

葡萄酒经销商到底需要怎样的培训?

经销商:能卖出酒就是“王道”

■ 邱梦思

自2014年8月以来,我国葡萄酒行业一直在释放回暖信号。2014至2016年,中国进口葡萄酒总量连续3年递增,其中2015和2016年实现了量额大幅增长,而平均价格自2013年起就逐年下降,从侧面反映出饮用葡萄酒的人越来越多,大众型葡萄酒受欢迎的程度也越来越高。

葡萄酒行业的迅猛发展给葡萄酒的进口商和经销商带来商机的同时,也给他们带来不少烦恼。部分经销商反映目前市场上缺少葡萄酒培训的平台,有的时候运营商提供了服务,但是学到的东西都比较片面,对此,进口商也深感吃力不好好。

市场现存两种专业培训 针对经销商的多由进口商提供

甘肃金泽葡萄酒文化传播有限公司总经理罗心汝对记者表示,目前葡萄酒培训市场主要分为两种,一种是专门做课程的,比如逸香葡萄酒教育,另一种是做品酒会,比如香气共和国。

据记者了解,市场上现存的课程类葡萄酒培训都相对专业,张裕先锋葡萄酒学院的讲师Roc表示,“参加课程培训受众以葡萄酒从业人员为主,其次是葡萄酒爱好者,希望通过专业学习,提升葡萄酒的鉴赏能力。”

一些有实力的酒业公司也会提供专业培训,比如ASC精品酒业,是第一批被WSET(英国葡萄酒与烈酒教育基金会)批准可以在中国提供葡萄酒知识传授专业服务的公司,也是中国大陆首批WSET四级提供者之一。但是实际上,很少有经销商参与专业的课程培训,一是因为这些培训耗时与精力,二是专业培训对于卖酒的帮助并不是立竿见影。市场上针对经销商的培训大多是由产品的运营提供,而有能力为经销商提供培训的进口商其实并不多。

天鹅酿酒集团董事长李卫对记者表示,“给经销商提供培训的进口商并不多,因为提供培训需要一定的成本,现在很多进口商与经销商都是简单的买卖关系,一般把货给到经销商就没有后续服务了,这也是很多经销商选择跟品牌商合作的原因,但是也只有直营中国市场的酒庄,在中国有团队的才能提供到这样的服务。”

培训内容是关注重点 提升销量是重中之重

那么对于进口商来说,为经销商提供葡萄酒培训是否有必要呢?罗心汝告诉记者,就她们公司来说,葡萄酒培训是有一定用处的,“我到甘肃开始做进口酒就是依托各种各样的培训和酒会入手的,以这样的方式让更多人开始了解,愿意喝葡萄酒,懂什么是好的葡萄酒,其实就是在刺激这个市场。在这个过程中,有越来越多的酒商开始关注培训、关注葡萄酒市场,现在的甘肃市场各个地方都有一些葡萄酒爱好者。”

李卫也表示,天鹅庄为经销商提供的培训产生了很不错的效果,“一来经销商可以更清晰地理解企业的理念,更好地向下一级客户或消费者介绍品牌、推荐产品,在一定程度上提升销量。”

在记者的采访中,大部分经销商对葡萄酒培训也表现出支持和需要的态度。在深圳做葡萄酒的某位经销商表示,“一些培训喜欢讲土壤、气候还有葡萄酒的各种风味,很多人不太能听懂,其实葡萄酒背后的故事往往更吸引人,可以从酒庄的历史和文化来引入更能让人接受。”

在上海做葡萄酒的某位经销商表示,“培训关于葡萄酒的基本知识是必要的,但是最终得回归到如何把酒卖出去这个主题上,毕



竟经销商最关注的还是赚钱。”

从多位经销商的反馈可以看出,培训的内容也是他们关注的重点之一。李卫告诉记者,天鹅庄的培训能收到比较好的反馈,原因在于天鹅庄针对经销商的培训通常会从3个方面展开,首先是公司和产品基本信息,其次是葡萄酒的品鉴方法,告诉经销商应该如何品鉴;最后是产品营销方面的培训,帮助经销商更好地卖出产品。

