

# 酒水食品“魔盒”新零售商业模式来临

■ 李玉友

在成都春季糖酒会上,一种被称为魔盒 CITYBOX 的新零售商业模式吸引了众多参会人员关注。3月21日,在由 WBO 葡萄酒商业观察主办、魔盒 CITYBOX 独家战略协办以及中国流通副协会全程支持的“新零售时代入场券——2018 中国(成都)酒业食品峰会”上,魔盒 CITYBOX 创始人沈博炜向观众展示了它的魔力。

沈博炜说:“新零售已经是大势所趋,从宏观角度讲,我们的商业已经发展到这个阶段,我们必须涉足或关注。因为线上流量成本越来越高,新增用户需要支付 300 块,然而线下传统门店的客流获取却几乎不要钱了,只是没有把客流转化为用户经营。新零售一定会做到流量、体验、性价比(线上线下互相导流)、品牌、数据、场景化(所见即所得,场景对应出现的产品)、活跃度。”

会上,入会嘉宾都亲身体验到了魔盒 CITYBOX 的“黑科技”力量,沈博炜更以论坛现场为场景扫码打开魔盒取出了饮料为现场嘉宾更直观得展现了魔盒无可比拟的优势——即时性。“当你做展会做论坛做演讲,困了饿了渴了的时候,现场有这么一台魔盒 CITYBOX,那讲话的人真的要谢谢你。”幽默的发言更是引来观众阵阵掌声。他认为魔盒 CITYBOX 就是用场景化的“即时性”来对抗



“快”,再基于技术的精准信息情报分析能力,能做到精准营销。

这场峰会集结了来自白酒、葡萄酒、食品以及新零售行业中最具代表性的龙头企业,新零售领军渠道品牌魔盒 CITYBOX 独家新零售大数据现场发布更引发与会观众极大兴趣。

在峰会中,行业大咖都分享了自己对新零售的看法。中国中国副流通协会会长何继红认为,“酒类食品是消费品中的重要门类,是事关民生的万亿行业,在传统流通模式下,酒类食品产品流通效率低和消费者的距离远,已经不能满足消费升级和 80、90 后

消费者代际更替的趋势,短板是显而易见的,消费升级和消费者更替已经对行业形成倒逼效应。”她认为在新零售的改革浪潮中,酒类食品企业积极应对变革浪潮,拥抱新零售。

WBO 创始人杨建说道,“电商曾颠覆了服装、电器、计生用品,但这一轮电商红利已经消耗殆尽!传统分销层级级压扁,消费者偏好发生变化。酒类食品企业只有越靠近消费者才能适应新局面,这是回归零售的本质。”他认为新零售是工具,更是方法论,提高酒类食品企业的效率,降低成本才是正道!

## 酒商怎样选择产品才靠谱

■ 杨军

在 2018 年春季糖酒会期间,无数的经销商、渠道商、定制商、企业主及新兴力量纷至沓来。这些年,各地的糖酒会,尤其是全国春季糖酒会都随着时代的发展而发生着巨大的变化。

糖酒会的订货、销售功能在逐渐被弱化,很多去糖酒会的人更多是去联络一下情感,而参展企业展示企业风采和释放信号的意义远远大于其他方面。

糖酒会上可以看风向、看新潮、看机会。作为酒商,更喜欢将糖酒会之行具体到微观层面上来,相信诸多酒商们的重点还是选择产品和了解产品。

### 经销商选择产品的标尺

目前,酒水市场产品同质化现象仍然严重,差异化产品、品牌、新品类仍然较少。畅销产品和优质品牌早已名花有主,伪稀缺性资源、伪风口预测比比皆是。酒商们在产品选择上还是会时常出现小失误,为此,从酒商的类型、发展阶段和行业大环境出发,为其在产品选择上提供参考。

类型一:

