

## 瞄准中国市场 澳洲葡萄酒协会推出新计划

■ 双一

据澳洲网消息,澳洲葡萄酒协会(Wine Australia)主席沃尔什(Brian Walsh)近日表示,他们将推出一项耗资5000万澳元的新计划以发展葡萄酒出口市场和推广葡萄酒推广,这项计划的主要目标是国际游客和向中国的葡萄酒出口市场。

《广告人报》3日报道,沃尔什没有透露这项计划的具体细节,但他表示,这项计划政府也会参与其中。沃尔什还表示,这将计划将包括两个重要的开支,一个则是对葡萄酒出口市场发展的支持,澳洲葡萄酒协会选择了两个非常重要的葡萄酒出口市场作为重点发展对象,中国很可能是其中之一。另外,澳洲各地还分散着许多小酒庄,它们实际上不对葡萄酒进行出口,因此十分依赖来到该地区的游客,该计划也希望吸引更多的国际游客来到这些地区。

据了解,澳洲葡萄酒协会近期正在招聘7名新员工用于在南澳开展这项计划,沃尔什预计,该计划将在几个月后开始进行。另外,澳洲葡萄酒业和旅游业也对此一计划进行了广泛的磋商,这反映出两个行业之间日益密切的联系。澳洲葡萄酒协会的办事处在澳洲旅游局(Tourism Australia)位于伦敦、上海和悉尼营销办事处提供服务,另外该协会在旧金山还有一个独立的站点。

沃尔什表示,新推出的计划将和此前公布的《2015-2020年战略计划》共同提高澳洲葡萄酒的档次,增强在全球市场的竞争力。虽然,营销澳洲经济实惠的葡萄酒在英国和美国市场取得了成功,但现在是时候挑战这一概念了,协会将推动澳洲优质葡萄酒在法国或西班牙也得到认可。



## 甘肃武威保税物流中心 首次从德国进口啤酒

近日,经金昌检验检疫局检验合格后,一批32140升,货值4.4万欧元的进口啤酒从德国搭乘中欧班列进入甘肃武威保税物流中心,该批啤酒是武威保税中心举办第一届“啤酒节”用酒。

这是金昌检验检疫局辖区首次进口啤酒,该局主动作为,开辟绿色通道,优化检验检疫工作流程,缩短检验检疫时限,在保证产品质量安全的同时,快速验放该批啤酒,确保按时供应啤酒节。

金昌检验检疫局将服务端口前移。在得到应检啤酒信息后及时了解掌握相关情况,并在货物到达口岸的第一时间对包装、数量以及输出地官方出具的“检疫证明书”“原产地证书”等进行核查;在啤酒报检之前,严格按照预包装食品标签通则、啤酒国家标准对标签进行预审核把关,保证啤酒报检后第一时间通过标签备案审核。

在对进口啤酒进行抽样后,及时与甘肃局综合技术中心实验室联系沟通、说明情况,实验室工作人员加班加点,在两天时间内出具了检测报告,为产品投放市场赢得了时间,获得了企业的称赞。(据凤凰网)

## 山东景芝酒业 收购齐民思酒业

■ 钱瑜 武媛媛

近日,记者从山东区域名酒景芝酒业股份有限公司(以下简称“景芝酒业”)处获悉,景芝酒业近日对山东齐民思酒业有限公司(以下简称“齐民思酒业”)完成并购。景芝酒业品牌部工作人员向记者表示,此次并购的酒企位于潍坊市寿光县,体量并不小。

资料显示,齐民思酒业在山东寿光酿酒总厂的基础上改制而成,目前拥有固定资产1.6亿元,年产商品酒3.5万吨,销售收入过亿元。产品构成主要有农圣、齐民思、华夏全家兴、寿春香王、定制、陈酿六大系列。有知情人士透露,齐民思属于地产酒,在当地小有知名度,但销售市场表现一般。

景芝酒业作为山东代表性酒企,早在去年就已经提出“百亿景芝”、“中国北方生态酿酒第一镇”的战略目标。今年,景芝酒业董事长刘全平再次在经销商大会上指出,“十三五”期间,将会是白酒行业的彻底洗牌期,未来近五年的时间里,景芝酒业最关键的发展布局是聚焦核心品牌,核心市场以及战略布局,集中全力,冲击百亿目标。目前,山东白酒市场无主导品牌,面对洋河、泸州老窖、五粮液、茅台系等一线名酒的市场施压,资本并购或成为景芝酒业实现业绩大迈步的必要手段。白酒营销专家蔡学飞对此指出,资本并购对于想要实现百亿战略目标的景芝酒业无疑是一条快速通道。齐民思酒业产品主要聚集在百元以下价格带,并购后能够巩固景芝酒业中低端市场份额,为景芝酒业产品架构上移做铺垫,进一步聚焦本土核心市场。

