杜康助推豫酒振兴 战略牵手和君咨询

近日,洛阳杜康控股&和君咨询战略合作项目启动会在郑州杜康总部举行,杜康控股总经理王鹏、杜康销售公司负责人柳向阳、市场部总监崔俊伟、媒介推广部总监韦伟、营销人资总监姚莉、营管部总监吴荻、和君咨询酒水事业部总经理林枫、和君咨询合伙人云潇雨、潘玉宾、项目经理刘志强出席会议。杜康销售公司高层、各大区负责人以及战略咨询项目组成员共计40余人共同见证了这一重要时刻。启动会由杜康销售公司市场部总监崔俊伟主持。

现场有业内人士表示,目前在河南省委省政府振兴豫酒的号召下,豫酒的发展面临前所未有的历史机遇。杜康和和君咨询的牵手合作,必将再次掀起行业波澜,这标志着杜康在营销管理上将进行重大创新与改革,打响了响应省政府振兴豫酒号召的第一枪!

"与和君的牵手,将开启杜康发展的新篇章。"此次与和君牵手,王鹏信心十足,并充满期待。王鹏表示,此次战略合作,源于复兴杜康的历史责任与政府振兴豫酒的号召,千里之行始于足下,杜康将全力打牢基础,持续提升品质,一步一个脚印地去实现复兴杜康的梦想。和君咨询是国内咨询业巨头,拥有丰富的资源优势和优秀的专业能力,希望和君咨询与杜康并肩作战,重塑华夏酒祖的辉煌,为豫酒繁荣、河南经济发展贡献力量。

"杜康是华夏酿酒鼻祖,豫酒领军企业,拥有无可比拟的品牌基因,具备走向全国、引领豫酒振兴的潜质,非常看好杜康未来前景。"和君咨询酒水事业部总经理林枫在会上阐述吸引和君与杜康合作的原因。他表示,与杜康的战略合作,对和君来说也是一个很大的机遇,和君咨询将提供营销指导、策略落地、品牌推广等方面的服务,与杜康一道,共同成长,帮助杜康找到持续成长的路径,找到赢得逻辑,并助力杜康进入全新的发展空间,为豫酒振兴注入更多的动力。

据悉,和君咨询创立于2000年,现为本土规模最大、实力最强的综合性咨询公司之一,荣获北京管理咨询公司综合实力排名第一、中国咨询业第一品牌等称号。和君咨询持续经营十几年,累计服务数千家企业和政府客户,遍布国内和国外。和君咨询在数十个行业里积累有丰富的案例和经验,尤其对酒类行业有深刻见解,曾经同五粮液、洋河、劲酒、泸州老窖、西凤酒、衡水老白干、互助青稞等国内知名酒企进行过战略合作。

随后,此次战略咨询项目组和君方项目经理刘志强就项目组接下来的工作作了介绍。和君将通过深入调研,形成切实可行的杜康三年战略规划方案,与杜康一起努力,帮助杜康取得突破性发展。

媒介推广总监韦伟在谈到此次和和君咨询战略合作的意义时告诉记者,这次牵手和君,将通过对杜康近几年发展的重新梳理,以及对未来发展的规划,挖掘企业潜力,让杜康焕发出更大的势能。

启动会最后,杜康销售公司负责人柳向阳提出要求,公司所有部门要通力协作、高度配合,确保与和君咨询战略合作的顺畅、高效,推动杜康在复兴的道路上踏实前行,让杜康回归应有的价值高度。

业内人士分析认为,此举对于杜康的快速发展具有重要的战略意义,目前省委省政府正在着力推动豫酒振兴,并明确提出要重点支持以杜康等为代表的豫酒"六朵金花"做大做强。此次战略合作,借助国内咨询巨头和君咨询优秀的管理经验和专业实力,将为复兴杜康、振兴豫酒、实现"豫满中国"的宏伟目标起到积极的推动作用。 (据凤凰网)

"一带一路"酒业国际合作高峰论坛在汾阳召开

■ 云酒团队

近日,"一带一路"酒业国际合作高峰论坛在贾家庄召开。此次峰会是2017山西世界酒文化博览会同期举行的重要活动之一。目的就是为了集思广益来探讨中国酒业的国际化路径,如何搭乘"一带一路"倡议的快车实现中国白酒的国际化征程。

国际化一直是整个白酒行业的"追逐与梦想",现在,这个梦想正在无限接近中。

近日,由吕梁市人民政府、中国酒业协会、中国欧洲经济技术合作协会、中国林业产业联合会森林药材饮品酒业促进会联合主办,汾阳市人民政府、汾酒集团、中展励德国际集团有限公司承办的"一带一路"酒业国际合作高峰论坛在贾家庄召开。

