

汾酒联手欧亚经济论坛 借助一带一路走向国际

2017 欧亚经济论坛于 9 月 21 日在西安召开,汾酒集团日前与欧亚经济论坛组委会正式签约,“青花汾酒”和“竹叶青酒”正式成为第七届欧亚经济论坛官方指定用酒,借助“一带一路”倡议,打造中国白酒产业走向世界的名片。

汾酒集团党委书记、董事长李秋喜表示,欧亚经济论坛选择青花汾酒、竹叶青酒这两种国家名酒作为论坛的指定用酒,既是对产品品质的肯定,同时对进一步提升汾酒的品牌形象、加快汾酒国际化拓展步伐、重塑中国白酒世界形象,提供了难得的历史机遇。

李秋喜说,早在明朝时期,晋商就通过丝绸之路把生意做到了欧洲市场。今年 6 月份,习总书记在视察山西时提出了“诚实守信、开拓进取、和衷共济、务实经营、经世济民”的 20 字晋商精神,对晋商纵横商界五百年的实践经验进行了高度概括,对企业未来发展具有极其重要的指导意义。

据了解,山西汾酒上半年业绩表现突出,在报告期内,公司实现营业总收入 34.2 亿元,同比增长 41.18%;实现归属于上市公司股东的净利润为 6.01 亿元,同比增长 67.63%。公司通过产品架构调整,中高价位白酒的销售占比提升至 69.9%,也增厚了公司的净利润。

外交部原副部长何亚非表示,企业在全球化的过程中发挥越来越重要的作用。在世界多极化、经济全球化、文化多样化的大背景下,“一带一路”赋予古代丝绸之路新的时代内涵。很多中国企业包括汾酒集团,都非常积极把握战略机遇期,参与全球的竞争和发展,主动的参与全球竞争。

据悉,2017 欧亚经济论坛主题为“共建‘一带一路’:发展战略的对接”。欧亚经济论坛是国务院批准成立的,以上海合作组织国家为主体,面向广大欧亚地区的高层次、开放性国际会议。论坛自 2005 年创办以来,已成功举办六届,对于增进欧亚各国相互了解、深化各领域务实合作,加快内陆地区“向西开放”进程,提升陕西外向型经济发展水平发挥了重要作用。

新疆纳兰河谷葡萄酒庄联合 10 家酒企 助力“爱心扶贫”

■ 安媛杰

近日,由新疆纳兰河谷酒庄有限公司主办、新疆西珍酒业有限公司协办的“酒类惠民·爱心扶贫”酒企在行动启动仪式,在新疆生产建设兵团第十二师二二二团纳兰河谷酒庄举行,新疆纳兰河谷葡萄酒庄有限公司联合茅台干红等共 10 家知名酒企品牌,共同发力投入爱心扶贫义捐的行动中。新疆自治区酒类专卖管理局局长巴哈尔古丽和二二二团副政委张双出席活动。

活动中,张双首先代表二二二团致辞表达了对 10 家酒企助力“爱心扶贫”工作义举的高度肯定,并预祝此次惠民活动取得圆满成功。随后,支持此次活动的相关部门领导也分别发言表达了认可和支持。参加企业品牌代表也表态,会以“亲民接地气,酒种类型全,质量有保障”为原则,为消费者提供质优价廉的放心酒,同时为新疆脱贫致富做出酒企的一份贡献。

据悉,此次活动得到了自治区商务厅和各级酒管部门的认可和支持。在此次为期半年的爱心扶贫活动中,纳兰河谷、伊力特、金六福、老村长、牛栏山、西凤、西班牙牛仔干红、茅台干红、张裕干红和皖铃风干葡萄酒 10 款优质品牌酒,在全疆开展亲民直销活动,以在原价基础上优惠 50% 的价格实现酒类消费惠民。同时,按照酒品销量,每卖出一瓶酒品,这 10 家酒企将为商务系统“访惠聚”驻村扶贫工作义捐 2 元,“惠民网”将在全疆首选 1000 家终端店参与此次“酒品惠民”活动,惠民酒品将于 9 月 28 日上市。

在扶贫攻坚工作如火如荼的当前,“酒类惠民·爱心扶贫”活动,不仅是酒企让利直销实现消费惠民,更是“抱团”助力扶贫的一种体现,体现了酒企获利于民同时不忘回报社会的义举,也体现了全社会对扶贫事业的关注。