# 中国固态原酒品鉴联盟成都分会成立

■ 李森

近日,由中国酒业协会固态白酒原酒委员会以及新食品杂志社发起,泸宜遵酒业承办的中国固态原酒品鉴联盟成都分会启幕盛典成功举办。成都市人大常委、四川大学EMBA校友会会长黄明良、中国酒业协会固态白酒原酒委员会理事长谢明、资深媒体人杨锦麟、中国酿酒大师沈才洪、新食品杂志社社长秦柯等众多酒业大咖以及业界精英出席大会。固态原酒品鉴联盟的诞生,标志着未来白酒爱好者、酒类经销商以及收藏、投资界人士将拥有一个与中国白酒更加亲密接触的平台。

### 敬畏自然,坚守传统

启幕盛典上,谢明理事长发表了以“经济新常态下传统产业转型升级思路与品质消费升级趋势”为主题的演讲,首先他就“谢友会”的由来做了一番阐释,即“带着感恩之心,以白酒为桥梁交朋友”,并在未来加强对中国白酒消费者的培育。在他看来,新经济环境下,中国的传统产业也可以大有作为,其

中白酒作为具有悠久历史文化积淀的传统产业代表,在次轮经济周期中,更加需要锐意创新,而白酒中的“固态原酒”因为独特的产品特征,在未来可以更多地作为情感与物资消费的载体。他特别提到“固态原酒”在家庭中可发挥重要的传承功能,成为老百姓日常生活中不可或缺的情感元素。

新食品杂志社社长、九石机构总裁秦柯作为“谢友会”的发起人之一,也现场讲述了自己对自己为何要加入到这样一个以白酒品评及文化传播为主题的项目中来,并希望更多行业之外的爱酒之人加入进来,分享中国白酒之美。

在随后资深媒体人杨锦麟老师的演讲中,他以新媒体时代为背景,介绍了当下跟

固态原酒品鉴联盟的诞生,标志着未来白酒爱好者、酒类经销商以及收藏、投资界人士将拥有一个与中国白酒更加亲密接触的平台。



现代人生活息息相关的三个趋势,即人工智能、移动直播、虚拟现实,它们分别优化了信息的生产方式、传播方式以及呈现方式。并通过可口可乐、红牛、博柏利的品牌传播案例,让大家见识新媒体环境下大企业所做的尝试与努力,就此他也对“谢友会”这个品牌提出了期望,希望未来能够更多地以新媒体方式实现与受众的分享与交流,同时做到个性化的产品打造。

### 大咖纵论原酒品鉴联盟 探寻原酒之美背后的故事

作为本次活动的重要环节,一场大咖对话将在场嘉宾的热情点燃。谢明理事长、杨锦麟老师、秦柯社长、川大EMBA校友会会长黄明良、中国食品行业投融资服务办公室首席顾问陈红炬加入到关于“原酒”的主题讨论中来,这些来自金融界、企业界、媒体界及白酒行业的资深专家从投资角度、白酒消费者角度以及品牌推广角度出发,阐述了自己对原酒品鉴联盟以及未来白酒消费趋势的看法。场上嘉宾的沟通,进一步完善了原酒品鉴联盟的概念,以及其所包含的商业价值。

在谢明理事长看来,倡导健康饮酒、理性饮酒、更好地认识白酒是一项长期而艰巨的任务,“谢友会”希望在行业里率先走出第一步。秦柯认为,“谢友会”围绕消费者和白酒爱好者做事情,通过对行业拥有一定影响力的人脉圈,实现理念的传播与推广。黄明良会长从消费者的视角出发,回顾了自己在白酒相知相识的过程,以及自己对白酒消费新理念的理解,并相信以谢明理事长的行业地位、公信力,以及他对品质的把控力度,由此诞生的原酒品牌自然也值得期待。而陈红炬则从投资角度出发,对“谢友会”及旗下的原酒品鉴联盟和相关产品进行了投资价值的评估,他认为一种合理的消费行为其实可以催生出一个新的市场,对于资本来讲,这个新的市场是具有价值的,谢明理事长现在做的事情在今天可能还只是一个行业大事件,但在未来不排除成为资本界的大事件可能。而杨锦麟老师则以文化角度来分析了中国白酒的内在价值,消费者需要认真喝出酒的“真味道”,而“谢友会”要做的,就是要形成一个品牌,而要实现这一点,则需要利用新媒体的资源来另辟蹊径。

