



今世缘酒业 直营店入驻酒搬客 共同开拓酒水市场

今世有缘,缘定酒搬客!近日,今世缘酒业直营店正式入驻酒搬客直供APP,酒搬客成为今世缘战略级合作电商平台。双方将整合资源强化合作,强强联合实现双赢,共同开拓酒水市场!

据悉,本次率先入驻酒搬客直供APP的酒水有42°今世缘典藏福缘、40°今世缘典藏吉缘、42°今世缘典藏祥缘等经典酒品,后续还会有更多今世缘系列酒品在酒搬客平台独家销售,消费者可以搜索酒搬客直供下载APP关注!

创新模式,促进酒搬客与今世缘深度合作

据悉,促成酒搬客与今世缘快速合作的关键点是双方一致的创新理念。今世缘副总经理黄克滨表示,创新是今世缘成长和进步的不竭动力,作为中国文化酒的倡导者和先行者,从高沟品牌到闻名遐迩的“今世缘现象”,从优秀迈向卓越,都缘于今世缘20多年的创新沉淀。“十三五”以来,今世缘坚持以供给侧结构性改革为主线,积极探索酒行业营销新模式,创新营销体系,提升品牌知名度。

酒搬客直供作为一个快速崛起的全球一站式酒水批发电商平台,以酒品保真为核心理念,将线上运营模式与线下服务模式完美结合,已与海内外500多家酒企实现了合作,在全国建立了550多个区县服务中心,具备丰富的酒水运营经验和优质的客户资源。今世缘直营店入驻酒搬客,是资源和供应链的有效整合,有利于提升今世缘在全国的品牌影响力,提高市场份额。

深度合作,整合渠道资源共同开拓酒水市场

对于与今世缘的携手,酒搬客董事长认为,当前国内酒行业正在发生重大变化和变革,酒企与酒类电商平台合作是大势所趋,将有效推动酒行业的变革,促进良性竞争格局的形成。酒搬客将依托在酒水运营经验、技术实力及大数据基础上的优势资源,帮助酒企快速实现转型,扩大市场份额,为酒企带来更大的利润空间,为消费者带来全新的酒水采购体验。

今世缘副总经理黄克滨表示,酒搬客作为酒类电商领导品牌,在新兴渠道方面具有独特优势,此次今世缘直营店入驻酒搬客,开启了今世缘线上销售的全新模式,也是未来不可或缺的重要渠道。希望今世缘与酒搬客通过深度战略合作,共同开拓酒类市场,从而实现共赢。

据了解,今世缘直营店与以往单纯将酒品从传统渠道直接转移到线上渠道销售的模式不同,今世缘与酒搬客的战略合作,是一次传统酒企与酒类电商深度合作的新尝试。双方以消费者需求为出发点,充分发挥各自优势,整合共享渠道资源,共同开拓和扩大酒水市场,共同提升品牌价值。

(据苏南网)

中国酒庄旅游联盟 在通化成立

从容

近日,吉林省通化产区举行了中国酒庄旅游联盟成立仪式,该联盟由中国食品工业协会葡萄酒果酒专家委员会组织成立。

中国酒庄旅游联盟的成立,将有效地整合葡萄酒行业在酒庄旅游方面的资源优势逐渐形成合力,实现提升中国酒庄旅游的整体水平,打造国内酒庄文化新模式。

据了解,中国酒庄旅游联盟是中国唯一的酒庄文化旅游组织,目前包括尧京酒庄、雅罗酒庄、鸭江谷酒庄、沙恩国际庄园等全国34家知名酒庄,这些酒庄大多分布在北纬25度到45度的广阔区域,北起集安鸭绿江河谷,南至云南香格里拉。项目由葡萄酒行业权威专家、产业顾问组织论证,推动着中国葡萄酒产业从商品到文化,由文化到生活方式的重要转变,中国酒庄旅游联盟将以酒庄为载体,同中国山水美学、园林美学、建筑美学、葡萄酒美学于一身,让不胜了解的人知道酒庄文化,游美景、品美酒、尝美食,体验采摘与酿造的无尽乐趣。

必胜客尝试推出外卖送啤酒服务

据美国石英财经网近日报道,必胜客将啤酒和葡萄酒加入外卖菜单,即将开始试点,有望超越竞争对手。

近日,必胜客将提供10.99美元统一价格的套餐,套餐内包括六罐装的安海斯布希啤酒。必胜客计划于1月份在其产品中增加葡萄酒,并投入市场进行测试。测试将在亚利桑那州凤凰城展开。

必胜客营销总监斯塔西·林恩·布儒瓦(Stacy Lynn Bourgeois)表示,“我们一直很看重数字化和外卖。我认为这是一种为客户提供独特服务的外卖体验。”今年早些时候,必胜客的高管曾说过,他们打算用1.3亿美元来提升品牌,其中一部分行动将是提升外卖努力。到今年年底,该公司预计雇用14000名新的司机。

