



跨界融合之路:让酒香成为资源

■ 丁厚勤

在中国,提起葡萄美酒,人们都会想起一个品牌:张裕。12月13日,“聚焦新旧动能转换——第十三届中国网络媒体山东行”采访团走进张裕国际葡萄酒城,置身于高大宽敞的厂房,面对流水线上快速“行进”的酒瓶大军,采访团记者们纷纷表示叹为观止。

张裕集团是烟台最闪亮的名片,从1892年创办的烟台张裕酿酒公司算起,至今已有一百余年历史。一百余年来,张裕经历了葡萄酒行业起起伏伏,终于坐稳了行业老大的位置。近年来,张裕集团积极挖掘品牌价值,迈出“工业+旅游”跨界融合的步伐,为企业发展注入新的动能。

充分利用品牌效应,走行业跨界融合之路,是大型企业“继续前行”的动力。古人曾说:“酒香不怕巷子深”,说的便是以质取胜,以品牌吸引消费。如今,这套“守巷待客”的方式早已行不通,品牌价值成为企业追求的目标。一般来说,产业链条越长,附加值越高,产出效益越高,而当一个链条已被拉得足够长,跨界融合成为一股新生力量。

开拓新的发展模式,走跨界融合之路,是科学发展的路径选择。有人说,做企业如同育人,一路磕磕绊绊不容易。其实,培育一个企业,凝聚着企业主的热情和意志,千百工人的汗水和智慧,远比养大一个人困难。从这层意

对于张裕来说,一杯葡萄酒不仅是酒,更是凝聚着百年的历史沧桑,凝聚着从原料基地到生产到包装的张裕匠心,这就是张裕的品牌内涵。



义上来讲,做企业最终是育品牌,重要的不是规模有多大,而是品牌价值有多高。当企业发展到一定规模,往往会遇到大企业的烦恼,遭遇边际效益递减的规律,走跨界融合的道路就成了现实选择。新鲜的血液带来新的动力,将引领企业又一轮发展。

跨界融合需依托主业合理延伸,而非盲目改旗易帜。所谓融合,必须互为促进,形成正和博弈。近些年,在房地产市场火热的时候,一些企业家纷纷投身楼市,仅靠资本闯荡陌生的行业,甚至以主业收入补贴,最终难有所成。张裕依托酿酒开发旅游,新的发展模式来得自然而然,第二产业与第三产业完美融合,两种发展模式相得益彰,相互促进,成为有益的补充。

对于张裕来说,一杯葡萄酒不仅是酒,更是凝聚着百年的历史沧桑,凝聚着从原料基地到生产到包装的张裕匠心,这就是张裕的品牌内涵。让喝过,听说过张裕酒的人走进张裕,听企业发展历史,看车间生产流程,这种体验式互动让产品有了灵魂,显然更容易被人们理解吸收。

在张裕国际葡萄酒城,有着全球最大的葡萄酒与白兰地酒类单体生产厂房,灌装线最大单线能力可实现每小时灌装2.5万瓶,单班生产年产能可达14万吨,为目前葡萄酒行业最高速度。向游客讲述生动的张裕故事,展现张裕文化,让这家老牌企业焕发着青春的活力,迈出矫健的步伐。

张裕国际葡萄酒城投产后,预计可接待游客达150万人次,是世界先进的葡萄酒文化主题乐园,也将是全球唯一的一站式葡萄酒文化产业体验基地。跨界融合,让张裕酒香飘得更远。

泰山酒业稳中创变

泰山,中华国山,以其稳固庞大的基座耸立于齐鲁大地中央。在民间,素来有“泰山安,天下安”的说法,人们也常常用“泰山崩于前而色不变”来形容一个人沉着冷静,处变不惊。

作为诞生于泰山脚下,直接承袭了泰山文化滋养的泰山酒业,骨子里天然带着这种“稳如泰山,坚如磐石”的精神品质。在70余年的建厂历史上,泰山酒业已在实质上成为鲁酒的“定海神针”,在每一次大风大浪来袭之时都能用她惯有的稳健步调,为鲁酒阵营注入信心。