### 中国固态原酒品鉴联盟 会员招募通道正式开启

做原酒标准的践行者,做产区资源的整

合者,做品质消费的倡导者。短短三句话便能概括“谢友会”的成立初衷,而由此诞生的“中国固态原酒品鉴联盟”则是围绕这一切展开的集知识趣味性和商业投资性的白酒爱好者组织,它以泸宜遵产区原酒先导标品的推出和运营来树立标准,形成实体依托,同时依托协会14位国家级评委和20多位省级评委的专业团队,展开中国固态原酒酒师的培训认证,并且还以中国白酒核心优质产区为基础,实现固态原酒的个性化推荐和定制服务。就如固态原酒联盟负责人陈阔介绍的,“谢友会”上就是一个嫁接在消费者和白酒之间的桥梁,起到连接作用。

而作为固态原酒品鉴联盟培训方面的负责人,拥有发酵工程博士学位的袁瀚,则用“趣味性、实用性、知识性”概括了品鉴培训的特点,整个体系包括初级、中级和高级,每个等级的课程均分为理论课程、品评实际操作、考核认证三部分,而为了让会员能够活学活用,自己去发掘白酒之美,其中的品评实操环节是整个培训的重点。

据悉,本次成都分会的启幕盛典后,谢友会固态原酒品鉴联盟还将在全国多个地方展开活动,让更多的消费者和白酒爱好者、行业从业人员以及白酒运营机构、经销商们加入到组织中来,形成一个全国性质的白酒交流平台和“酒友”们的巨大朋友圈。

# 西凤酒借力国际冠军杯走上国际舞台

■ 易初

7月11日,西凤酒再度引起各界的关注,陕西西凤酒营销有限公司与体奥动力(北京)体育传播有限公司关于2017年国际冠军杯中国赛签约仪式在西安市威斯汀大酒店举行,西凤酒也正式成为了此次国际冠军杯中国赛区指定白酒品牌。陕西西凤酒营销有限公司总经理任伟俊、常务副总闫红斌、市场部部长刘忠孝,ICC组委会(嘉达利锋集团有限公司)集团副总裁 Ned Negus 和高级主管肖震苏、体奥动力副总经理张鹏、销售策划总监姜蕴哲等双方管理层出席了签约仪式。

国际冠军杯简称ICC,国际足球领域最具影响力的季前赛事之一,是当今欧洲足球豪门最重视的顶级季前赛事。2017年国际冠军杯中国赛区将迎来AC米兰、多特蒙德、拜仁慕尼黑、阿森纳、国际米兰、以及里昂6支欧洲豪门进行四场巅峰对决。毫无疑问,今年的ICC中国赛将为中国球迷带来一系列世界足坛最高水平的豪门盛宴。

西凤酒作为中国名酒,以优秀的品质和强大的品牌影响力广泛销售至全国各地乃至出口欧美多个国家和地区,近年来,西凤酒更以领先行业的洞察力率先在数字营销方面发力,引领中国白酒营销进入全媒体时代,现在更以赞助全球顶级足球赛事的方式,开启竞技体育营销的新时代,通过赞助国际冠军杯中国赛、WBA世界拳王争霸赛、国际马联场地障碍世界杯中国联赛等一系列具有国际影响力的体育赛事,不断推动西



凤酒品牌发展。

首先体奥动力副总经理张鹏发表了讲话,他说“西凤酒与国际冠军杯的合作,是优质品牌的碰撞,是别样的中西文化交流。在一带一路历史与现实的共同起点西安,能够促成并见证此次合作是体奥动力2017年的一件大事。”

随后ICC组委会集团副总裁 Ned Negus 在讲话中说到:“我非常荣幸在体奥动力的引荐下,西凤酒能作为2017年ICC中国赛官方赞助商加入赛事。作为拥有优质产品的本土品牌西凤酒通过赞助ICC,可以获得

与顶尖国际足球资源相联系的优质平台,有助于品牌进一步拓展知名度,扩大在全国甚至海外的影响力。我们充分相信这次极富创新的跨界营销将为西凤酒和其经销商们带来丰厚的回报。”

陕西西凤酒营销有限公司总经理任伟俊为仪式进行了致辞:“目前,在国家大力支持足球产业发展的背景下,西凤酒将积极把握这次发展机遇,发展自身品牌。此次签约赞助国际冠军杯中国赛,就是希望借此提高西凤酒的市场影响力,让更多的消费者认识西凤酒,了解西凤酒。”在谈到与国际冠军杯

中国赛的跨界合作时,任伟俊表示:“足球精神本身就是一种奋发向上,不断前进的拼搏精神。这与西凤酒三千年不断传承坚持一流品质的姿态交相辉映。也希望通过赞助ICC中国赛,更好地与体育精神结合起来,将自己对品质坚持的理念和精神传递给更多的消费者。”

