

从“再定义”到“再创造” 新时代中国服装业萌生“新意”

◎再定义:打破传统印象 ◎再创造:重构产业逻辑 ◎再求新:寻求价值新优势

<< P2

在变革中无尽升华

五粮液互联网数字化跨境营销新零售时代的“2018 水晶盛宴”惊艳业界



●五粮液集团公司总经理、股份公司董事长刘中国



●五粮液股份公司副总经理朱忠玉



■ 本报记者 王剑兰 王道海

3月18日,一场见证五粮液与国际顶尖品牌全方位合作、开启五粮液互联网数字化跨境营销新零售时代的“2018 水晶盛宴”,惊艳了在场的所有嘉宾。

盛宴上,五粮液与国际知名品牌施华洛世奇合作推出的全球首款高端婚嫁专属产品“五粮液·缘定晶生”正式面向全球发售;五粮液个性化产品营销体验全新零售平台“五粮液五优购”测试上线。

自去年“1218”大会上五粮液提出“1+3”产品战略,短短3个月后,业界便看到了五粮液一系列全新动作。

18日,五粮液在成都举办了“两周年发布活动”,一口气发布了“改革开放四十周年”纪念酒、“新时代·国运昌”纪念酒和“五粮液·缘定晶生”三款产品。同时,担负五粮液新零售模式下创新实践重任的创新型营销平台“五粮液五优购”也在当天宣布测试上线。

高颜值产品的发布和创新营销平台的推出,让业界看到了一个更年轻、更时尚、更个性、更国际化的五粮液。

新品迭出 一鹤冲天

正如五粮液集团公司党委书记、董事长李曙光在2017年总结大会上所说,五粮液品牌确立了“1+3”产品策略,做精做强52度新品五粮液的同时,着力打造独特、稀缺、个性的高端五粮液系列,打造年轻化、时尚化、低度化的五粮液系列,打造全新的国际版的五粮液系列,强化五粮液品牌核心产品体系延展三个维度。

五粮液方面表示,这三款纪念酒是落实五粮液“1+3”产品策略的具体举措,是打造五



粮液“独特、稀缺、个性”维度的开局之作。这其中,改革开放四十周年纪念酒,规格为800ml,终端零售价1978元/瓶;致敬改革开放四十周年纪念酒大事件主题套装为500ml 40瓶/套,终端零售价9999元/套;“新时代国运昌”纪念酒规格为750ml,终端零售价2018元/瓶。纪念产品可通过五粮液专卖店体系、五粮液经销商、五粮液百城千县万店工程终端、KA/电商、其他社会终端及五粮液文旅商城全渠道购买。

中国酒业协会副理事长、秘书长宋书玉出席了当天的发布仪式。他表示,新时代、新消费、新机遇是2018年中国白酒产业发展的关键词。而五粮液此次致敬改革开放,展望新时代发展的纪念产品,是迎接新时代,引领新消费,创造新未来的创新之作。在他看来,今天的产品发布会,更像是一场“求新”会,是产品研发上的求新,也是营销模式的求新。

创新模式 引领时尚

“五粮液·缘定晶生”暨五优购平台测试上线全球战略发布会上,高端婚嫁用酒力作“五粮液·缘定晶生”戒指款正式发售,五粮液创新零售平台——“五粮液五优购”宣布测试上线。

“五粮液·缘定晶生”戒指款零售价为1980/瓶,天鹅款零售价为5200/瓶,从即日起,消费者可通过“五粮液五优购”平台购买。

产品借助表达爱情的具体元素符号形成整体形态创意,以水晶来诠释纯洁神圣的情感,用戒指元素来表达相爱一生的承诺,瓶颈由意大利工匠手工镶嵌点缀,精湛的工艺配上浓香热烈的五粮美酒,共同见证天下有情人的美好时刻,实为一款时尚艺术佳品。

五粮液五优购平台作为五粮液旗下官方新零售平台,是以五粮液品牌为核心,以个性化、定制化、创新化为驱动力的创新营销平台,专属搭载“婚嫁”“生日宴”“家宴”“商务宴”“主题宴”五大生活场景的数字化平台。

具体来说,“五粮液五优购”平台在整体规划上,具有五大核心优势:一是个性化专属产品服务,五粮液五优购平台搭载场景化专属产品;二是尊享礼遇式体验服务;三是智能化供需匹配服务;四是持续性消费升级服务;五是五粮液全程保障服务。

据了解,目前五粮液正在筹建电子商务公司,通过整合五粮液五优购平台、五粮E店、社会化新零售终端,集合平台资源、用户资源、数据资源等,全面提高资源的利用率,开启五粮液新零售征程。

重要讯号 激荡人心

从商周的“蒟酱”到唐代“重碧酒”、宋代“姚子雪曲”,再到明代“杂粮酒”,五粮液一脉相承数千年,“利川永”、“长发升”等明初老窖,至今仍在正常生产。多年来,五粮液一直坚持以“中国的五粮液,世界的五粮液”为目标,致力弘扬、传播中国白酒文化打造一张面向世界的“中国名片”。