如果说泰山酒业是鲁酒的“定海神针”,那么马西元和张铭新这对“黄金搭档”则无疑是鲁酒版块的“酒业双擎”,而行业转型期从马西元到张铭新的权杖交接和平稳过渡则是对泰山酒业稳健发展文化的生动诠释。

在2015年之前,不仅因着稳健基调下“一体两翼,多元发展”的企业战略,创造了业内外闻名遐迩的“泰山现象”,同时借助与航天科技联姻的势头,以及对“尊文化”的传播推广,使得泰山的品牌价值得到极大的提升,树立了鲁酒版块的品牌价值标杆。但是在发展路径上,泰山酒业却走了一条与大多数酒企都不尽相同的道路。

早在上世纪九十年代“标王争霸战”上演得如火如荼之时,泰山酒业就准确地洞察到了其中潜藏的风险,他们认为这种疯狂现象必定不可持续,于是泰山酒业在鲁酒陷入群体性冒进的时刻,冷静地提出“不争标王争市场”的口号。随后事情的演变几乎可用“闹剧”形容,历史证明了泰酒人当时的预判是何等英明。

而到了白酒黄金十年,白酒行业也伴随着国民经济一路上扬,一派歌舞升平欣欣向荣之下,是行业整体上与大众消费者脱节的危机,扩充产能、推高价酒成为这场狂飙突进运动中最为显著的特征,而此时的泰山酒业却在悄然布局下一个产业十年。

在市场层面,泰山酒业开始实施“省外市场抓重点,省内市场重点抓”的战略大调整,稳步布局省内外市场,推广县级大客户制的合作模式。经过几年发展,泰酒不仅构筑了泰莱根据地市场,而且还培育了多个颇具看点的样板级县域市场。到2012年,在时任总经理张铭新的主持下,对“泰山特曲”和“五岳独尊”两大品牌进行了重新梳理和定位,分别以“泰山特曲,情重泰山”和“五岳独尊,尊者赢天下”为新的品牌诉求重新亮相,泰酒的“情文化”与“尊文化”正式浮出水面。

应该说,这种品牌定位的调整,其根源一部分在于泰山“情文化”和“尊文化”长久以来的滋养,另外一部分,则来自于泰山酒业一直以来对于市场、消费者的深入研究与体察。

时间进入2012年,白酒市场因中央政府的重拳“禁公消费”而深陷调整期,整个行业顿时哀鸿遍野,而泰山酒业却是“春江水暖鸭先知”,基于对行业走势的准确判断,泰酒人在稳健中进行了大量行之有效的创新举措,凭借市场与消费下沉和多元化发展战略顺利转型,提前完成了新一轮产业布局。

到2015年春节后,泰山酒业集团股份有限公司原董事长马西元因年满60岁,他的老战友、搭档张铭新接过董事长权杖,在传承稳健发展战略基础上,以“创变者”的角色继续泰酒事业,开始了“在巨人的肩膀上创新”的“张铭新时代”。

2015年是白酒行业进入复苏的前夜,行业调整向纵深发展,泰酒适时推出四大营销创新工程予以应对——营销整合解决市场竞争、产品冲突、职能重复、效率偏低等问题;厂商战略联盟实现了对传统营销模式的升级,使厂商之间结成“命运共同体”;风行齐鲁二十年的“泰山酒仙”升级版——“窖藏酒仙”成功上市,与“五岳独尊”、“泰山特曲”共同组成了泰酒品牌架构的“铁三角”,同时借助“泰山美酒汇”微商城渠道,迅速集聚了人气,泰山酒业的大单品战略也就此迈出了更为深入的一步。

2016年,张铭新提出了“创新求突破,提升促发展——打造百年幸福泰酒”发展战略,并把2016年定位为泰山酒业集团的“创新提升年”,为“百年幸福泰酒”的战略愿景谋篇布局。