#### 大商选择未来型产品

现状:大商的产品线现状是品牌多、系列多、品种多、产品多、上下游供应链完整。特点:一手的好牌。

需求:大商们都希望自身能够对未来做出正确的预估和判断,并希望对未来的消费需求进行引导,以体现大商的地位优势,进行行业性的引领以收获更多的利益和边际红利。

选择方向:新风口性产品,例如新的次高端品牌和产品、新中产阶级核心价格带名酒新品、各酒的个性化或概念型产品、具有极大差异化的小众产品。

注意事项:与现有产品线能够有效整合最重要,避免另起炉灶成立新组织。

类型二:

#### 老经销商选择利润型产品

现状:老牌经销商多为供销社体制下产生经营至今的经销商,其产品线现状是产品多、产品杂、产品老、持有品牌形象老旧、鸡肋情况日渐严重。

特点:一手的牌。老经销商在酒水行情好的时候赚了不少钱,当下行情不好的时期,以不断地换产品作为改善经营现状的救命稻草,经营观念老,习惯于一夜暴富的传奇梦想。

需求:能赚钱是第一目的,把酒水当做生意,亟待新的利润型产品及各种档次的利润型产品补充利润。

选择方向:支持力度大,毛利率高,渠道空间大,包装中档的产品,例如一线品牌为佳、二线品牌可以接受、三线品牌低风险情况下可以小小尝试。

注意事项:所掌控渠道的接受度在不断变化,需要满足下游渠道商的利益。

类型三:

#### 新经销商需要品牌效应型产品

现状:新入行经销商,亟待做大的渠道商,或其他行业经销商,目前手上缺乏知名度的品牌和产品。

特点:想当一回地主,先不考虑输赢。

需求:希望通过大品牌提升自身知名度,提高在圈子内的社会地位。

选择方向:全国性光瓶酒品牌机会,例如

知名光瓶酒,目前仍然有很多空白区域或更换经销商的品牌;省级龙头品牌机会,例如目前处于快速扩张、新升级阶段的省级品牌或子品牌;小区域或特殊品牌机会,例如地方历史性老产品、地方特产型产品、或本地情怀型产品或品牌。

注意事项:看清厂商关系,明确双方需求,整合彼此优势才能共赢。

类型四:

#### 跨界经销商青睐生态系统型产品

现状:跨界经销商或投资机构,缺乏与自身资源匹配的产品或品牌,目前手上有其他品类、品种的产品或供应链资源,希望进行更好地置换或借势。

特点:老是看牌局的局外人;懂生意不一定懂白酒,懂酒水不一定有精力长线经营。

需求:轻资产,优质的商业模式孵化,快速扩张的产品或品牌。

选择方向:热点品牌,例如尝试新渠道拓展的品牌或者产品、进行跨界整合的机构或品牌。

注意事项:适当地考虑消费和受众。

类型五:

#### 新酒商选择资本型产品

现状:作为新酒商或新酒水机构,现有产品线两级分化现象比较严重(品牌产品利润低,定制产品销量低),期待与强势平台或厂家以新模式进行新合作。

特点:期望制定新牌局规则的老牌友。

需求:流量、口碑、热点。

选择方向:新优质产品或品牌,例如互联网产品、热点型产品、高性价比产品及自有专属定制型产品。

注意事项:成本控制是经营的一大考

此外,沈博炜更大方分享了魔盒 CITY-BOX 的云端后台真实数据,“这是魔盒 CITYBOX 其中 550 台设备截至今天下午的实时数据,可以看到目前支付金额是近 29454.25 元,支付订单数 3234 笔,支付用户数 2994 笔,商品销售件数 4656 笔..... 事实上,魔盒 CITYBOX 花了一年多时间扎扎实实做了用户消费行为研究。“我们得出了 100 多种场景消费标签,通过点位标签和消费标签我们又研究出来 70 多种商品模板。”