中国功能酒联盟成立

■ 黄广顺

近日,中国功能酒联盟在 2017 中国功能酒论坛召开期间成立,泸州抚参堂酒业有限公司董事长邵国平当选为第一届联盟主席,内蒙古鸿茅药业股份公司总经理段炬红、泸州老窖养生酒业有限公司总经理兰余当选联盟副主席。

中国功能酒联盟是由中国食品报社发起,联合国内致力于与健康产业结合的优秀酒企,共同组建服务行业发展的联盟组织。中国功能酒联盟将本着“推进功能酒成长 助力健康中国”的宗旨,进行产业互补、项目互动、资源共享、资本联动。联盟将服务于功能酒企业,紧紧围绕大健康进行营销规划,树立功能酒品牌,拓展功能酒市场;引导企业、企业家遵纪守法,规范自身行为,维护市场经济秩序;提倡诚信经营,推动节能环保,积极承担社会责任,自觉维护企业员工的合法权益;坚持以做药的标准做功能酒,用工匠精神打造产品,赢得市场尊重。

泸州抚参堂酒业有限公司董事长邵国平、中国食品报社社长黄国胜、中国食品发酵工业研究院副院长张五九、中国中医科学院教授柳长华、内蒙古鸿茅药业股份公司副总经理张万绥、吉林市华侨医药保健品总厂董事长胡长明、泸州老窖养生酒业有限公司副总经理刘小刚以及人民国肽集团副总裁谢德刚,共同出席启动仪式。

名庄酒商联盟北京成立 合力掀名庄酒市场全新变革

■ 钟新

近日,“正品正气·商业之本”中国酒类流通协会名庄酒商联盟成立暨主题峰会在北京举行,联盟由中国酒类流通协会发起,中粮名庄荟国际酒业为牵头单位,首批成员包括了全国知名省级大商超,致力于中国名酒市场的正本清源,为中国的广大消费者提供“酒庄直采、全程保真、短链直供、正品行货”的名庄酒、酒庄酒、精品酒。

会上,中国酒类流通协会副会长刘员宣布联盟正式成立,任命在进口酒领域具有重要影响力的中粮名庄荟国际酒业有限公司总经理李士祎为执行主席,携酒业大商一同,发布并承诺遵守正品宣言,倡导正品行货,弘扬酒业正气。

名庄酒市场迎来春天

当今,中国正在经历着全方位的消费升级。历经几年的深度调整,2017 年以来,中国酒行业整体形势开始发生变化,释放出触底复苏的积极讯号,行业发展呈现结构性改变,消费市场也呈现出更多层次的需求。

中国是世界上人口最多的国家,葡萄酒是世界上最第二大酒。据尼尔森 2016 酒类消费者研究显示,全国一二线城市,20-49 岁的酒类饮用者过去三个月的饮用中,葡萄酒的渗透率已经达到了 83%。2016 年,中国葡萄酒进口量与进口额均呈上升趋势。与此同时,全国个人持有的可投资资产总体规模已达到 165 万亿人民币。

川黔名酒抱团出美 发布“沈阳宣言”拟建酒业新生态

9 月 19 日至 20 日,“川黔名酒·情系东北”——2017 沈阳峰会在辽宁沈阳举行。本次峰会由贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司、四川省宜宾五粮液集团有限公司、泸州老窖股份有限公司、四川郎酒股份有限公司联手举行,旨在打造全新的合作模式、联手开拓东北市场,全面实现川黔两省酒业产业升级。两地四家企业将推出中国白酒行业的营销新模式。

四大酒企开启东北战略

四大酒企齐聚东北,确立了深耕东北市场的重要营销方针。当前,东北地区正在见证共和国的工业成长,也正在东北老工业基地的振兴之路奋力前行,四家酒企将东北作为中国酒业新征程的脉络起点意义深远。

四大酒企响应中央号召,积极参与新一轮东北老工业基地振兴的实际行动,利用自身产业优势,深度对接和整合东北区域资源优势,既是促进企业转型发展、做大做强战略选择,又是关注东北民生,落实精准扶贫和促进区域发展的企业善举。

关注东北的经济、民生和区域发展,充分体现出这些中国酒业民族企业的社会责任和行业担当。拥有先进工艺、精湛技术、高规格产品的民族品牌优秀团队将进一步与东北地方资源强强联合,为开拓市场和产业升级提供良好的推动力。同时又将作为东北地区的民众增收和财政增长创造多赢的效果,这必将成为新一轮东北老工业基地振兴添上浓墨重彩的一笔。