2016年12月26日,泰山酒业集团2017年营销年会暨航天、航空、高铁战略合作新闻发布会将在山东泰安召开。张铭新董事长将2017年定位为泰山酒业的“突破提升年”,并提出了“任务目标、营销模式、品牌建设、产品质量和管理信息化”的五大突破方略。

目前,泰山酒业一次性联手航天、航空、高铁三大顶级战略合作伙伴,正式升级成为“中国航天事业战略合作伙伴”,泰酒的品牌形象也在山航100多架飞机上呈现出多样化传播形式,“泰山酒业号”高铁正在奔驰。泰酒品牌高度再次得到升华。

历史一再证实,产业总是由分散趋于集中,白酒行业也不例外,优胜劣汰的竞争阶段,强者恒强。面对白酒整体复苏、品牌聚焦的产业大势,以稳健为基础,以创新为导向,眼光更远,根基更稳,发展更快,这是鲁酒领军企业、定海神针——泰山酒业留给行业的最佳启迪。

酒鬼酒“2017内参·诗酒文化社枫林雅聚”打造文化盛宴



■ 王哉

12月8日上午10时,“2017内参·诗酒文化社枫林雅聚”这一文化盛宴,邀湖南文化名人齐聚岳麓山脚下,于枫叶尽染的爱晚亭首开论坛。湖南文化界名人开坛布讲,并通过新湖南网络直播畅谈中国古典诗词中的酒文化及现实意义,旨在弘扬中国诗酒文化,高举文化大旗,实现文化人和文化酒的全面联姻。湖湘文化藏龙卧虎之地,千年学府通儒达识所在,迎来众位大师的激情碰撞,大师们脑

力激荡,吸引了数万粉丝现场观看、互动。

本次活动由酒鬼酒股份有限公司、湖南日报报业集团主办,由华声在线股份有限公司承办,湖南华声户外运动有限公司执行。

酒鬼酒股份有限公司副总经理、酒鬼酒供销有限责任公司总经理李明表示,诗与酒的结合,在中国古代文人的聚会上体现得淋漓尽致。诗与酒,已成为中国古典文学的一个传统,酒和诗彼此依托,相互映衬。多年来,酒鬼酒引来无数文化名人前来瞻慕酒鬼酒。艾青、汪曾祺、臧克家、陈忠实、丁聪、韩美林、张

贤亮、马识途、王朝闻、高晓声等近百位文化名家曾作客酒鬼酒公司,兴然作诗题词,留下许多美文佳话。

内参酒作为酒鬼酒公司的高端产品,它是酒鬼酒文化境界的至高点。内参·诗酒文化社是聚合中国文化人的平台化组织,以文化艺术界人士为主要对象,以弘扬中国诗酒文化为宗旨,以传播中国诗酒文化为核心内容,以诗为媒,以酒为介,以诗言志,以酒抒怀,以诗会友,以酒润诗,实现文化人与文化酒联姻,将内参酒打造成高端文化酒的引领者。

此次“2017内参·诗酒文化社枫林雅聚”,以诗为媒,以画言志,以字会友,是高端文化酒的践行者——内参酒与文化活动深度融合,内参酒将进一步把“内参·诗酒文化社”打造成聚合文化人的平台化组织,以弘扬中国诗酒文化为宗旨,以传播中国诗酒文化为核心内容,实现文化人与文化酒联姻,逐步将其打造成极具影响力的文化品牌。

这对酒鬼酒公司文化的传承和湘酒文化的提升,都有着不可忽视的作用,也是酒鬼酒公司为落实“文化酒鬼、生态酒鬼、馥郁酒鬼”三大品牌战略的重要之举。

“中国国际名酒文化节”新闻发布会将在成都举行

■ 武官

11月21日,“中国国际名酒文化节”新闻发布会在成都举行。会议宣布,中国国际名酒文化节·第二十一届五粮液1218共商共建共享大会将于12月18日-20日在宜宾举行。中国酒业协会副理事长、秘书长宋书玉,宜宾市委副书记邓正权,市委常委、宣传部长李敏,五粮液股份公司副总经理唐伯超出席新闻发布会并答记者问。



