



酒仙网携手微一案展开深度合作战略

近日,酒仙网高级副总裁魏志国等一行酒仙网高管层,莅临微一案探讨酒仙网直營微商(微电商)和层级代理微商的运营工作,并最终与微一案达成深度合作!

酒仙网,是中国领先的酒类电子商务综合服务公司,为酒企提供电子商务综合服务。酒仙网魏总在交流中指出,酒仙网在过去的努力中,凭借多平台联动,并与国内 500 多家酒企建立深度合作关系,经过 6 年的发展,目前已实现中国领先的酒类电商综合服务品牌。酒仙网团队深知合作的力量与合作伙伴的重要性,在微商服务企业中,微一案属于微商一站式服务领导品牌。此一行通过深入了解微一案公司的组织架构、公司文化、公司团队等,更加坚定了自己的选择。酒仙网与微一案作为各自领域内的领导品牌,如今能够目标一致,达成深度战略合作,不仅难能可贵,更属强强联手。

微一案总裁张小飞表示,微一案同样敬佩酒仙网视品牌如生命的态度。酒仙网以诚信为本,凭借十三年的酒类经营历程,忠实履行“买真酒就上酒仙网”的道德承诺。微一案能够与这样的企业合作,不仅是微一案的荣幸,更是微商人的荣幸,消费者的荣幸。微一案正因为与每一家像酒仙网这样的诚信企业合作,才成就了如今的 品牌影响力与良好的口碑。微一案很乐意与酒仙网共同携手进军微商领域,公司的团队与员工必当竭尽全力,努力发挥专业技能,帮助酒仙网抓好微商起盘中的每一个环节,以及走好微商道路的每一步。

此次酒仙网与微一案的交流与合作,充分展示了双方企业的实力与品牌影响力。同作为各自行业的领军企业,双方有责任、有使命地为微商领域带来改变,为创业者带来财富机会,为消费者带来优质的产品。微一案会不断精进自己,沉淀修炼,继续坚持三利(立)文化,为酒仙网及更多企业做好服务工作。

(据中国网)

十家果酒企业抱团首次亮相餐博会

■ 马爱平

近日,中国果酒产业科技创新战略联盟(简称果酒创新联盟)组织果酒企业成功亮相无锡中国餐饮供应链博览会(简称餐博会),产品在餐博会上获得好评。

果酒创新联盟理事长赵宏友介绍,此次展览,按照“一果一酒一特色”的要求,特别推出十家果酒企业、十余款不同果品、不同度数、不同地域、不同风格的果酒同时展出。

据悉,这十家果酒企业有来自辽宁新宾满族自治县的东星短梗五加酒、烟台的金色时代苹果酒、宁夏中宁的宁夏红枸杞酒、陕北府谷的府州红海红果酒、山东威海的紫光酒业无花果酒、浙江景宁的世舍醇柿子酒、怀来产区的贵族庄园坤爵桃红葡萄酒、秦皇岛的樱韵樱桃酒,还有来自广东河源的九里红百香果酒、河北的祥瑞瑞梅莓酒等。

“我们展出的果酒度数数宽,既有 5 度酒、有 9 度酒、又有 15 度酒,还有 35 度的高度酒;口感丰富,有甜美型、有劲爽型、还有绵柔型。产品均属纯果酿造,时尚新颖,品类丰富、健康营养、香气味俱全,每一位品尝过果酒的人都给予了高度的认可,赞不绝口。”果酒创新联盟秘书长刘晓芹说。

中国饭店协会会长韩明在果酒展示区一一驻足并品鉴。韩明从进展的第一家举杯开始品鉴,直到出口的最后一家,无论是酿造的,还是蒸馏的,无论酒度是高度的,还是低度的,韩明一一品尝。韩明咨询了关于果酒的制作工艺、原材料取材、营养健康问题等,对于如此美味、多样、健康的果酒十分看好。

韩明在品鉴了 48 度的海红果白兰地后说,她品尝的每一款果酒的果香味浓郁,口感不错,应该给果酒配上美食,让每一款果酒都有特色餐饮的陪伴,希望能开发“果酒美食菜谱”。

6 月 8 日千人大会晚宴上,来自坤元农业的 11 度“无花果树下无花果酒”、来自贵族庄园酿造的精品 5 度“坤爵桃红葡萄酒”,成为宴会亮点。

据悉,此次展会由中国饭店协会主办,中国果酒产业科技创新战略联盟协办。展览主要以“餐饮渠道供需”对接为主,同期召开餐饮产业发展大会。果酒创新联盟理事长赵宏友、秘书长刘晓芹带队参加,这也是果酒创新联盟首次组织企业抱团亮相的展览活动。来自全国餐饮行业的千余家单位参展,观展观众主要来自江苏、浙江、安徽、上海等地的餐饮企业负责人。