此次峰会是2017山西(汾阳·杏花村)世界酒文化博览会同期举行的重要活动之一。目的就是为了集思广益来探讨中国酒业的国际化路径,如何搭乘"一带一路"倡议的快车实现中国白酒的国际化征程。

"一带一路"倡议的机遇

张骞出使西域,打开了中西之间的交通,从此中国与西方及中亚、西亚、南亚地区的友好往来迅速发展,"使者相望于道,商旅不绝于途"。此番破除文化政治地域禁锢的征途,被史学家司马迁誉为"凿空之旅"。

4年来,"一带一路"已逐渐从理念转化为行动,从愿景转变为现实。来自新华社的数据统计,截至2016年底,中国企业已在"一带一路"沿线20多个国家建设56个经贸合作区,累计投资超过185亿美元,为东道国创造了近11亿美元税收和18万个就业岗位。

可以说,联系的更加紧密让中国和"一带一路"沿线国家之间的经济、文化交流越来越频繁。研究认为,一方面,"一带一路"沿线许多国家自身的发展战略与"一带一路"倡议天然吻合。例如,老挝通过互联互通成为连接周边国家枢纽的"变陆锁国为陆联国"战略、哈萨克斯坦的以运输和物流基础设施项目为核心的"光明之路"计划、印度尼西亚以基础设施建设为核心的"全球海洋支点"发展规划等。

另一方面,我国现有的自由贸易试验区大多数担负着直接与"一带一路"倡议对接的任务。比如,中国(上海)自由贸易试验区位于"长江经济带"和"一带一路"地理位置交汇点,是我国首个被纳入"一带一路"愿景和行动计划的自贸试验区,肩负着基础设施互联互通、金融聚集等重要作用和功能。

正是在这样的大背景下,中国的白酒开始有了走出国门更加"实际而有效"的平台。

在论坛中,国家工业信息化部消费品司副司长王小青认为,随着中国经济体量和影响力的提升,在"一带一路"建设和鼓励企业"走出去"的大战略下,白酒行业迎来新的发展机遇。伴随"一带一路"建设的推进,产业、资本及优势产品"走出去"的势头愈加强劲,以中国传统文化为典型载体的白酒,急需"走出去",实现国际化。

白酒国际化的"落地"

当下无疑是中国白酒顺势走出国门的最佳时机。

国际市场底子薄但恰恰意味着市场潜力大,与此同时,在"一带一路"倡议的引导下,越来越多的外国人开始关注中国白酒——这一蒸馏酒大品类。

在逐步适应调整期并在积极创新转型的过程中,整个白酒行业已经具备了更加客观的国际视野,而以茅台、五粮液、汾酒、泸州老窖、古井贡等为代表的白酒企业更是加快了各自的"国际化步伐"。

中国酒业协会副理事长刘秀华认为,当前,"一带一路"正成为中国实施走出去、引进来,融入全球经济发展的重要战略决策思想。

目前,中国蒸馏酒的产量占世界三分之一,但是从国际化消费量来衡量,中国白酒只占不到百分之一,这与占比达30%的威士忌等蒸馏酒相去甚远。

中国欧洲经济技术合作协会副会长兼秘书长陈璟玥表示,随着中国改革开放步伐的加速,中国国际化地位不断提升,中国在国际上的发展取得了举世瞩目的成就。但中国传统白酒并没有很好地"走出去",所以,陈璟玥看来,酒类行业既要看到"一带一路"倡议给中国酒业发展海外市场带来的机遇,更要看到在这个过程中所面临的挑战。

"此次会议目的就是来共同探讨中国酒和酒文化如何借力'一带一路',让更多中国酒企业携手走出国门,让更多的中国酒品牌通过产业对接、文化共融、投资融资融入到全球市场。"刘秀华说。

国际化的汾酒样本

就在日前结束的欧亚经济论坛上,汾酒集团党委书记、董事长李秋喜透露汾酒的国际化规划已经完成,下一步将实现在俄罗斯落地生产。一旦完成这一计划,汾酒将真正成为白酒国际化第一品牌。

值得关注的是,在汾阳·杏花村酒博会期间,举办的2017山西(汾阳·杏花村)世界酒文化高峰上,汾酒就与来自世界上的白兰地、威士忌、龙舌兰、伏特加、朗姆酒等其他五大蒸馏酒生产和贸易企业代表们来了一次"世纪握手"。

作为东道主的汾酒,第一次在产地与其他五大蒸馏酒代表商们进行了一次交流和学习,"六大蒸馏酒之间要首先成为'知己',才能让更多的全球消费者。通过美酒的联系而成为'知己',而六大蒸馏酒代表企业发挥主导作用,积极构建和完善国际酒类市场的标准体系,既有助于国际酒类市场今后的繁荣,也将为我们赢得更大的市场主动权和话语权"。在论坛演讲中汾酒集团公司总经理、汾酒股份公司董事长谭忠豹揭示了世界六大蒸馏酒"抱团"的必要性。