目前,魔盒 CITYBOX 已经打造了包括办公室、学校、社区等 28 个场景,正在打造第 29 个场景——餐厅,相信不久的将来我们能看到酒水在这个场景下的爆发。

对于魔盒 CITYBOX 这样积极探索新零售模式的创新型企业,来自行业的大咖都给予了中肯的评价。“魔盒的商业原理给我很深印象,魔盒对酒类食品企业流通效率的提高和消费者体验的提升做出了有益的探索,通过大数据,能够让酒类食品企业实时了解消费者的动态,对行业具有创新意义。”何继红会长如此评价道。威龙葡萄酒有限公司总经理沈义也十分认同魔盒 CITYBOX 的商业逻辑,他认为魔盒 CITYBOX 能解决行业渠道碎片化、消费多元化等痛点,给葡萄酒带来新零售的机会。中粮名庄荟时栋也表示魔盒 CITYBOX 与中粮名庄荟的新零售思路有很多契合的地方,包括葡萄酒在内的酒水新零售大有可为。

验,合理的平衡产品推广阶段的投入和节奏很关键。

### 重新定义酒商的产品组合战略

这几年,几乎所有的酒企都在做调整、玩升级。酒业生态链(酒企-酒商-酒客)中的各级板块的一致性,造成了中间环节的酒商们或主动、或被动地也进行了结构性升级和调整。本轮调整中,企业家的产品战略成为了酒企的第一战略。笔者认为,未来合理的产品线组合将是酒商发展的第一战略。

名酒酒商的资本+。目前,作为名酒的酒商需要快速实现资源型酒商向资本型酒商转型,快速地进行上下游产品链、多业务模块、多商业模式的整合,资本+是产品组合的新战略,更是酒商发展新战略。

省酒酒商的平台+。省酒酒商多为区域 TOP3、TOP5 的优质经销商,在新商业模式和资本型竞争的多重挤压下,需要进行快速的突围,利用现有平台进行多元化战略整合可快速实现资本、市场、规模的升级,实现省级酒商的地位和话语权格局。

小区域品牌酒商的本地+。小区域酒企的酒商多为 3 级序列,一直致力于小区域酒企的品牌运作,多年有着良好人脉和商誉的酒商,在新的省酒次高端崛起、新商务消费兴起的大背景下,可以进行品牌的区域化运作,一鼓作气向更大的区域、更广阔的本地化平台商去拓展,实现省级区域的本地+战略。

酒商有效的产品线+将凸显产品组合更大的价值,依托现有产品和新优质资源(适合特质自身的产品或品牌)的加成,依托现有产品结构与新商机的整合,在未来将重新定义“中国酒商的产品组合战略”,谋求更好的发展,建立更有竞争力的酒商生态系统。

成了香港葡萄酒品牌完整的概念。

香港葡萄酒商会是一个非盈利组织,代表着香港所有从事葡萄酒或相关的企业或个体,多年来致力推动葡萄酒产业升级,发展成为专业与知识兼备的服务型的产业,包括教育培训、商贸活动、拍卖事业、展览服务、品牌管理、仓储物流等各方面,让香港成为全球葡萄酒综合服务平台。为协助香港企业拓展内地市场,商会率领企业走遍全国各地,组织考察团,举办多元化的展览活动,促进内地与香港两地葡萄酒商贸和文化交流。

## 香港葡萄酒品牌全国路演成都站活动举办

■ 唐玉炜

由香港葡萄酒商会主办的“香港葡萄酒品牌全国路演 - 成都站”活动日前启动,此次路演活动包括:香港葡萄酒品牌成都发布、美酒蓉港交流晚会、西博城 3 天葡萄酒展览、品鉴、大师班等。

成都站的路演活动,在香港馆内不同的时段上演不同的节目。先后有香港葡萄酒商会会长何耀康先生及香港品质保证局助理总监彭文俊先生在研讨会中讲解溯源

品牌如何令葡萄酒产品及服务产生增值作用;此外,馆内的课堂区域将举行大师班课程,由冯志伟老师讲解美食与葡萄酒的搭配。

“香港葡萄酒品牌全国路演”是香港葡萄酒商会在 2015 年始的一项大规模推广香港葡萄酒产业计划,本会得到香港特区政府 BUD 基金的资助,在 2015 到 2016 年间曾在五个城市举行推广活动。2017 年,香港葡萄酒商会再次荣获 BUD 基金的资助,在成都、武汉、成都、北京举行进一步深化推广香港葡萄酒品牌的路演活动。

