国宴风范　长城桑干荣耀博鳌

日前，中国葡萄酒行业领军品牌，中粮旗下高端品牌长城桑干酒庄酒第五次携手博鳌亚洲论坛，成为其2013年年会唯一指定葡萄酒，代表中国款待来自世界各国的政要和商界精英，令世界宾朋透过长城葡萄酒这张“中国名片”品味东方美酒的文化内涵，感知中国品牌不断创新发展的国际化新形象。

在本届论坛的开幕国宴上，国家领导人与来自澳大利亚、新西兰、芬兰、墨西哥、秘鲁、赞比亚、柬埔寨、蒙古等12国的元首共举长城桑干酒庄酒庆祝博鳌亚洲论坛盛大开幕。长城桑干不仅成为全球精英相聚博鳌共议“革新、责任、合作：亚洲寻求共同发展”主题的见证者，更代表中国顶级品牌向世界展示中国企业在竞争激烈的市场格局中赢取国际化竞争的战略之举。

作为中国第一家构建起横跨葡萄酒新、旧世界和东方世界“全球酒庄群”格局的葡萄酒企业，长城葡萄酒将继续在葡萄酒新、旧世界布局，不断完善和深化产品矩阵，以国际化的顶级品质和品牌实力在世界葡萄酒格局中发挥愈加重要的作用。

长城葡萄酒代表中国款待世界

长城桑干的博鳌时刻

博鳌亚洲论坛自2001年创立至今，已走过12年历程。博鳌论坛在见证亚洲成长和崛起的同时也承载着越来越多代表中国变化与腾飞的符号和元素，长城桑干酒庄葡萄酒便是其中之一。对来自世界各国的元首政要和商界精英来说，每一次共举长城桑干美酒，都代表着亚洲经济增长迎来崭新机遇的信心时刻，长城桑干见证并分享了历史瞬间。

长城桑干见证博鳌历史时刻

2012年长城为博鳌论坛特别推出桑干酒庄博鳌宴会款待用酒，丰富了长城旗下限量酒庄酒的产品阵容，更象征着以长城桑干为代表的中国酒庄葡萄酒，已获高端政商人群的广泛认同。这既是长城品牌打造顶级高端形象的一次重要举措，更是长城以国际化产品带动中国葡萄酒消费升级的重要标志。

2013年是长城连续五度携手博鳌论坛。长城继续深化以桑干酒庄为核心的全球酒庄群战略，完善产品矩阵。在打造以长城桑干为代表的高端酒庄酒品牌、以天赋为代表的个性化消费方式同时，长城还面向大众消费群体推出经典系列，将服务民生纳入战略体系，满足大众消费者不断提升的品质要求。

东方味道，世界共享

长城桑干酒庄酒历经30载屡次见证中国在世界政经、文化领域绽放大国风采的瞬间，始终承载着“国有大事，必有长城”的品牌使命。

2008年北京奥运会期间，长城桑干酒庄葡萄酒为来自世界各地的嘉宾提供了东方美酒的巅峰体验。国际奥委会主席罗格在畅饮美酒后，评价说：“我在长城桑干酒庄酒里品到了世界的味道。”

“世界的味道”，这不仅成为桑干美酒的注脚，也就此发出一个信号：长城桑干品牌将在更深的层面与世界共舞，在更宽广的舞台上展现自己。

2009年以来，长城桑干酒庄酒不仅出现在新任美国总统奥巴马访华的国宴上，更得到了各种国际重大经济会议的钟爱，陆续在中欧商学院15周年校庆、商业周刊2009年全球CEO年会、2009年中国CEO高峰论坛、博鳌亚洲论坛等顶级商业活动中亮相，成为国内外财富精英的至臻之选。

2010年上海世博会，长城桑干酒庄葡萄酒在开、闭幕式国宴和175个国家馆日晚宴及中国馆日最高级别晚宴上惊艳亮相；在广州亚运会开、闭幕国宴及亚残运会开幕欢迎宴会上华彩登场；在中非合作论坛10周年招待国宴、中美欧学术论坛等国际重大活动庆典上频频出镜……长城桑干酒庄酒在世界宾朋面前展现了东方美酒的荣耀，更见证着国家的强大与兴起。

深厚底蕴，引领时尚

伴随着长城桑干酒庄酒在世界舞台的更多亮相，是长城葡萄酒全球酒庄群战略的深化发展。

纵观世界葡萄酒发展史，高标准的酒庄是一个国家葡萄酒整体实力的标志，也是衡量一个国家国民品味和精神价值的标志。作为中国最正统纯粹的葡萄酒酒庄，长城桑干就像一块深藏的美玉，历经专注的磨砺和岁月的沉淀，在浮躁的社会里低调地散发着高贵的品味和醇厚悠远的东方风韵。

