的在葡萄酒业界享誉盛名。

2013年10月，“戈斯曼美景庄园”的建立，标志着华东地区拥有了第一家综合型红酒主题文化体验园，翻开华东红酒文化观光旅游新篇章。



C “一比一”实景呈现法国酒庄魅力

区别于其他的葡萄酒文化，法国葡萄酒文化最大的特色当属它的酒庄。“葡萄酒庄”的概念便起源于法国，是欧洲葡萄酒文化的一种体现，“种在酒庄，酿在酒庄，灌在酒庄”，一瓶酒在上市销售之前所经历的“生活”都在酒庄内实现。

在法国酒庄里，人们敬畏自然、尊重自然、回归自然，人们小心地呵护着上帝赐给人类最美好的礼物——葡萄酒。法国电影中那些浪漫的场景便时常发生在酒庄里。难能可贵的是，“戈斯曼美景庄园”将一比一呈现典型的法式酒庄建筑风格：景观大道、鲜果采摘品鉴、法式城堡、地下大酒窖、欧式小镇文化等，让您在合肥就能体验到原汁原味的法国酒庄文化，近距离体验最纯正的法式浪漫。

据“戈斯曼美景庄园”相关负责人介绍，该项目占地千亩，其中葡萄科普示范种植园内不仅将种植常见的实用葡萄，还将种植酿酒专用葡萄，待庄园正式对外开放后，还将由专业人士对游客进行科普讲解。葡萄酒后道包装、储藏、储存、配送、商务等葡萄酒文化博览更将纯正法国葡萄酒文化展现于游人眼前。关于法国酒庄你了解的文化、历史，通通都在“戈斯曼美景庄园”。同时，业内分析认为，该项目也是新站区的重点招商引资项目，建成后，对提升合肥的城市品位、丰富市民生活以及发展新站区高端服务业都必将带来积极的促进与示范作用。

与国同建，比肩美菱曾为安徽轻工骄子之一

裸出真实 拼出精彩

★一款专属于裸拼者的简装酒★

合肥酒厂有限责任公司出品 客服电话：4001331949

逆势重组，合肥酒厂携手“裸拼”强势归来

2016年，在政府、企业及相关人员的共同努力下，深圳市前海国股股权投资基金管理有限公司通过资产重组、全面整合，入主合肥酒厂有限责任公司。在“产品创新、品牌推广、服务保障和渠道建设”等四个方面上下大力气、保证突破。合肥酒厂携“裸拼”再出江湖，欲打造高端简装酒盛宴，致力于把合肥酒厂打造成安徽乃至全国白酒知名品牌，使其成为合肥市又一张靓丽的城市名片。



资源聚焦皖北区域重点突破

2016年，合肥酒厂通过对整个安徽白酒市场做出调研和分析，在裸拼酒品牌概念下推出了裸拼三个产品架构。一是以定价25元/瓶裸拼(480ml)为主销产品；二是以定价为15元/瓶裸拼(248ml)为补充型产品；三是以裸拼(125ml)为推广用酒型产品。

同时，根据产品的特性，提出“资源聚焦突破，南北互动发展；侧重消费体验，建立立体传播；渠道精耕细作、市场稳步发展”的市场操作原则。

2016年，在全省建立两个重点区域市场，一个是合肥市场，一个是皖北市场。在重点区域内建立重点市场，合肥区域的重点市场内由公司直供终端，利



用省会城市的势能高地，影响和辐射周边，塑造流行消费。合肥分为四个大区，包河区和经开区直营厂家直供终端成立营销团队，庐阳区、瑶海区、蜀山区招商。

利用皖北市场的消费价位、消费容量、消费习惯等相对优势，在皖北区域中的重点市场，进行重点招商、重点扶持，重点突破。



合肥酒厂成立于合肥市三里街，在上个世纪初与美菱冰箱、黄山电视机等品牌一样，在安徽乃至产生一定的影响力。企业主要生产“合肥老酒”、“庐阳”、“逍遥津”牌系列白酒。其中，研发的“合肥”、“逍遥津”品牌的产品，曾荣获1963年第二届全国评酒会银质奖章；1984年全国酒质量大赛铜质奖章及1988食博会2个金质产品等大奖，原安徽省工业发酵情报站设于合肥厂。“合肥佳酿”、“合肥老酒”系列产品曾在上世纪80年代风靡合肥市场。