培训意义毋庸置疑 应结合实际综合培训

深圳市智德营销策划有限公司总经理王

德惠表示,葡萄酒的培训对于经销商的意义是毋庸置疑的,很多经销商希望的是两个方面的培训,一方面是销售技巧的培训,也就是能直接对卖酒有帮助,在销售过程中怎么能多卖出一瓶酒,可直接搞定客户或者消费者。另一方面是针对较大的经销商,他们不看重短期培训带来当下的销量增长,而是希望通过真正技能的提高、系统化的培训提升经营发展水平和团队的素质,希望在长期发展上能获得好的基础,而不是短期的立竿见影的销量。

在企业应该选择哪种培训上,王德惠建议,“这两种培训都对销售有帮助,企业应该结合自己的具体情况来决定进行哪一种培训,我认为更多的情况是综合性的,企业的培训需要通过分类,决定哪一部分员工或者哪些时期进行短期或长期不同的培训。”

2017 沧州民间白酒品评大赛正式启动

检验铁狮“醇厚白酒”企业标准 Q/CZYH 0001S-2017,在理化、卫生标准等方面高于浓香型白酒国家标准 GB/T10781.1-2006。其中,“醇厚白酒”骨架风味物质总量(341.2 mg/100ml)较国家标准 GB/T10781.1-2006(286.8 mg/100ml)提高了近19%。现场揭秘铁狮酒醇厚风味形成之谜:多粮酿造科学配比;将底糟酒作基酒调制;跑窖工艺,坚持手工酿造。这就是铁狮酒醇厚风味物质高于国标19%的独特之处。在场来宾现场品鉴了铁狮、大铁狮,更加身临其境地体会到了铁狮的醇厚风味。

之后,御河酒业酒体设计部部长、国家级品酒师董晓龙现场挑战超高难度的空杯闻香。主持人及现场观众任意挑选桌上的空酒杯,董工蒙住双眼用鼻子闻空杯中残留的白酒气味的判定酒的香型,其高超技艺引来现场嘉宾频频称奇。

接下来,上届酒王肖金梅女士分享了她的酒王故事。她是沧州炼油厂一名普通的质检员,虽然她平时很少喝酒,但因她对酒香情有独钟,再加上她平时努力的练习,在决赛第一轮凭借鼻子闻香就将13种香型全部闻出,并以两轮满分的成绩,荣膺当届酒王并获得超过10万元现金大奖。

肖金梅说,这与她平时喜欢品酒、爱捉摸酒是分不开的。只要喜欢品酒、努力练习,大家都可以成为酒王。据悉,本届大赛还邀请了上届大赛前三甲及10位县级酒王直接进入决赛。现场东塑集团营销公司总经理杨杰为其颁发第二届酒王争霸赛决赛邀请卡。

沧州酒业研究会会长、东塑集团副总经理李萌在接受采访时表示:举办此次沧州民间白酒品评大赛,就是要帮助消费者把酒搞明白。消费者真正把白酒搞明白,能够分辨

白酒的优劣,在选择白酒时就会更关注白酒本身的质量和口感,而不是盲目地追随广告的宣传、追求豪华的包装,那么白酒之间的竞争也必将回归品质的竞争,而不是广告之争、包装形式之争,更多的白酒企业也能够沉下心来,“只做品质、不做广告”,专注于为消费者多酿酒、酿好酒。从而形成白酒企业和消费者之间健康、良性的互动。这也正是举办本次民间品酒大赛的初衷所在。

据了解,本次比赛的选拔赛时间从6月16日到7月30日分别举行,复赛将在8月12日、13日、19日举行,决赛将在9月3日举行。决赛中参赛者将通过笔试、酒质排序等终环节考核,最终决出铁狮酒第二届酒王争霸赛沧州酒王。酒王可获得御河酒业提供的现金10万元;第二名可获得御河酒业白狮会员卡一张(价值3万元);第三名可获得御河酒业蓝狮会员卡一张(价值1万元)。