汾酒股份公司副董事长、总经理常建伟介绍了汾酒国际化的四个维度:品质、文化、标准和模式。对照来看,"六大蒸馏酒抱团"正是汾酒国际化继"走出去"之后的"引进来"的模式创新。

汾酒股份公司常务副总经理武世杰在"'一带一路'给中国酒企业发展国际市场带来的机遇与挑战"为主题的对话环节中指出,汾酒集团已率先启用了与欧盟对接国际标准,并且完成了12项全项指标。

当下,面临中国白酒走向国际化的挑战,白酒企业之间要建立良好的交流机制与平台,制定科学的白酒标准体系、开创中国白酒营销新模式,积极拓展国际市场,共同抓住"一带一路"倡议的机遇,借鉴海外经验,勇于创新,做好中国酒文化建设,加快国际融合步伐,推进企业向全球市场发展。

五粮液将与广药集团联合推出保健酒品牌

欲争保健酒行业一席之地

随着消费者对于健康意识的逐渐提高,"保健酒"凭借其"保健"之名渐渐走进大众的视线。近年来,保健酒行业的市场规模不断扩大,很多大小酒企都纷纷投入其中。近日,广药集团总经理黎洪透露,广药集团将与五粮液集团联合推出新的保健酒品牌,欲联手在保健酒行业争得一席之地。

广药集团:布局良久

广药白云山医药集团股份有限公司是一家历史悠久的老牌药业公司,远的不说,近三年来,其业绩增长得十分稳健。仅在2017年上半年,白云山的营业收入高达111.15亿元人民币,净利润高达11.58亿元,比去年同期增长39.23%。

回顾集团的主营业务,主要分为大南药板块、大健康板块、大商业板块以及大医疗板块四大板块。其中大健康板块主要包含了饮料、食品、保健品、药妆等产品的生产、研发与销售。

在其大健康板块,最为人所熟知的产品就是王老吉凉茶了,也是王老吉凉茶为其大健康板块带来最主要的收益。广药集团早已有着扩展版图的雄心壮志,相信此次推出的保健酒也将被划入广药集团的大健康板块之中。

各大酒企扎堆入局

早在2007年,五粮液集团便联合巨人集团推出了黄金酒,而2007年正处于保健酒市场快速发展的时间段内,黄金酒也算是赶上了好势头,乘风而起。与五粮液的黄金酒相对应,茅台则推出了白金酒品牌系列酒,其中有一个系列便是白金健康养生酒,主打补益强身,健康养生。

在众多的保健酒产品中,劲酒是劲牌有限公司的主打产品。早2001年,劲牌有限公司便开始建设保健酒生产基地,在保健酒市场实力十分雄厚。椰岛鹿龟酒也是海南椰岛集团旗下的重要产品之一,在保健酒市场上的占有率极高。

如今,保健酒市场开始隐隐透露出以"劲酒"、"椰岛鹿龟酒"为第一梯队,"张裕三鞭酒"、"致中和"等品牌为第二梯队,其余众多小品牌环绕的局面。除了劲牌有限公司与海南椰岛集团两家以保健酒作为主要产品的公司之外,其余的企业似乎均是在白酒市场发展到一定规模之后,顺手在保健酒市场布局,五粮液、茅台也不例外。

保健酒市场:遭遇瓶颈期

虽然保健酒市场的规模在前期迅速扩大,但是整体的市场需求和产量却开始在近期停滞不前。根据中国产业信息网的数据显示,在2010年至2014年期间,我国保健酒行业产量不断上升,2014年年产量达到了78.55万千升,相比2013年增长了44.7%,进入了高速增长期。

但是在2015年、2016年的保健酒行业需求量均只在75万千升上下浮动,没有显示出有大幅增长的迹象。随着行业需求趋于稳定,保健酒行业的产量也趋于稳定,近年来一直在80万千升上下浮动。

在需求与产量进入稳定状态的情况下,保健酒产品的均价还是逐渐下降。从2010年的38.5元/升下降到了2016年的36.2元/升。

再加上保健酒市场入局门槛低,产品良莠不齐,乱象频发,广药集团在此时联合五粮液推出保健酒也不知会取得怎样的市场效应。 (据第一农经)