此后,业已成为白酒大王、在国内取得巨大成功的五粮液,围绕成为“世界的五粮液”,展开了一段“创新求进竞争第一”的奋进史,而随着国家“一带一路”倡议的提出和推进,这一进程也明显加快:从携手英国爱乐乐团,到联合世界名酒品牌共同成立“一带一路”国际名酒联盟等,无一不体现出五粮液抓紧“一带一路”机遇,大力实施“引进来走出去”战略。五粮液以文化为传媒,借助大型国际活动,积极地走向世界,向世界展示中国传统文化以及中国民族品牌风采,加速推进白酒国际化进程,充分展现出中国民族品牌的使命担当。

去年6月2日,在主题为“共商共建共享”的五粮液股份公司运营代表工作会议上,上任伊始的五粮液集团公司党委书记、董事长李曙光提出了五粮液“二次创业新思维,再启千亿目标新征程”,引起了业界广泛关注与讨论。此后,五粮液开启了一系列战略、品牌 and 营销等方面的改革创新,围绕低度化、年轻化、数字化、国际化等四方面用国际思维、国际语言讲好中国白酒故事,引导和重构消费者对“中国顶级白酒品牌”的认知。在Brand Finance发布的“2018世界最具价值品牌500强”排行榜上,五粮液以146.35亿美元的品牌价值位居榜单第100位,增幅达161%。

来自业界的掌声同样对此予以认同。有分析人士指出,五粮液一直以来以“世界的五粮液”作为核心品牌定位,推出低度酒系列以及多款创新新品,推动了中国白酒的国际化进程,同时也挖掘了年轻消费者的市场潜力。大家一个直观的感受就是:五粮液越变越美了。

1218 携手奋进

另据悉,3月19日,主题为“携手奋进新时代,共同铸就新辉煌”的五粮液品牌经销商营销工作会议在成都举行,五粮液集团公司总经理、股份公司董事长刘中国,集团公司党委副书记邹涛,股份公司副总经理彭智辅、朱忠玉、唐伯超,股份公司副总工程师赵东,股份公司特聘酿酒技术专家刘友金等以及全国近1000家经销商代表出席会议。

有专家表示,五粮液丰富的内容正是将3个月前即2017年1218经销商大会的营销思路进行了全面详细落地。

从1218到今年3月18日,刚好3个月,从品牌打造到产品结构到渠道重塑等,路径、推进日程表全部出炉,甚至对五粮液一些历史遗留问题也开始着手进行有序、有力、有节的改变。这表现出了五粮液高层一致希望变革的决心以及由此带来的加速度。



数百专家齐聚湖北

推进健康产业

中医药传承创新高峰论坛在劲牌公司举行

3月31日,“纪念李时珍诞辰500周年·中医药传承创新高峰论坛”在湖北省劲牌公司召开。原卫生部副部长殷大奎,湖北省卫计委副主任姚云,国家中医药管理局政策法规与监督司司长余海洋,湖北省中医药学会会长王华,中国工程院院土、中国中医科学院院长张伯礼,中国中医科学院中药研究所所长陈士林,中国民间中医药研究开发协会会长陈路珈,全国名中医、湖北中医药大学教授陈如泉,湖北中医药大学副校长、国家中药产业技术创新战略联盟理事长王平,湖北省中医院院长徐远超,国医大师、湖北中医药大学教授梅国强以及湖北省二甲以上医院负责人等出席本次活动。

劲牌公司董事长吴少勋作为东道主致辞,对与会嘉宾表示热烈欢迎,并预祝本次高峰论坛取得圆满成功。

会上,原卫生部副部长殷大奎等嘉宾表达了对本次论坛的重视及对中医药行业发展的支持。同时,对劲牌生物医药在湖北省内乃至全国范围内的实力和规模予以肯定,并祝愿劲牌生物医药公司更快、更健康地发展。

中国工程院院士张伯礼就我国健康事业和健康产业发展作了系统阐述,表示新型大中药产业“举一事,惠百业,造福百姓”,要抓住目前中医药“天时、地利、人和”的机遇,做好中药技术升级和现代化研究,开拓新的研究领域,引领世界生命科学的发展。同时,陈士林、陈路珈、梅国强、王平副司长、徐远超院长、张伯礼院士等就中医药传承与发展作了精彩演讲。

其中,劲牌生物医药董事长、劲牌研究院院长刘源才对劲牌配方颗粒品质和疗效的关键技术从中药产地评价、标准化种植加工、炮制工艺研究、数字化提取、临床等效性及标准细汇报,希望通过中药配方颗粒的创新和应用,为中医药产业现代化和湖北打造中医强省提供有效助力。

同时,会场外展示了膏方机和配方颗粒智能调配机。现场演示和讲解利用劲牌配方颗粒调配养生膏方的过程,制作供来宾体验样品得到广泛好评。专家现场表示劲牌配方颗粒智能调配技术符合医师开方习惯,将为医院及患者提供极大的便利。

本次高峰论坛,以李时珍诞辰500周年为依托而举办,凝聚了中国工程院、国家中医药管理局、中国中医科学院、湖北中医药大学、湖北省中医院等数十位中医药界的权威专家和促进湖北中医药事业、大健康产业的发展,更好地推进“健康中国战略”。(沈莉 柯华林)



热线电话:400 990 3393
新闻热线:028-86637530
投稿邮箱:cjb490@sina.com