本届国际名酒文化节由酒业协会主

办,中国轻工业联合会特别支持,四川省人民政府指导,四川省商务厅、四川省经济和信息化委员会、四川省国资委、四川省投资促进局、四川广播电视台、四川省人民政府外事侨务(港澳)办公室、宜宾市人民政府、五粮液集团公司联合承办,四川省文化厅、四川省贸促会、四川博览事务局、四川中国白酒金三角酒

业协会共同协办。

在文化节期间将举办酒类会展、投资推

介会暨合作项目协议签署仪式,中国名酒“一

带一路”国际化发展论坛、长江经济带大论坛、2017中国酒业新时代新消费新趋势论坛以及“五洲酒韵”酒文化鉴赏等活动。还将针对高端成长型产业和绿色食品加工业以及五大新兴先导型服务业推出178个重大投资促

进项目,投资总额将超过2000亿元。

今年文化节期间五粮液承办的系列活动

多达10项。其中,中国浓香型白酒文化高峰

论坛将有国内几十家知名浓香白酒企业莅

临,共话浓香白酒发展未来;第二十一届五

用中国酒讲述中国的故事

■ 王剑

日前,由美国华人美学会和中华社会文化发展基金会联合组织与支持的“中国艺术璀璨之约”在纽约联合国总部四层盛大开幕。“醉美中国,世界共享”,以剑南春为代表的中国白酒首次正式登陆联合国,向世界展现中国传统

文化的源远流长,用中国酒讲述中国故事,传递中国声音,让中国白酒飘香世界。

本次活动汇聚了以联合国副秘书长、联合国助理秘书长、联合国开发计划署助理署长兼开发署亚太局局长徐浩良为首的众多联合国外交,以及包括中国文联副主席、中国音

乐家协会主席叶小钢,中国联合国协会理事胡海林,中华社会文化发展基金会理事长周塞峰,乒乓球奥运冠军邓亚萍,中国著名表演艺术家张铁林,中国歌剧舞剧院国家一级演

员李玉刚,著名京剧演员王子歌,著名长笛演

奏家马勇,青年古筝演奏家崔颖,国际著名功

夫大师高西安等文艺体育界知名人士。剑南

春作为唯一受邀中国白酒企业,代表中国白酒向联合国赠送了礼品,以感谢联合国长期

邀请。剑南春代表在致辞中说道。

白酒是中国传统文化的重要组成部分之一,与中国的历史与文化有着密不可分的关

系,品味白酒也是在品味中国历史。而作为中

国白酒的代表,剑南春可以算是中国白酒的

半部历史,其最早可以追溯至1500年前的唐

朝。据《后唐书·德宗本纪》记载,在盛唐时期

剑南春被选为宫廷御酒。剑南春是现代中国唯一载入正史的中国名酒,也是中国至今唯一尚存的大唐名酒,其传统酿造技艺被认定为国家级非物质文化遗产。

如今,剑南春的生产规模和贮存规模居

全国白酒行业第二位,从品牌影响力、品牌美

誉度、产品产销量三个角度始终处于前三名,

与茅台、五粮液一起被誉为“中国三大名酒”

“茅五剑”。

作为中国白酒行业的领军人物,剑南春一

直以弘扬中华文化,推动白酒国际化为己任。

此次剑南春作为中国白酒品牌的代表受

邀出席活动,以传承千年的古老制作技艺酿

造出最为醇香浓郁的白酒,向世界传递中国

匠心之作,让世界品尝到中国味道,收获了现

场嘉宾的高度赞赏。

据了解,本次活动后剑南春将正式开启

全球中国文化极致之旅,完美融合剑南春品

牌文化、中国千年酒文化与中国传统文化,向

世界讲述中国故事,传递中国声音,让中国白

酒飘香世界。