低调不止源于血统的高贵，还因为中国民间一直以来并没有适于它生存的土壤，中国的高端葡萄酒消费和文化在很长时间里还是曲高和寡。被誉为“葡萄酒经济学家”维赛斯曾指出，作为过去30年最伟大的事件，中国崛起为全球经济带来了方方面面的巨大影响，而葡萄酒正是中国经济规模、强实力与高质量的一个缩影。长城桑干不仅见证了这样一种崛起，也引领着中国高端葡萄酒消费和品位的潮流。

未来长城桑干酒庄酒将继续自己“国家名片”的使命，还将成为高端葡萄酒时尚潮流的引领者和创造者，成为中国葡萄酒行业演绎品牌影响力的代言者。

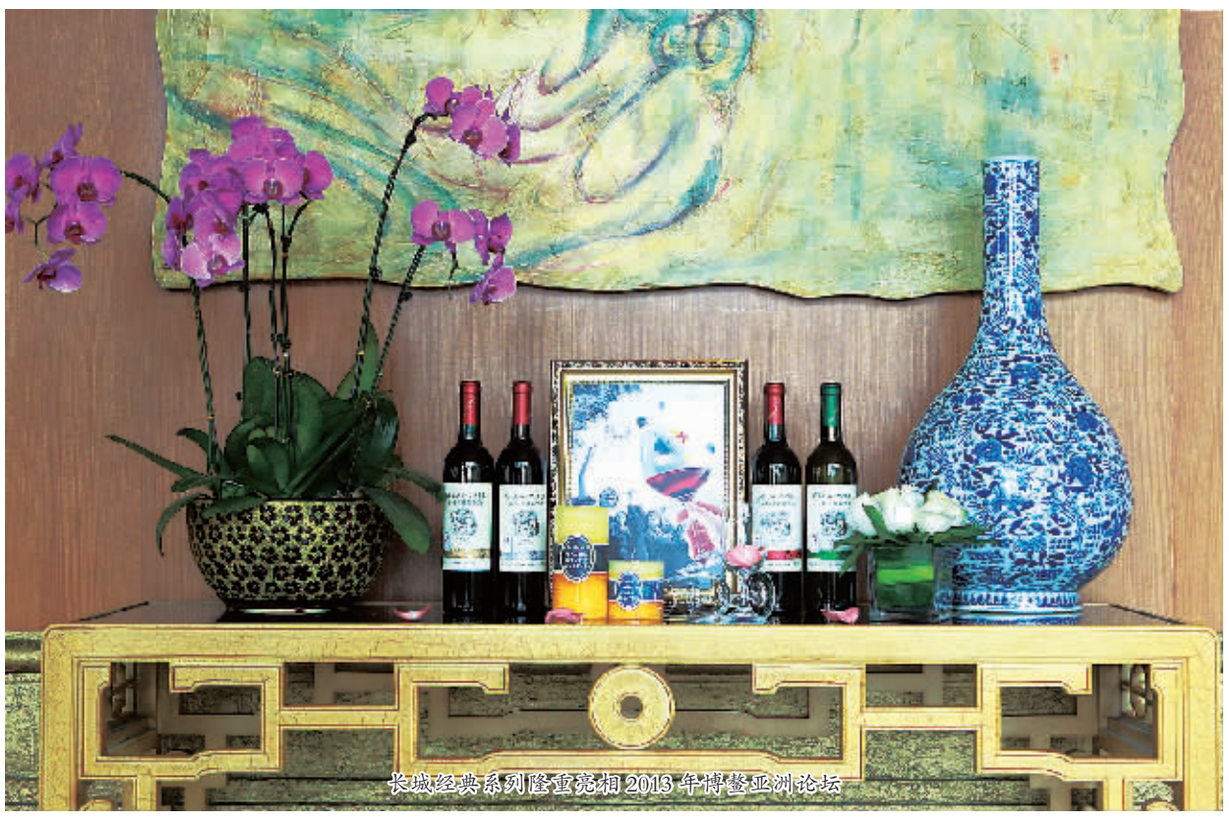
长城桑干酒庄酒五度携手博鳌亚洲论坛，成为其2013年年会唯一指定葡萄酒

提升中国品牌影响力　长城葡萄酒博鳌绽放中国梦

“中华民族伟大复兴的中国梦”、“共同享有同祖国和时代一起成长与进步的机会”，国家领导人对于中国梦的阐释，也让经济、企业界寻找到品牌崛起的方向。

随着2013年博鳌亚洲论坛的召开，“中国梦”再度光荣绽放。从博鳌论坛到北京奥运会、上海世博会，中粮旗下长城桑干酒庄酒为“中国酿造”代言；从中国第一支干白、干红葡萄酒诞生到布局全球优质资源构筑“全球酒庄群”、凸显国际竞争力；从高端品牌代言到个性化消费引领，再到服务大众民生，长城葡萄酒以凝聚中国酿造和东方内涵的卓越品质影响着世界。