好戏配佳酿 尼雅葡萄酒助阵《军师联盟》发布会

由吴秀波担任总制片人、总监制兼主演的三国大剧《大军师司马懿之军师联盟》(简称《军师联盟》)风云际会影游发布会近日在北京举办。当日,尼雅葡萄酒携手代言人吴秀波共同见证此次《军师联盟》的定档发布会。

由吴秀波担任总制片人、总监制兼主演的三国大剧《大军师司马懿之军师联盟》(简称《军师联盟》)风云际会影游发布会近日在北京举办,吴秀波、刘涛、李晨等众多主演悉数到场。《军师联盟》以一代枭雄司马懿为轴,将三国时代这幅恢弘历史画卷徐徐展开。当日,尼雅葡萄酒携手代言人吴秀波共同见证此次《军师联盟》的定档发布会。

《军师联盟》以三国时期“魏国”为故事大本营,通过对权谋与情感的描述,抒写魏国大军师司马懿如履薄冰、机智传奇、谋冠天下一生的故事。

尼雅葡萄酒助阵发布会现场高潮迭起

在《军师联盟》中饰演司马懿夫妇的吴秀波与刘涛现场互动频频。吴秀波现场大胆爆料刘涛酒量惊人,杀青宴当晚刘涛更是视频与全剧组对饮。看来,这个“演技派剧组”同时也是“最爱喝酒剧组”!这又怎么能少了吴秀波代言的尼雅葡萄酒呢?因此,尼雅酿酒师系列葡萄酒也亮相发布会现场,亲自为《军师联盟》助阵。

倾情打造历史大戏 用心酿造品质好酒

这部由吴秀波亲自担任总制片人、总监制的电视剧,无论是在故事情节、场景设计还是演员表演上都堪称“巨制”,制作周期长达 333 天,花费 4 亿元人民币之多。正如吴秀波本人所说,本次《军师联盟》力求为大家带来一部不仅展现了魏国大军师司马懿跌宕起伏的一生,更描绘了一个波澜壮阔的后



三国时代。

吴秀波为《军师联盟》这股用心投入也是显而易见的,亦如他最爱的尼雅葡萄酒,以真挚之心,酿品质之酒。历经自然的锤炼与繁复的工艺,尼雅葡萄酒才得以酿出备受

推崇的岁月佳酿。

好酒配好剧,匠心配匠心。尼雅葡萄酒邀您举杯,一同庆祝即将开播的三国大剧《大军师司马懿之军师联盟》,看历史大戏,品优质好酒。

(据光明网)

青岛啤酒加入上海合作组织“朋友圈”成为官方指定用酒

6 月 14 日,在上海合作组织成立 16 周年庆典之际,青岛啤酒股份有限公司总裁黄克兴与上海合作组织副秘书长王开文,代表双方签署战略合作协议,青岛啤酒成为上海合作组织官方指定用酒。

上海合作组织是哈萨克斯坦、中国、吉尔吉斯斯坦、俄罗斯、塔吉克斯坦和乌兹别克斯坦于 2001 年 6 月 15 日在中国上海宣布成立的,是第一个以中国城市命名的永久性政府间国际组织。现已成为国际事务中的一支重要力量,为各成员国之间的友好合作以及维护地区和世界的和平、安全与稳定作出了重要贡献。今年 6 月 8 日至 9 日的上海合作组织成员国元首理事会上,印度和巴基斯坦正式加入上海合作组织,该组织成员国达到 8 个,辐射范围进一步扩大。

当晚,青岛啤酒作为“上合组织官方指定用酒”正式亮相“上海合作组织日招待会”。上合组织秘书长阿利莫夫对青岛啤酒十分认可,他表示:“青岛啤酒不仅仅是青岛城市的名片,更是中国的名片,青岛啤酒世界闻名。”

始创于 1903 年的青岛啤酒,秉承“114 年只为酿造好啤酒”的工匠精神,坚守“好人酿好酒”酿造文化,尊重每一粒大麦、每一滴水、每一支酵母的自然生成法则,从原料筛选到酿造工艺的每一个环节都精益求精。建厂仅 3 年,即在慕尼黑国际博览会上荣获金奖,并在世界各地举办的国际评比大赛中多次荣获金奖,以独特的麦香和口



感赢得全球消费者的喜爱。

作为最早走出去的中国品牌之一,青岛啤酒远销全球 100 个国家和地区,不仅深受国人喜爱,在国外市场也可谓“实力面粉”。目前品牌价值 1168.75 亿元,连续 13 年居中国啤酒行业首位,位列世界品牌 500 强。同时作为中外顶级政务、商务活动的常客,青岛啤酒的身影也出现在 APEC、G20

峰会、上海合作组织等重要活动中,成为中外交流活动中的一张“中国名片”。

此次成为上海合作组织官方指定用酒,彰显了青岛啤酒作为中国百年民族品牌的代表,以一瓶啤酒的“中国功夫”,向世界绽放中国“质”造魅力和全球化品牌风范。

(据新华网)