酒业迎来崭新时代

酒,集结了食粮之精华。因此提炼、融



近日,“正品正气·商业之本”中国酒类流通协会名庄酒商联盟成立暨主题峰会在北京举行,联盟由中国酒类流通协会发起,中粮名庄荟国际酒业为牵头单位,首批成员包括了全国知名省级大商超,致力于中国名酒市场的正本清源,为中国的广大消费者提供“酒庄直采、全程保真、短链直供、正品行货”的名庄酒、酒庄酒、精品酒。

会上,中国酒类流通协会副会长刘员宣布联盟正式成立,任命在进口酒领域具有重要影响力的中粮名庄荟国际酒业有限公司总经理李士祎为执行主席,携酒业大商一同,发布并承诺遵守正品宣言,倡导正品行货,弘扬酒业正气。



合与变革,是酒与酿酒行业共有的特质。“川黔名酒·情系东北”——2017 沈阳峰会的召开,作为中国酒业发展历史中的重大事件。四川与贵州,中国酒业的两大强省联手打造全新的白酒产业合作方式,标志着中国白酒产业营销的重要转变,双方不断地探索推进区域合作的新途径,标志着中国酒业发展的革命性突破。

据了解,本次峰会体现出“平等、合作、互利、共赢”的原则,总结中国白酒行业新时期的发展思路,促进行业内的优势互补,实现川黔白酒行业创新、协调、绿色、开放、共享发展的崭新局面。

酒文化的“朗读者”

文化既是传承,又是动力。任何一个行业发展的根本力量,便是植根于文化的薪火相传。在今天中国经济飞速发展的背景下,两地四家酒企的产品用软实力提升附加值,体现出充分彰显民族文化名片的

据预测,未来中国高端酒市场规模将达到 3000 亿元。有专业人士预估,全球范围对于高端葡萄酒的需求量均日益高涨,尤其是中国市场,全国国际精品葡萄酒的市场容量估计为 70 亿元,名庄酒市场将迎来新一轮的蓬勃发展,成为酒水行业推动消费升级的利器。

虽然名庄葡萄酒越来越得到消费者的青睐,对众多酒水经销商来说是一块巨大的市场蛋糕,然而水货、假货泛滥一直是消费者和酒商多年来心中难以言说的痛。

大商联手,还名庄酒市场一片净土

为了让消费者能够买到放心的正品行货名庄酒,弘扬酒业正气,满足不同层次消费,推动酒类流通业供给改革,中国酒类流通协会决定发起成立名庄酒商联盟,首批成员包括了中粮名庄荟、湖北人大大、浙江商源、百川名品、宝真国际、怡

亚通商贸、京东商城等全国知名省级大商超,致力于联合起来向行业乱象宣战,同时也向消费者做出庄严承诺,将水货和假货挤出市场,还市场一个可持续发展的健康通道,为进口酒的成长打造一片良性的土壤。

中国酒类流通协会会长王新国在致辞中表示:“成立名庄酒商联盟,首先是对消费者负责,保证消费者买到真品、正品、行货;其次是对酒商负责,让酒商找到信得过的供应链渠道,降低成本、提高效率、减少库存,做好名庄酒销售,提高追求高品质的客户粘性,特别是从白酒跨界做葡萄酒的酒商;再次是让中粮名庄荟这样‘中字头’、‘央字头’的企业与名商、大商结合到一起,让优秀的人资源相互整合创造更大的价值。”

作为联盟执行主席的中粮名庄荟国际酒业总经理李士祎也表示,“名庄酒消费,消费者更在乎产品的真假,和品质是否可靠。依托中粮的品牌声誉,加上我们与诸多名庄良好的合作关系,我们首先保证名庄正品行货。再通过专业的物流和恒温仓储,实现了名庄酒品质的保障,给顾客最佳的体验。因此 in 市场需求日益攀升的今天,行进在进口酒历史潮头的我们有义务发出声音,带头采取行动,齐心协力倡导和推广整个行业的正品正气。”

现场,几十位颇具影响力和地位的全国酒行业大商代表一同上台举行了联盟成立的仪式,并宣读了名庄酒商联盟正品行货宣言,承诺将始终以保障消费者权益为先,全力履行联盟义务,只卖正品行货,弘扬酒业正气。相信在协会的指导和联盟会员的共同努力下,“名庄酒商联盟”能够更好地适应中国消费市场呈现出的更多层次的需求,满足不同层次的消费,更好地推动酒类流通业的供给侧改革,助力中国正品名庄酒市场的健康发展。

11 家企业共同签定协议: 进一步减少有害酒精使用

■ 橙子

近日,11 位来自全球知名啤酒、葡萄酒和烈酒生产企业的 CEO,在哥本哈根共同签署了一份协议。据了解,此次签署的协议,致力于为了酒精饮料行业的数字渠道营销制定更扎实、更负责任的新准则。

