

长城葡萄酒比肩世界名品 中国品牌受额外“美注”

——欧洲知名葡萄酒杂志称要足够重视长城品牌

6月19日，英国著名饮料类出版物The Drinks Business 在其官网上公布了世界十大葡萄酒品牌的获奖名单。在上榜的诸多世界顶级葡萄酒品牌中，长城赤霞珠干红以排名第二的佳绩成为唯一入选的中国葡萄酒品牌。伴随全球酒庄群布局和国际化战略提升，长城葡萄酒将“中国酿造”助推到世界高度。

The Drinks Business 杂志为欧洲著名饮料类贸易经济杂志，主要着眼于介绍世界酒类及饮料类的工业及贸易发展状况，由世界知名葡萄酒作家提供原创作品。值得关注的是，The Drinks Business 官网对此特别发表评论：“今年最吸引眼球的不是哪个品牌排名第一，而是排位第二的葡萄酒品牌长城。在世界传统葡萄酒市场它或许没有那么闪耀，不过，未来大家要给予这个品牌密切的关注和足够的重视。”

此番评论，无疑是对中国市场巨大潜力释放的一种呼应。据世界葡萄酒行业协会预测，在2013年至2016年的三年间，中国的葡萄酒消费量将大幅增长40%。波尔多国际葡萄酒及烈酒展览会



长城葡萄酒入选世界十大葡萄酒品牌 Rank No.2



长城葡萄酒以全球优质资源构建中国葡萄酒国际竞争力

(Vinexpo) 最新调查显示，到2016年，中国将成为世界第二大葡萄酒消费国，消费额达167亿美元，消费量2.5亿箱。

中国无疑将成为世界最具活力和潜力的葡萄酒市场。作为中国葡萄酒的领军者，长城不仅在国内市场占据主动，更以全球优质资源构建中国葡萄酒国际竞争力融入世界葡萄酒阵营，为自己赢得和世界顶级品牌对话、竞争的机会和空间。此番殊荣，是其多年来品质、品牌双双提升、实至名归的表现，更是以长城为代表的中国葡萄酒在国际市场不断扩容、彰显竞争力的反应。长城不仅为自身在国际市场不断赢得新商机，更为中国葡萄酒品牌以国际化视野参与国际竞争树立了典范。

近年来，随着长城品质、品牌形象不断提升，国际影响力不断扩大，长城在国际知名品酒大赛中佳音不断。今年以来，更是在一个月之内连续在国际顶级竞赛中收获9个大奖，包括英国伦敦葡萄酒烈酒挑战赛 (International Wine

Challenge) 的两枚铜奖——长城桑干酒庄特级精选赤霞珠干红和天赋葡园酒烟台龙山谷霞多丽高级精选干白；布鲁塞尔国际品评大赛金奖——长城桑干酒庄特级精选赤霞珠干红；国际品评大赛中累计所获国际奖项已达92项，成为中国在国际获奖最多的葡萄酒品牌。

此次上榜的其它品牌美酒如 Gallo (盖维)、Hardys (哈迪)、Concha y Toro (孔查依托罗)、Yellow Tail (黄尾)、Robert Mondavi (罗伯特·蒙大维)、Lindeman's (林德曼) 等，都是极具世界影响力的知名品牌，以持久稳定的卓越品质和不断提升的品牌形象连续几年入围 The Drinks Business 杂志榜单。长城葡萄酒此番作为新面孔入选，以实力在海外市场赢得口碑的同时，也使中国葡萄酒的国际化视野更加开阔，中国葡萄酒的国际影响力进一步增强。

紧贴中国消费者需求 LG 电子全面打造中国风

LG 电子在 1993 年正式进入中国市场，自此便开始了在中国的辛勤耕耘。20 年间，LG 取得了辉煌的成就，中国已成为 LG 全球最重要的生产基地和最大的市场之一。

LG 电子中国区总裁慎文范一语道出关键：一切发展战略的提出其实都是建立在对“中国特色”的深刻理解基础之上。而 LG 这二十年来累积的基础，也为下一个“二十年”做好了准备。

一切设计 从“中国特色”出发

LG 中国区总裁慎文范表示，本地化的模式一般分两种：一种是把中国作为全球的生产基地；一种是将中国作为事业重点的基地来建设。在他看来，LG 把中国看成事业的战略基地，因此，LG 无论是在研发、生产还是在营销方面都把“本土化战略”作为贯穿始终的主线。他积极倡导“如何将 LG 中国打造成中国人的 LG”。他要求不仅研究中国历史和中国文化上、在产品的外观和软件界面上注重中国元素的运用。

2013 年伊始，在外设计领域独领风骚的 LG 电子，将独特的中国风元素和玉意吉祥的祝愿融合，推出专为中国地区打造的具有中国风特色的“玉系列”显示器新品，让人耳目一新。在“玉系列”新品显示器中，LG 展现了中国玉文化理念的同时，也凸显出了对中国市场的重视。凭借 IPS 核心技术以及在软件性能领域的一贯优势，“玉系列”画面表现更加出色，赢得了众多市场口碑。

2013 年 3 月 19 日，LG 电子更是在上海 2013 年中国家电博览会上隆重举办电视新品发布会，向消费者正式介绍 LG 中国专供“观韵”电视新品。这款 3D 智能电视不仅拥