多年来,必胜客一直在与其主要竞争对手达美乐(Domino's)竞争。达美乐早期专注于外卖业务,股价也因此增长迅猛。必胜客的关注点是进店食客的体验,但现在希望通过在外媒上花费更多精力来获得与对手一样的成功。(据凤凰网)

并购澳洲葡萄酒公司 张裕加速全球布局



在完成对法国、西班牙、智利全球葡萄酒主产国的布局后,2017年12月11日,中国最大的葡萄酒商——张裕A发布公告称,拟以2060.5万澳元的价格现金收购澳大利亚Kilikanoon公司80%股权。至此,张裕实现了对全球葡萄酒主产国的战略布局,企业全球化战略初具规模。

根据张裕A发布的公告,本次收购的核心资产和业务主要来自于标的旗下Kilikanoon Wines。Kilikanoon Wines设立于1997年,位于南澳大利亚首府阿德莱德市的葡萄酒著名产区克莱尔山谷,是一家生产销售中高档价位葡萄酒的公司。

Kilikanoon公司与葡萄酒生产销售有关的主营业务全部在该公司。Kilikanoon Wines由现任总酿酒师Kevin Mitchell先生于1997年创建。Kilikanoon Wines自创立以来,总酿酒师Kevin于2010年和2017年获得德国国际葡萄酒大赛年度最佳澳大利亚酿酒师;2017年选择杂志《欧洲》将其评为澳大利亚最佳葡萄酒生产商,这也是澳大利亚4000多家酒庄中唯一一家获此殊荣的酒庄。

由全球排名前三位的著名葡萄酒评论家James Halliday编写的《2013年度澳大利亚葡萄酒指南》中,将该公司评价为“双红五星酒庄”(指澳大利亚酒庄评级中公认的老牌高质量酒庄,有一贯良好的名望,在出色酒庄中也有着卓越的表现,该类酒庄占2013年澳大利亚酒庄总数的3.8%),并被评为当年“澳大利亚年度最佳酒庄”;2014年至今连续被评为“双红五星酒庄”,酒庄产品曾多年获得诸多国际奖项。

此次被收购的澳大利亚Kilikanoon公司截至2017年6月30日总资产2249万澳元,净资产为1176万澳元。在2016年6月30日至2017年6月30日年度,营业收入为

12月11日,中国最大的葡萄酒商——张裕A发布公告称,拟以2060.5万澳元的价格现金收购澳大利亚Kilikanoon公司80%股权。至此,张裕实现了对全球葡萄酒主产国的战略布局,企业全球化战略初具规模。

1,105万澳元、净利润为126万澳元。

张裕A方面认为,此次并购的澳大利亚Kilikanoon公司与其有着良好的互补性。

公司认为,该项收购符合公司境外收购目标公司的条件和公司中长期发展目标的要求。目标公司位于澳大利亚著名的葡萄酒产区—克莱尔山谷,当地及周边葡萄原料,无论是品种还是数量均供应充足,其本身产品质量优良,产品表现出良好的市场竞争力,其产品特点及口味与中国主流葡萄酒消费者的需求较为吻合,而中国市场是其薄弱环节。本公司收购后,将其产品纳入张裕的渠道在中国市场销售,有利于较快形成销售规模。因此,无论从产品、原料,还是销售渠道

上,与本公司均有较好的互补性,能够获得比较好的协同效应。

澳洲是全球第四大葡萄酒出口国,中国是澳洲葡萄酒最大进口国。根据澳大利亚葡萄酒管理局(Wine Australia)于2016年9月底发布最新出口报告显示,在过去一年里,澳大利亚葡萄酒对中国出口持续保持迅猛增长的势头,对中国出口总额首次超过美国,成为澳大利亚葡萄酒出口的第一大市场。

据测算,若不考虑其产品在中国市场销售获得的收益,公司要收回投资本金,约需15年;若一并考虑其产品在中国市场销售获得的收益,公司要收回投资本金,约需6-7年。

根据公告,现主要股东及管理层(总经理和总酿酒师)在5年内保留公司股权,有利于

建立合理的公司治理架构,形成股东与管理层利益一致的运营机制,也有利于共同分享公司未来成长所带来的收益,同时可以保证公司经营与管理的稳定。

面对国外葡萄酒外来势力的冲击,在“十二五”期间张裕先是在烟台、北京、辽宁、新疆、宁夏、陕西等地发展葡萄基地,自建了八大酒庄,基本上完成了在国内的布局。此后,又通过一系列海外并购在法国、西班牙、智利、澳大利亚等全球主要葡萄酒逐一进行战略投资。至此,张裕的全球化布局初步完成。