信息技术发展 与行业担当促成协议诞生

据了解,该协议之所以得以诞生,并受到国际酒业巨头的鼎力支持有两方面的愿意。一方面是信息技术的快速发展,在带来挑战的同时也带来机遇;另一方面则是酒业巨头们出自于对行业的担当。

在信息技术方面,该协议明确表示,信息技术正在以比以往任何时候都要更快的速度,改变着我们的世界,数字渠道的激增也转变了人们了解品牌和与之互动的方式。尽管行业在增强并拓展营销行为准则方面取得了长足的进步,但数字媒体以趋于完善的消费者洞察力、更好的数据和技术,呈现出不断发展的机遇。

同时,在行业方面,协议签署方表示,作为知名啤酒、葡萄酒和烈酒生产商的首席执行官,我们是众多全球最受欢迎品牌的管理者,也是对这项事业认真负责并以此自豪的雇主。这就是我们决定继续共同为所在行业做出实际改变并践行负责的高标准的原因。

协议重要内容: 进一步减少有害酒精使用

在协议当中,各方明确表示:在此之后,将通过与企业内部销售人员、广告代理机构和社交媒体公司的共同努力,制定相关的严格标准,服务于我们所在的行业和有可能涉及的其他行业。要进一步减少有害酒精使用,进而支持联合国可持续发展目标方面,发挥充分的积极作用。同时保证只向依法购买产品的成年人进行广告宣传。

此外,据记者了解,早在 2012 年,这些企业就推出了承诺书 5 年计划,为签约成员努力实施世界卫生组织(WHO)旨在减少有害使用酒精的全球战略提供相关支持。《啤酒、葡萄酒和烈酒生产商减少有害饮酒承诺书》的 11 家签约企业为:百威英博、朝日集团控股株式会社、百加得、金宾三得利、百富门公司、嘉士伯、帝亚吉欧、喜力、麒麟控股株式会社、摩森康胜和保乐力加。

生产商承诺:减少未成年人饮酒;加强并拓展营销行为准则;为消费者提供信息和负责任的产品创新;减少酒驾;获取零售商的支持来减少有害饮酒。



五粮液低度酒再发新招 联手和缘祥泰力推“中华酒”

产生了正面积的品牌影响力。据和缘祥泰董事长鄢奎平介绍,“中华酒所倡导的‘低度白酒更健康’理念,与其优良的酒质,互为印证,旨在为消费者奉献一款,时尚健康又具民族情怀的低度浓香典范白酒。他的出身,是以五种粮食科学配比,通过古窖池群里微生物与微量元素作用,再经过五粮液特有的‘包包曲’工艺,充分发酵,酿造而成。其酒体内,富含诸多有益物质,均为人体所必需。所以饮之柔顺,入口爽滑,容易吸收,醒酒特别快。”

对于经销商,和缘祥泰实行零风险政策,不固化合同任务,定量发货;对于动销缓慢、停滞客户,未拆箱货品一律按价回购。鄢奎平在发布会上宣布,“年终根据综合数据评分前十名经销商,将获得我们公司赠送的欧洲游大奖,其中前三名将获得家庭三人团名额大奖!”

据了解,中华酒品牌定位于次高端,终端零售价为 438 元/瓶。现场经销商和业内观察员对这款产品市场和品牌的上升空间表示看好:首先从包装上,高端大气的硬件

包装是产品价值的内在,品牌塑造的根本;第二,价格是产品价值的外在体现,保证价格体系的稳定和产利润空间是品牌塑造的第二步,这款产品从定价上完全能够支撑品牌塑造;第三,任何一个品牌的建立,都需要引起消费者的观念认同和价值观共鸣,正能量必须保证。中华情,正能量能够覆盖全中国乃至海外市场。第四,新品的投放首先必须经得起经销商与消费者的检验,优质的品质,优质的宣传,优质的服务。该产品秉承五粮液过硬的产品品质,加之和缘祥泰一直以来的服务口碑,很容易受到市场青睐。

据了解,和缘祥泰酒业的发展历程,从一家五粮液专卖店做起,直至今日,连续三年实现五粮液低度酒全国第一,销售队伍不断壮大,产品结构不断增加,客户资源也愈加丰富。对于中华酒的上市,和缘祥泰将此作为二次爆发的契机,将立足优势市场,逐步拓展全国区域,在营销上将进行一系列热点事件、借势营销,重新定义低度浓香健康白酒,全力打造消费风潮。