华山论剑西凤酒向学子播撒爱心

近日,全国瞩目的高考落幕,940 万学子心怀梦想,参加了高考。在这个高考的重要日子里,华山论剑西凤酒再一次以仁爱之心,全国联动,在全国各地设立近 260 余个高考送水点,为广大考生送去清凉,用实际行动助力高考,祝愿每一位莘莘学子都能鲤跃龙门,金榜题名。

据记者了解,华山论剑西凤酒已经连续 7 年在陕西及周边省市设立高考爱心送水点,截至今年高考,已累计为考生和家长送出近 200 多万瓶的爱心矿泉水。与往年不同的是,今年高考,华山论剑西凤酒不计成本、不惜人力,除陕西省内外,还在辽宁、河北、宁夏、河南、湖南、四川、广东、江西、福建等全国各省市增设 150 多处爱心送水点,送水数量预计 50 多万瓶。值得关注的是,今年华山论剑西凤酒除高考送水之外,还在各大公益服务点设立爱心助学基金申请登记点,联合陕西省慈善协会向贫困考生提供资助,帮助他们完成大学梦想。

一瓶小小的矿泉水承载着爱心,更传递着爱心。一位焦急等待孩子的家长表示:

“这样的活动真的很人性化,这个时候给我们送上一瓶水,也让我们紧张的心情舒缓放松了许多,虽然仅仅是一瓶水,但却是一份满满的关怀和爱心,感谢华山论剑西凤酒这样有爱心的企业。”

在送水点,记者还看到除了矿泉水,华山论剑西凤酒还在考场外圈多处放置遮阳伞及椅子,为在考场外等候的家长提供休息乘凉区,更有内容丰富的由华山论剑西凤酒出版的文化杂志、书刊,供大家自由阅读。而此举也受到众多考生及家长的欢迎和好评。

采访中,一位华山论剑西凤酒的工作人员告诉记者:“以前我参加高考的时候,也见到类似的爱心公益活动,现在我毕业参加工作了,也希望可以通过自己的努力为广大考生、家长带来一些帮助,虽然很热很累,但是家长们心里压力比我们大很多,能为他们提供一点帮助,我感到非常高兴,这也是我应该做的。”

一个优秀企业的责任与担当不仅仅是对内的严于律己,对产品的精益求精,还有

对社会弱势群体的关怀与帮助,多年来,华山论剑西凤酒在大力弘扬“勇智敏仁·中国精神”的同时,积极投身于社会公益事业,公司创立“爱心满世界”慈善公益项目,与陕西省慈善协会联合设立助学、筑巢基金,迄今为止累积捐赠基金已达 4200 万元,帮助陕西韩城、凤翔、兴平、蒲城、商洛、铜川、渭南等十余地区的数百名贫困学生实现大学梦;帮助多所山村贫困学校改善教学条件;并联合全省的爱心人士,成立“华山论剑西凤酒爱心联盟”,同时,公司成立了以华山论剑西凤酒员工为主的志愿者服务队,帮助陕西各地孤寡老人、关爱留守儿童、慰问清洁工人、建筑工人等,连续 7 年的高考送水也只是众多公益活动之一。

2014 年、2016 年,华山论剑西凤酒两度荣誉承办了中国慈善高峰论坛,高举文化大旗,践行公益事业,华山论剑西凤酒对公益的坚持,得到了上至陕西省委省政府,下至广大消费者的一致好评,也充分彰显了一个文化白酒品牌的社会责任与担当。

(据消费日报网)



国美酒业集团与 1919 探讨战略合作框架

近日,国美酒业集团董事长武玉杰、国美酒业四川(有限公司)党委书记、常务副总经理王冰、国美酒林营销有限公司总经理杜隆洪,应邀做客 1919 总部,探讨国美酒集团与 1919 战略合作框架。

1919 隔壁仓库董事长肖俊生、西南大区供应链总经理杨林荣、四川壹玖壹玖供应链管理公司总经理罗敏、品牌中心总监杜晓颖出席会议。会议基本确定国美酒业和 1919 的战略合作框架,双方就产品全国门店销售、共同开发战略产品、物流配送、品牌推广深度合作和战略投资方面达成广泛共识。这标志着国美酒业在以往市场运作成功经验基础上,加快推进渠道创新、营销模式创新,在布局全国市场过程中迈出新的步伐。

中国酒类行业在过去几年,进行深度调整的同时,迎来互联网时代整个酒业链结构性改变,1919 无疑是互联网时代的先行者。从四川出发,目前已全国布局近 1000 家实体店,1919 酒类直供线上线下一体化商业平台,在“电商+店商”的基础上,将信息化互联网技术引入传统零售店铺管理,建立起线上线下有效结合、立体联动的信息化酒类立体销售平台,以达到效率更高、服务更优的成效!

(据糖酒快讯)