● 中国酒业协会副理事长刘秀华致辞

■ 吴文

6月16日上午10时9分,铁狮酒第二届沧州酒王争霸赛暨2017沧州民间白酒品评大赛启动仪式在颐和大酒店隆重举行。本次酒王争霸赛由河北省白酒工业协会主办,沧州御河酒业有限公司承办,沧州酒文化研究会、沧州老酒收藏文化协会、沧州日报社协

办。沧州酒文化研究会会长、东塑集团副总经理李萌,市工商联主席王晓玲,原河北省白酒葡萄酒行业协会会长范长秀,中国酒业协会副理事长刘秀华出席启动仪式并致辞。

据御河酒业科研中心主任王建科介绍,2017年3月,铁狮醇厚白酒企业标准已经正式通过标准审核单位——河北省卫生和计划生育委员会(原河北省卫生厅)的批准。经

《企业家日报·中国酒周刊》征稿启事

权威主流,品牌标杆;影响行业,创造价值;市场导向,特色服务。

采撷海量信息 呈现酒业精彩

《企业家日报·中国酒》周刊以做“中国酒行业风向标”为宗旨,专注于对中国酒业传播的做大、做强和做深、做精,涵盖酒类生产、技术、培训、流通、营销、配套、消费、文化等整个酒类产业链,以中国酒业发展为中心,以分析国内酒业现状、预测酒业走向、透视市场热点、解剖酒业成败案例、提供酒类商业服务和传递政策、法规信息为重点。

为了进一步提高报纸质量,开拓更加广阔的企业资讯信息源,长期面向广大读者征集以下内容的稿件——

酒道板块

酒界时政:国家和相关职能部门有关酒类行业的最新政策及解读。
酒界人物:酒类行业著名、知名和热点的人物档案。
每周酒论:酒类行业热点评论或大势分析。
酒业周报:以国家、地方政策、规定和重要人物活动为主体的短小新闻或信息。
酒企风采:酒类行业中知名、优质企业的业绩展示。
成长之路:对酒类行业里成长型企业的宣传报道。
酒企动态:以酒类企业各种动态为主体的新闻集装。
有酒有味:对某一事件、某一热点的点评。

本板块的联系人为袁红兵,联系电话:13981843678。以上内容的稿件,投稿邮箱为:286022282@qq.com。

酒经板块

原酒之形:对中国原酒的正确认识和了解。
酒头酒尾:对中国知名、优质原酒的标准介绍和深度挖掘。
酿造工艺:介绍酿造生产工艺的传承与创新。
酿造技术:酿造技术对白酒品质的影响和酿造技术的传承创新。
酿造设备:酿酒设备对白酒品质的影响,先进的酿酒设备推介。
酒人小传:酒类企业一般科技人员的文学性简介,配图。
酒界黄埔:传递培训信息,介绍培训机

本板块的联系人为王兰,联系电话:18980876807。以上内容的稿件,投稿邮箱为:330290048@qq.com。

酒事板块

配套之星:酒界配套行业的企业或人物的采访报道。
包装工艺:包装工艺的独特作用及推荐。
点睛之作:包装设计的经典案例及展示。
供应链:酒类企业与配套企业之间的供求信息。
相生相合:酒类企业之间,酒类企业与配套企业之间合作共赢的事件报道。
共赢之道:酒企与上游和下游的相关产业、产品的合作信息、技巧、成果。
酒业情报:各酒类企业和配套企业的供求信息。
价值收藏:识酒、懂酒,而后藏酒,与酒交心,准确判断,睿智选择收藏品类。
爱好收藏:酒瓶、酒版、酒标等收藏,体会到酒文化的博大精深。
藏之得法:介绍正确、妥善保管美酒的方法和方法,让她一直美下去,达到增值目的。
藏家风范:酒界收藏家的小传、专访和收藏故事。
体验消费:从“产品”和“服务”向“体验”转移,传递非我莫属、不可转让、转瞬即逝的“体验价值”。