中国食品有限公司董事总经理栾秀菊表示：“新一届国家领导提出实现中华民族伟大复兴的中国梦，给经济发展和国有品牌带来信心，更坚定了我们作为国有企业增强国际竞争力、振兴民族品牌世界影响力的决心。今年博鳌论坛的主题是‘革新、责任、合作：亚洲寻求共同发展’，目前长城葡萄酒正在基于这样的理念进行实践，将‘服务民生’纳入战略体系，为消费者提供更好口味和品味产品的同时，引领中国葡萄酒的产业发展、消费升级和文化渗透，力争为国家经济发展、民生大计做出贡献。”


长城经典系列隆重亮相2013年博鳌亚洲论坛

“长城中国梦”之源：
酿造东方美酒打造中国文化名片

回顾上世纪70年代初中美建交之时，美国总统尼克松访问中国，打开了中美关系正常化的大门。当时，尼克松特意从美国带来了一款起泡葡萄酒来庆祝打破中美坚冰，并开玩笑地说：“中国很大，但缺少葡萄酒和时尚女性。”从那时起，振兴中国葡萄酒业，不仅是中国梦想，也是长城梦想。上世纪80年代初，长城用中国特产的葡萄品种、产自沙城地区的龙眼葡萄酿造出新中国第一瓶干白，被世界葡萄酒界誉为“典型的东方美酒”，长城由此开启了中国葡萄酒的全新时代。随后，长城又成功酿造出新中国第一瓶国际标准的干红、干白葡萄酒，并在有“葡萄酒界的奥斯卡”之称的布鲁塞尔评酒会多次获奖。

30年来，长城葡萄酒作为国家领导人宴请五洲政要的国宴用酒，先后款待了里根、伊丽莎白二世、老布什、希拉克、奥巴马等各国政要，并作为国酒国礼，在对外交往中扮演着“中国美酒名片”的角色，彰显了中国融入世界的大国梦想。

“长城中国梦”进行时：
完善产品矩阵为消费者创造品质生活

30年沉淀30年耕耘，长城葡萄酒已成为中国人最熟悉的葡萄酒品牌，长城葡萄酒作为美好生活的象征，融入到越来越多中国人的日常生活，改变着人们的消费习惯。当中国以世界第二经济体实力自信崛起时，消费者也呼唤着更多高品质、引领生活方式的经典产品，具备良好品牌基础、更熟悉中国口味、更了解中国渠道的本土品牌日渐获得青睐。

依托“长城全球酒庄群”战略，长城藉以长城桑干为代表的中国酒庄酒在高端市场赢取了主动；以长城天赋葡园开创了葡萄酒个性化、风格化消费的新篇章；经典系列是长城三十年积淀、国际化战略的升级之作，也是中国梦的经典之作。其无论从消费者看得见体会得到的价位、包装、风味，还是决定酒品质的葡萄品种、产区等，都堪称新消费时代的经典产品。它传承中国第一支干型葡萄酒的醇正血统，并与现代工艺完美融合，向渴望品质的消费者展现出大国美酒的经典风范，带领大众进入一个品质与品味并生的新消费时代。

中国食品葡萄酒品类管理部负责人李浩表示：“满足国人对品质生活的需求，正是长城梦的关键所在。为此，长城葡萄酒已形成全面覆盖高端、中高端以及大众的多元化产品组合，以长城桑干、长城天赋葡园、长城经典为代表的全产品矩阵，将带来中国生活方式和消费形式的更多改变。”

“长城中国梦”之未来：
全球酒庄群助力东方美酒世界梦

早在2011年博鳌亚洲论坛年会上，中粮借助博鳌平台正式发布长城葡萄酒“全球酒庄群”战略，称将通过构建“全球酒庄群”融汇全球优质产区，为消费者提供丰富原产地风土的高品位、风格化产品；不断引入海外产区先进经验，特邀国际知名酿酒师米歇尔·罗兰加盟；通过打造中国特色葡萄酒文化推广平台，树立独具中国文化特质的葡萄酒文化，引领消费者体验独具魅力的中国特色葡萄酒文化，体验健康时尚的生活方式。

如今，长城全球酒庄群基础系列已经全线上市，中国味道引领世界，长城也以国际化产品带动中国葡萄酒消费升级。未来，长城还计划收购美洲与澳洲的知名酒庄，进一步巩固长城酒庄酒的国际品质。

正如“葡萄酒经济学家”维赛斯所说，葡萄酒正是中国经济规模、强实力与高质量的一个缩影。如今，中国崛起背景下的“中国梦”，正以长城为代表的“中国酿造”影响着世界，推动中国品牌在世界范围影响力的提升。

长城桑干酒庄开启中国酒庄酒历史