紧接着,体奥动力体育传播有限公司副总经理张鹏先生、ICC组委会集团副总裁 Ned Negus 与陕西西凤酒营销有限公司总经理任伟俊进行了签约仪式,随着双方领导的正式落笔签字,也拉开了西凤酒与国际冠军杯中国赛之间正式合作的序幕。

发布会的现场,ICC组委会集团副总裁 Ned Negus 向西凤酒赠送了球星的签名球衣,陕西西凤酒营销有限公司总经理任伟俊回赠了“珍藏版”七彩西凤酒,希望双方合作可以更加精彩。

ICC组委会(嘉达利锋集团有限公司)集团副总裁 Ned Negus 在仪式中参与了问答,他讲到:“国际冠军杯是一个顶尖赛事,而西凤酒作为中国最悠久的老牌名酒之一,获得了广大消费者的认可,与西凤酒合作将进一步增强双方的行业影响力,并且随着体育产业的发展,共赢的局面将持续深入,希望双方能保持良好的合作伙伴关系,共享体育产业发展的新时代机遇。”

西凤酒将通过此次国际冠军杯中国赛走上国际的舞台,加强自身的产品曝光度和推广度;而赛事方也将因此获得不错的商业利益和持续的热度,此次的签约对于双方来说无疑将是一次共赢的合作。

# 阿斯塔纳世博迎中国国家馆日 古井贡酒世博定制酒亮相

近日,2017阿斯塔纳世博会迎来了中国国家馆日。当天分别举行了中国国家馆日仪式、中哈能源论坛、中国国家馆日招待会等一系列活动,并将2017世博会中国馆古井贡酒年份原浆定制酒,作为国家馆“国酒”、“国礼”热情招待世博会各国贵宾。

古井贡酒年份原浆世博定制酒,整体造型参照哈萨克斯坦建筑风格,瓶底采用大量中国元素水波纹,以世博精神为设计理念,以其“窖香幽雅,醇香怡人”的独特口感,承载着中国人民对世博会的美好期许,深受世博贵宾的追捧。招待宴会上,他们纷纷拿起古井贡酒“举一翻三,步步高升”特制酒杯,相互碰杯,庆祝世博会中国国家馆日的隆重举行,祝福中国繁荣昌盛,协力共建人类命运共同体。

自2010携手上海世博推广中国白酒文化,古井贡酒就与世博结下不解情缘,成为韩国丽水世博、意大利米兰世博中国馆里独一无二的中国白酒名片。2017年阿斯塔纳世博会中国国家馆日上,中国馆唯一白酒官方合作品牌——古井贡酒,年份原浆白葡萄酒成为最抢眼的风景之一。在今年6月的世博会开



幕式上,古井贡酒就首次亮相阿斯塔纳。诸多中国品牌相继在阿斯塔纳世博会展示并举办活动,向世界展示中国之美。现场多位参观中国馆的外国游客,对来自中国白酒的代表古井贡酒表示好奇,对其独特口感以及深厚的东方文化印象深刻,尤其是本次古井贡世博定制酒更得到了国际友人的不断

预约。

古井贡酒能够代表中国实力的企业,来到阿斯塔纳世博会展示,在世界舞台上亮相,充分反映出中国白酒企业的不断进步和发展。当前,古井贡酒国际化战略已初现蓝图,它与中国文化结合,以中国味道为记忆点,以实际行动推动了白酒国际化这一行业

历史命题的破题。成为中国白酒国际化先行者,是时代与实力赋予古井贡酒的责任。古井贡酒作为中国老八大白酒之一,2016年品牌价值达492.59亿元,位居中国白酒前列,同时它也是中国白酒业质量管理方向唯一一家荣获2015年全国质量标杆的企业。未来,古井贡酒将以哈萨克斯坦为首站,推进中国民族企业的国际化步伐。古井贡酒也将通过本次世博会让参观者感受到中国品牌的生命力和竞争力,让更多的中亚家庭喜欢上中国产品和蕴含的情谊,让中国文化传递世界。

据了解,作为参展面积最大的国家馆,自6月10日开馆以来,中国馆以精彩的展示和丰富的活动吸引了众多游客。截至7月5日,中国馆累计接待各国贵宾和游客超过13万人,世博会组委会评为最受欢迎的10大国际馆之一,成为本届世博会上的亮丽风景。未来能源梦剧场、高铁模拟驾驶舱和人造太阳成为中国馆三张名片。

这也是古井贡酒年份原浆第三次作为中国白酒唯一合作企业,连续三届全球合作世博会中国馆。(据中国新闻网)