珍品私享:将“有钱人的游戏”变为普通百姓的生活、文化享受。
酒典勾沉:酒文化溯源与解析,穿透中国酒文化历史长河中的逸闻旧事,包括酒史、酒论、酒经、酒令、酒趣、酒语、酒联、酒辞。
名家名作:关于酒话题的书法、字画、雕刻等当代作品和人物简介。
古诗酒句:古代诗人咏颂美酒的佳作。
酒标赏析:对酒标的释义、解读。
酒瓶品读:对酒瓶的释义、赏析。
白酒百科:鉴酒、赏酒、品酒、饮酒、藏酒的知识介绍。
慈善行动:酒类企业家、企业进行捐资助学、救助失学儿童等先进事迹。
酒报摘要:酒界各类企业(含配套企业)报刊摘编,欢迎向我们提供酒类企业的企业报刊。

本板块的联系人为王红英,联系电话:15884471985。以上内容的稿件,投稿邮箱为:505298008@qq.com。

企业家日报社中国酒周刊 全国招聘特约撰稿人、新闻信息采集员

《企业家日报·中国酒》周刊是在中国面向千千万万企业法和企业经营管理者为特殊定位的经济类大报——《企业家日报》创办并运行近20年,业界反映良好的《中国糖酒》周刊的基础上,逆势而行,进行提档升级、改版强化的成果:将每周四个版面扩增至每周十二大版。《中国酒》周刊依托《企业家日报》超强发行网络和在中国企业界、经济界的巨大影响力,覆盖全国三十多个省市自治区和部分海外地区。《中国酒》周刊专注于对中国酒业传播的做大、做强和做深、做精,独特的定位决定了《中国酒》周刊所产生的行业影响力具有高层次和权威性的特点,对中国酒业的发展和推动极具影响力和穿透力。

长期以来,我们的工作得到了名流、专家、学者和各大企业的关心与厚爱。特别是中国酒业界通讯员队伍的鼎力帮助与支持,篇篇凝聚着智慧和心血的稿件,条条中肯而诚挚的意见,成为我们努力办好《中国酒》周刊的力量源泉。

为满足中国酒业界朋友们的热切期待和要求,进一步提高报纸质量,进一步扩大报纸的市场覆盖面,力争把报纸办成精品报,做“中国酒行业风向标”,开拓更加广阔的企业资讯信息源,特面向全国酒业界诚聘特约撰稿人、新闻信息采集员,

热切欢迎具备以下两项以上条件的有志之士的加盟。

- 1、严格遵守党的新闻纪律,具有一定的政治理论、新闻理论和政策水平,严守新闻职业道德;
- 2、了解、熟悉、掌握中国酒行业的特点,在酒类企业有一定的资源;
- 3、具有良好的新闻敏感度和新闻职业操守,采写技巧和有从事媒体采写工作经验;
- 4、积极进取,刻苦耐劳,有独立的工作能力和酒行业开发能力;
- 5、有较强的文字功底和文学创意,擅长诗词歌赋或人物传记等创作能力。

应聘者可按照下表制作、填写后发至邮箱:876579101@qq.com 报名,或者填写《特约撰稿人、新闻信息采集员登记表》,邮寄至:成都市三环路成彭立交桥内侧,企业家日报社中国酒周刊,魏小铃。收到材料后,条件适合者,我们将邮件或者电话联系。
联系邮箱:876579101@qq.com
联系电话:18180886800
联系人:魏小铃
邮编:610036
地址:四川省成都市三环路成彭立交桥内侧企业家日报社中国酒周刊

企业家日报社中国酒周刊 特约撰稿人、新闻信息采集员登记表

加盟类别:			
姓名	性别	民族	
出生年月日	身份证号码		
政治面貌	职务	职称	
文化程度	所学专业		
工作单位	邮编		
通讯住址	电话		
个人简介			
特长与优势			
备注			

附注:本表扩大复印有效,一式两份,均须贴半身近照,随附身份证复印件一份。本表邮寄至:610036,四川省成都市三环路成彭立交桥内侧,企业家日报社中国酒周刊,魏小铃