有 LG 智能电视一贯的强大功能，更在设计上别具匠心地融入中国传统文化元素，实现“中国风”与“时尚感”的完美结合。

这款以中国传统的船作为底座造型灵感的 LG 中国专供“观韵”3D 智能电视采用了创新的“船”型底座设计，与屏幕下方水滴状设计相配合，构成在中国传统文化中象征财富的“聚水入盆”形状。同时，LG 开创了独具一格的无边硬屏技术，1mm 极窄边框让屏幕画面与现实世界无缝贴合，带来影院般浑然天成的 3D 视觉体验。

产品研发 立足中国消费者需求

LG 电子家电事业部在 2011 年就实现了 490 亿美元的全球销售额，2012 年在“全局性疲软”的状况下，凭借高端产品带来的高利润依然实现了正向增长，在很大程度上加快了中国家电市场向高端化市场迈进的步伐，而支持这一良好业绩的正是 LG 电子专注本土消费者需求所带来的。作为 LG 全球最大的市场，LG 电子也将其最有竞争力的家电产品引入中国，为中国用户带来全新的生活体验。

在进入中国市场之前，LG 的先期调研团队就已经针对中国本土市场做了功课。面对



中国近年来的高速发展，LG 的研发团队更是全力以赴，深入洞察消费者需求，以确保产品切实满足中国市场需求，保持产品的高竞争力。

在调查过程中发现由于中式菜肴的烹饪方式独特，食材众多，口味丰富，分类密封存放成为保持菜肴原汁原味的不二法门。LG 最新研发的冰箱产品拥有全球首创的智能储存系统，诸多技术上的突破创新

满足中国消费者的特定需要，并将原有的保鲜功能提升至智能储存的新高度。

中国消费者常常在冷柜中存放多种原料和食物，分类存放和足够的空间非常重要。高品质密闭保鲜冷冻盒有助于食物分类独立储存、保鲜且防止食物串味。对于中国消费者还经常将未拆包装的大尺寸食材放在冷柜中的习惯，大容量空间保证食物独立存放得到最佳

的保鲜。可折叠灵动搁架，根据不同食物的储存需求可随意折叠、随心调整高度，让冰箱的空间得到最大化利用。

另外，LG 冰箱独特的“门中门魔力空间”设计，恰好满足了更大空间更低能耗的双重要求。如果说普通冰箱的冷藏室是单门的话，那么 LG 的门中门魔力空间冰箱就相当于是一个套间。即在冰箱门上还附有一个小门，双倍扩大

了冷藏室门后的储物空间，是普通吧台的 2.5 倍，相当于附赠了一台隐藏在门上的迷你冰箱。且独立空间只需开启小门即可拿取食物，通过门中门魔力空间与冰箱冷藏室内部的透明密闭隔板，有效抑制冷气外溢，减少制冷时压缩机的运转次数，让冰箱更节能。

LG 调研团队在与消费者沟通过程中了解到，中国消费者没有经常性彻底清洁冰箱的习惯，而测试显示，冰箱是单位面积附着细菌较多的家电产品。LG 冰箱中的“99.99% 抗菌过滤器”经中国家电研究院认证，通过 4 层过滤网在 60 分钟内对大肠杆菌、金黄色葡萄球菌的抗菌率高达 99.99%，强效净化了冰箱内部的空气。这样全面为消费者考虑，悉心呵护消费者健康的产品自然有很好的销量。

消费者需求和产品技术研发创新相辅相成。如今，LG 将家电销售及研发的重心放在了为消费者提供搭载智能科技、拥有时尚设计的产品和节能环保、提升生活品质的绿色产品方案上。线性变频压缩机、DD 直驱变频电机等核心技术保证了 LG 白电在业内的领先地位，而搭载了上述技术的“门中门魔力空间”冰箱、“6 种智能手洗”和“高温蒸汽”等功能洗衣机等产品则顺应着中国消费者的生活习惯，紧贴消费者市场需求。

【背景资料】

LG 电子公司简介

LG 电子是消费电子、移动通信和家电领域的全球领导厂商和技术革新者，在全球设有 123 个运营机构，员工人数超过 93,000 人。2010 年 LG 电子全球销售额为 55.8 万亿韩元 (合 482 亿美元)。LG 电子包含 4 个事业部：家庭娱乐、移动通信、家用电器、空调和商业解决方案。LG 电子在平板电视、音频视频产品、手机、空调和洗衣机等领域处于世界领先地位。LG 电子已签约成为 F1 的长期全球合作伙伴和技术合作伙伴。LG 电子在这次世界顶级合作中成为 F1 赛事消费电子、手机和数据处理系统的唯一官方指定供应商。

LG 电子的网址：
www.lg.com

LG 电子(中国)简介

LG 电子 1993 年进入中国市场，以北京的 LG 电子(中国)有限公司为中心，在中国拥有惠州、天津、南京等 12 个生产法人、5 个分公司、6 个技术服务中心，以及 3 个研发中心和 1 个设计中心，员工总数达 36,000 余人。LG 电子融合“时尚设计与智能科技的产品”如：手机、平板电视、对开门冰箱、滚筒洗衣机、显示器等产品均得到中国市场认可。

LG 电子(中国)的网址：
www.lg.com.cn

二十年来，LG 立足中国市场推出的每一款产品都是凝聚了 LG 品牌对消费者负责任的态度和高品质的研发生产水平。正如 LG 电子中国区总裁慎文范先生所说：“中国是全世界最具魅力的市场。在未来的日子里，LG 将继续致力于深入了解中国市场，不断提升自身的技术研发、产品创新，提供最符合中国消费者需求的产品，帮助消费者打造高品质绿色智能生活，为创造下一个辉煌 20 年而全面努力！”