中葡股份 拟27.8亿元收购 国安锂业100%股权

锂电池产业目前是一块香饽饽,只要繁荣势头不减,就会不断有外来的和尚加入进来。如今在锂电池行业,跨界收购或并购已经不是什么新鲜事儿了。自从2015年锂电池行业在新能源汽车产业的带动下进入高速发展期以来,跨界进入该行业的企业便不断涌现。10月10日,中信国安葡萄酒业股份有限公司(以下简称"中葡股份")公布了《发行股份购买资产暨关联交易预案》,拟以27.8亿元收购青海国安持有的国安锂业100%股权。

经过双方友好协商,初步确定国安锂业100%股权的交易作价为27.080805亿元。中葡股份按6.71元/股的发股价格,向青海国安发行403588748股股票。交易完成后,国安锂业将成为中葡股份的全资子公司。青海国安将成为中葡股份的股东,占股比例为26.42%。

中葡股份表示,此次交易完成后,公司将新增碳酸锂、钾肥为主的盐湖资源综合开发利用业务,公司将借助国安锂业的碳酸锂产业迈出对新能源领域布局的关键一步,为公司向新能源产业进行战略转型奠定基础。 (据今日头条)

珠江啤酒 创合作新模式

■ 蓝微

在市场竞争日益激烈的当下,消费者的需求也在不断的发生变化,有越来越多的企业也意识到了合作联盟的重要性,"异业合作"作为联盟的初探模式,是一种达到资源共享、以优势互补为目的的联谊式商业模式。

珠江啤酒一直积极地探索异业合作的新形式,继2016年通过异业合作形式,珠江啤酒先后与优步、七天酒店、中国电信等品牌进行合作。其中通过与七天酒店进行一瓶一码合作派发20元酒店入住券的形式,活动中消费者总共领取了约6.4万张券,总价值128万元。这种异业合作模式,集合了双方的专业资源优势和品牌优势,通过有效地实现资源共享和互补,不仅帮助品牌提升了品质和形象,更利于建立领先的市场竞争优势。

为探索更加优化的异业合作营销模式,2017年,珠江啤酒选择了新经济新业态环境下催生的品牌:ofo小黄车、摩拜单车及饿了么,进行合作。数据显示,领取ofo小黄车免费骑行券人数累计达到28万,摩拜单车免费骑行券领取人数累计达到18万。而活动上线才一周的饿了么活动,领取优惠券人数则达到7万多。选择具有相关性市场的品牌进行异业合作,珠江啤酒将消费者的利益进行全面的最大化补充。在用合理成本进入新市场以及获得新客户的同时,异业合作更能借助品牌的相关性市场,建立新的市场,从而扩大品牌的市场渗透力。

品牌之间通过异业合作,可以创造出双赢的市场利益,珠江啤酒借助一瓶一码的形式,借助与不同品牌进行异业合作,充分发挥品牌战略联盟的价值,通过共同努力,打造强有力的品牌价值,"创"出异业联盟新模式。

从跨界到创新

路过花间与喜马拉雅FM联合推出有故事的酒

伴随着移动互联网的兴起,共享经济与开放式创新的概念已渐渐进入大众视野。而最近一款花酿酒——路过花间则是让开放式的创新真正付诸于实践。此次,路过花间轻度调情酒与喜马拉雅FM相结合,玩转音频领域,有酒有故事,还能让用户真正参与进来,创造专属于你的故事。

精选优质材料,匠心工艺打造

路过花间是一款轻度微醺花酿酒品牌,路过花间,何必太清醒,诠释了我们对现代都市生活的新态度,而品牌来源于一个台湾人在桂林的花酿故事,阳朔这片土地有着迷人的山水,迷人的文化,于是便创造了这款22°可以永久保存的花酿酒,哪怕用尽一生的时光,也要做一件最想做的事情。

路过花间花酿酒共有三种口味,桃花酿、桂花酿以及玫瑰酿,精选桂林优质大米以及萃取顶级玫瑰、桂花、桃花,花香分子,自然渗透而成,让每一次的酿造,都是最长情的告白。

跨界联合喜马拉雅FM,说出你的专属故事

喜马拉雅FM是中国知名的音频分享平台,拥有超过3亿的用户,海量内容超过20个分类,上千万条声音。而"每一个爱喝酒的人肯定都有一个属于自己的故事",此次路过花间跨界联合喜马拉雅FM的活动在喜马拉雅App和路过花间自制H5页面共同开展,扫描瓶身上的二维码即可听酒背后的故事。

此次活动的主题是"我生命中所珍贵的人和事",等你述说你们之间那些微醺的故事,以互动的形式吸引用户参与活动。而此次活动,喜马拉雅App充分利用自身优质声音内容资源,主要负责故事收集,让平台三亿用户说出他们自己的故事,而路过花间花酿酒则是利用自身品牌的优质资源,将品牌背后的故事传播给用户。

(据今日头条)