由于葡萄酒的个性化,谁能满足更多消费者的需求,谁就能在竞争中占领更多的市场。随着海外并购的增多,张裕正在从一个中国本土酿酒生产企业向全球知名葡萄酒品牌运营商转变。

贵州习酒与陈道明签约代言 共铸君子之品



近日,著名表演艺术家陈道明在北京与贵州茅台酒厂(集团)习酒有限责任公司正式签约,倾情代言习酒窖藏系列高档酱香酒产品。习酒公司党委书记、董事长张德芹与著名表演艺术家陈道明先生出席仪式并互换签约书。

随后,陈道明将拍摄习酒·窖藏1988系列专属广告片以及多个主题平面广告,并出席习酒活动。

习酒在60余年沉淀后,已经步入高速发展与品牌形象沉淀期,陈道明的代言,是习酒整体综合实力的体现。

东方习酒与东方影帝

陈道明是我国德艺双馨的著名演员,艺术造诣高超,是演艺圈里罕见的常青树,不仅在荧屏上塑造了大量有君子品格的艺术形象,通过作品感动和感染了一代又一代观众,而且自身的气质、言行、风格和个人形象彬彬有礼,在影视圈的口碑和影响也极具君子之风。

从1998年主演《末代皇帝》中的青年溥仪,并获得第七届《大众电视》“金鹰奖”最佳男演员奖和第九届全国电视“飞天奖”优秀男主角奖以来,凭借《围城》、《我的1919》、《康熙王朝》、《中国式离婚》、《楚汉传奇》、《归来》、《我的前半生》、《建党大业》、《建国大业》等一大批优秀的影视作品中成功塑造的各类荧屏形象,陈道明一直是深受广大观众喜爱的著名表演艺术家。

他以低调淡远的气质,对自身严格修炼、敬业爱岗的精神为我们塑造了一个个鲜活的人物,带给我们又一次又一次视觉的震撼,心灵的启迪。他是东方影帝,获奖无数,连续获得中国电视金鹰奖最佳男演员和中国电视“飞天奖”优秀男主角,是观众最喜爱的男演员之一;他是第十届、十一届、十二届全

国政协委员,广电总局颁发优秀电影表演艺术家,2006年中宣部“四个一批”人才;他是中国传统文化的传播者,棋琴书画无所不精,君子风采沛然而显,是一个时代的象征。

习酒公司,近年来的发展,可以说是稳步有力,通过央视报时广告、航空、高铁、高速和门户网站等媒体资源,全力塑造以窖藏1988位战略核心的习酒新形象。在2017年第九届华樽杯上,习酒快速提升至行业第十一位,贵州排名仅次于茅台。

习酒倾力打造的经典级大单品习酒·窖藏1988,连续创建习酒单品销售新高,成为家喻户晓的全国性明星大单品,且增长速度还一路高歌猛进,充分彰显了习酒的市场

竞争力和品牌影响力。更可贵的是习酒公司在企业几十年发展进程中,在秉承企业一以贯之的中国传统文化基础上,提炼出了崇道务实、经商爱人的核心价值观为企业行为的准则,以此指导企业的生产经营,其充分尊重消费者而严苛的质量管理体系、诚信为本的营销理念、全面服务的工作作风和勇于担当的责任觉悟,获得社会的广泛认可,成为东方儒家文化遗产传承的经典范本。

君子之品遇上君子陈道明

签约仪式上,习酒董事长及陈道明先生都发表了热情洋溢的致辞,分别表示了对合作前景的信心。习酒公司董事长张德芹认为,

陈道明的君子性格与“君子之品、东方习酒”的品牌形象高度吻合,很容易在消费者心目中形成二者的强关联。君子之品,东方习酒,君品文化是习酒企业文化与品牌价值的高度凝练。从甄选原料,匠心酿造到岁月窖藏,习酒坚持以君子的标准严格要求自己。而陈道明先生对于自身的严格修炼、对于作品的高度把握,正是宝贵的当代君子品格,这是能让大众向往的精神品格,陈道明先生形象,正是具有岁月沉淀、造诣精深的君子形象,更能完美的诠释习酒君品文化。

他还表示,习酒也会一如既往地像陈道明老师德艺双馨的艺术品格一样严格要求自己,从产品的品质和质量到品牌的价值诉求,都坚守酒中君品的素养。

陈道明先生也表示习酒公司作为一个国有企业,历史悠久,其恪守的核心价值观“崇道务实、敬商爱人”是他非常欣赏的。无论是传承东方文化、坚守匠心精神,还是担当社会责任,造福一方百姓,习酒始终践行君子文化,是行业中的君子表率,作为习酒品牌的代言人,他将在合作的过程中尽力而为,宣传习酒。