这次来到成都,借着今年秋季糖酒会在成都举办之遇,在场馆内设立香港馆,宣传香港葡萄酒业及作各种葡萄酒贸易相关的服务配套介绍。此次 BUD 基金资助的项目由香港品质保证局担任执行机构,此次香港葡萄酒商会与香港品质保证局的合作,在推动品牌扩张方面将产生更大的影响力。

“香港葡萄酒品牌”是一套完整的概念,强调如何透过香港有关支持葡萄酒贸易的各种元素,使葡萄酒产品及在内地销售管道产生

增值的作用。香港葡萄酒品牌包含三个元素:公信力品牌、形象品牌以及品牌所涵盖的服务配套。国际权威性的标准认证机构香港品质保证局在 2013 年推出了香港葡萄酒注册计划,计划目的是严格审核葡萄酒的来源,并提供溯源标签,为市场的消费者把好关,此乃溯源公信力品牌的基石。

而香港葡萄酒品牌所涵盖的服务配套有:香港葡萄酒注册计划、葡萄酒储存管理体系认证计划、中港葡萄酒通关征税便利措施以及 GPX 港葡享一站式服务平台。这三个元素构

**彭州市华蓉陶瓷有限公司**

专业设计生产:  
陶瓷酒瓶、酒具及各种工艺品等,公司倾力于中国陶瓷酒瓶及摆件的设计与制造。

公司生产的会呼吸的陶瓷酒瓶,会交流传神的陶瓷摆件,使华蓉更有魅力。

厂长:刘德银  
手机:13088090770  
13281090770

电话:  
028-83833818  
83833828  
QQ 号码:  
814439265  
1512026857  
地址:  
四川省彭州市桂花镇

**济南瑞丰生物工程有限公司**

本公司与齐鲁工业大学等高校密切合作,研究开发了增强固态白酒发酵的系列高效微生态产品,提高白酒质量,降低生产成本,减少劳动强度。

主要产品如下:  
●白酒发酵微生态菌剂  
●脱水活性窖泥功能菌  
●根霉曲  
●优质成品窖泥  
●浓缩液体己酸菌  
●浓缩液体产酒香酵母菌  
●芝麻香型白酒高效微生物菌剂  
●酯化红曲

企业宗旨:优质产品 优质服务 合作共赢

总经理:陆泰勇  
联系电话:13905416779  
0531-87483989  
邮编:250308  
地址:山东省长清区张夏工业园区  
E-mail:ruifengshengwu@163.com

**您发财 我发展**

华西酒曲厂是在其前身——成都市成华区高科技生产化技术研究所彭州实验厂的基础上,经 25 年发展和积累而成立的专业从事生物制品科研和生产加工企业。

研究和开发的微生物系列产品有:  
◆根霉酒曲  
◆生料酒曲  
◆纯根霉甜酒曲  
◆固体麸皮活性生香干酵母  
◆工业级纤维素酶  
◆食品添加剂红曲米  
◆酱油曲精

厂址:四川成都彭州经济开发区  
联系人:罗忠  
手机:13679061105  
电话:028-837028146(办)  
传真:028-83708978  
邮编:611930  
网址:www.mainone.com  
E-mail:cdservice@main one.com

**酒品如人品**

我公司是一家专业以五种粮食酿造的优质浓香型原酒、多种风格调味酒、陈年老酒以及酱香型大曲酒的生产企业,拥有合义坊、川辉两类商标品牌,欢迎贴牌加工,愿与全国各大厂家共谋发展。

公司名称:四川省邛崃市正方酒业有限公司  
成都市合义坊酒业有限公司  
公司地址:四川省邛崃市卧龙镇中国名酒工业园

董事长:宋一明  
电话:028-8878439(传真)  
手机:13908225762  
13548108555  
邮编:611530  
网址:http://www.sczfjy.cn/  
http://www.cdhyf.cn/

**四川百年苏公老酒坊 全国招商**

提供:  
原生态清香、浓香、酱香白酒和养生酒、水果酒及贴牌代加工业务。

财富热线:4008842899  
加盟专线:15881033359