一直以来,习酒公司在企业的品牌文化上持续投入,在未来更是将围绕君品文化以陈道明先生的代言效应为拉力,集合央视优势资源进行更深入的品牌宣传,同时把新冠名的大型文化项目如央视《极客出发》、凤凰网和深圳卫视联播的《一路书香》等项目做到极致,并不间断加强持续11年的大型公益项目“习酒·我的大学”,已经在全国同行业中建立了标杆地位的大型消费者互动活动“我是品酒师·醉爱酱香酒”等传统项目,全方位塑造习酒的品牌性格,全面提升企业的软实力,让习酒的综合实力更上一个台阶。

(据人民网)

西凤集团和中国物流举行战略合作签约仪式

■ 徐锋刚

近日,由宝鸡市人民政府、中国诚通控股集团有限公司主办,宝鸡市国资委、凤翔县人民政府承办,陕西西凤酒厂集团有限公司、中国物流股份有限公司协办的西凤集团与中国物流“西凤现代物流园项目”签约仪式,在宝鸡国宾饭店隆重举行。

中国诚通控股集团有限公司党委副书记单忠立,中国物流股份有限公司董事长梁伟华,陕西省物流与采购联合会会长孙继民;宝鸡市委常委、常务副市长马震,市人大副主任、党组成员张万奎,市政协主席副主席徐勇;西凤集团董事长、党委书记、股份公司总经理秦本平,西凤集团总裁张力、副总经理贾智勇、党委副书记刘周虎,副总裁杨会军,以及宝鸡市和凤翔县相关职能部门、30多家新闻媒体共200多人出席大会。会议由宝鸡市政府副秘书长周保君主持。

凤翔县长霍铁桥与中国物流公司经

理李向阳签订西凤现代物流园项目服务保障协议。宝鸡市常务副市长马震在致辞中指出,中国物流公司致力于为国内外广大客户提供现代物流服务、铁路集装箱运输、国际货代和海铁联运、综合物流服务及供应链管理、公路运输等业务,是国家5A级物流企业,处于行业领先地位。西凤集团作为西北地区规模最大的国家名酒制造商,也是陕西白酒行业龙头企业和宝鸡市支柱企业,品牌价值达679.01亿,位居中国白酒类品牌价值排行榜第4位。西凤集团与中国物流的牵手合作,对落实省委、省政府“五新”战略和“走出去,引进来”战略,建设“百亿西凤”,和宝鸡打造中国西部交通物流枢纽和丝绸之路经济带重要综合商贸物流战略枢纽城市,加快追赶超越,持续扩大对外开放、招商引资,不断推动国企改革、发展混合所有制经济,助力宝鸡经济快速发展具有重要意义。

秦本平在讲话中指出,现代物流是降低社会物流成本,提高商品流通效率,优化资

源配置,促进经济结构调整和经济增长方式转变,促进企业生产经营快速健康可持续发展的重要抓手。西凤集团和中国物流共同建设的“西凤现代物流园项目”计划总投资30亿元,规划面积约1200亩,其中一期计划投资3亿元,规划面积约220亩,通过园区+物流+互联网+金融等运营模式,以产业联动带动物流需求、电子商务及电子信息满足交易需求,服务西凤当前及未来发展的物流需求、服务区域经济需要、立足宝鸡、辐射西北,未来打造成为具有全国影响力的物流服务示范基地。项目的签约,是西凤集团紧紧围绕“建设中国西凤酒城,打造百亿西凤”的战略目标,坚持“以西凤酒城项目为指引,完善酒城产业布局,构建系统、完整的全产业链物流,建设成品白酒城市共同配送中心、关联供应链物流服务中心、电商快递物流、农副特产品物流中心等综合型物流园区,实现‘百亿产值’跨越奠定坚实的基础。

根据双方协议,中国物流将与西凤集团将按照优势共享、互利互惠、深化合作、共同发展的原则,展开全方位合作,共同推动“西凤现代物流园项目”落地建设。双方的合作,是西凤集团全面贯彻落实党的十九大精神,和市委市政府、市国资委加快西凤酒城建设步伐,实施创新驱动发展战略,以项目带动发展,撸起袖子加油干,加快追赶超越步伐,建设中国西凤酒城的一项重要战略措施。西凤集团将借助中国物流公铁运输、多式联运、国际货代、仓储配送、生产销售、供应链金融等服务优势,和分布全国各地的68家分支机构和50多个枢纽城市建立的大型物流园区,加快西凤集团物流从传统物流向区域物流、全国物流的转型升级,助力西凤酒全国网络化市场发运和布局,培育新的经济增长点,提质增效降低物流成本,优化经营结构,增强企业竞争力,提升盈利能力,以重点项目建设,力促地方经济发展。